

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DEPARTAMENTO DE
SUCRE, MUNICIPIO DE SAN BENITO ABAD, EN EL AÑO 2020.**

GRACE CAROLINA ROMAN BENÍTEZ

MARÍA ISABEL MONTERROSA MARTÍNEZ

**ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MONTERÍA, CÓRDOBA

2020

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DEPARTAMENTO DE
SUCRE, MUNICIPIO DE SAN BENITO ABAD, EN EL AÑO 2020.**

GRACE CAROLINA ROMAN BENÍTEZ

MARÍA ISABEL MONTERROSA MARTÍNEZ

PROYECTO

OPCIÓN DE GRADO CREACIÓN DE EMPRESAS

ASESOR

JORGE GARCÍA PATERNINA

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MONTERÍA, CÓRDOBA

2020

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, quien me ha regalado la sabiduría, el conocimiento y la capacidad de entender y salir adelante. A mis padres, quienes me han brindado su apoyo y amor en todo momento, quienes me han dado su mano en este largo recorrido de la vida. Gracias infinitas por todo esto y mucho más. A mis hermanas Ana y Laura, por acompañarme en todo momento y ser mi apoyo cada que las necesito. A mi compañera de equipo Grace C. Román. Quien, con su apoyo, esfuerzo y dedicación, permitió sacar adelante este proyecto. A todas y cada una de las personas que me apoyaron con su voz, de aliento y con su conocimiento para que este proyecto saliera adelante.

María Isabel Monterrosa Martínez

“Siempre hay que encontrar el tiempo para agradecer a las personas que hacen una diferencia en nuestras vidas” por eso hoy quiero agradecer a Dios por concederme todos los dones que hacen de mi la persona que soy, a mis padres y mi hermano por apoyarme incondicionalmente en absolutamente todo lo que me propongo hacer, a ellos dedico mis triunfos presentes y futuros porque sin ellos nada fuera posible. A Yeimi y Carlos, por su compañía, apoyo y por ser la voz que me recuerda de lo que soy capaz, a mis amigos por llenar mi vida de experiencias maravillosas en estos 5 años, por sus consejos, por su paciencia y por quererme tanto, a mi compañera María Isabel por su gran trabajo y empeño depositado en este proyecto. A J. por ser la mejor compañía, por alentarme siempre, apoyarme e inspirarme a tener sueños cada día más grande, gracias al mejor EQUIPO que Dios me pudo regalar.

Grace Carolina Roman Benítez.

Tabla de contenido

1 INTRODUCCIÓN	15
2. Resumen ejecutivo	17
3. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL	18
3.1 REFERENTE TEÓRICO.....	18
3.2 REFERENTE CONCEPTUAL	20
4. MÓDULO DE MERCADO.....	23
4.1 PRODUCTO.....	23
4.2 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	24
4.2.1 Usos	24
4.2.2 Beneficios.....	25
4.2.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS	26
4.2.4 Productos complementarios	26
4.3 CONSUMIDOR FINAL.....	26
4.3.1 Segmentación de mercado	27
4.3.2 Características socioculturales	27
4.4 DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA	28
4.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	29
4.5.1 Diseño de muestra	29
4.5.2 Validación del instrumento.....	30
4.5.3 Calculo de la demanda actual.....	30
4.5.4 Proyección de la demanda	32

4.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA	33
4.6.1 Cálculo de la oferta	34
4.6.2 Proyección de la oferta.....	34
4.6.3 Demanda insatisfecha.....	34
4.6.4 Proyección de la demanda insatisfecha	34
4.7 ANÁLISIS DE PRECIOS	35
4.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	36
4.9 IMAGEN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	37
4.9.1 Logotipo de la empresa	37
4.9.2 Psicología del logo	38
4.9.3 Imagen del queso costeño.....	38
4.9.4 Etiqueta del suero costeño.....	39
4.10 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	39
5. MODULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.....	41
5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	41
5.2 LOCALIZACIÓN.....	43
5.2.1 Macro localización	43
5.2.2 Micro localización.....	44
5.3 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.....	46
5.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO	48
5.4.1 Proceso de producción del queso.....	48
5.4.2 Proceso de producción del suero	49
5.4.3 Proceso de prestación del servicio.....	50

5.4 NATURALEZA JURÍDICA	50
5.6 MISIÓN	52
5.7 VISIÓN.....	52
5.8 ORGANIGRAMA	53
<u>5.9 Manual de funciones</u>	<u>53</u>
6. MÓDULO DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL.....	60
6.1 IMPACTO SOCIAL	60
6.2 IMPACTO ECONÓMICO.....	61
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	62
7. MODULO FINANCIERO	62
7.1 INVERSIONES	62
7.2 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS	65
7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	72
7.4 CAPITAL DE TRABAJO	72
7.5 FLUJO NETO DE INVERSIÓN	75
7.6 PROYECCIONES FINANCIERAS	75
7.7 FLUJO NETO DE OPERACIÓN	78
7.8 FLUJO NETO DEL PLAN DE NEGOCIOS	78
7.9 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	79
7.9.1 VPN.....	79
7.9.2 TIR	79
7.9.3 RC / C	80

8.FUENTES DE FINANCIACIÓN.....	80
9.CONCLUSIONES	80
10. RECOMENDACIONES.....	81
BIBLIOGRAFÍA	83
11. ANEXOS	85
11.1 “FORMULARIO APLICADO PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS”	85
11.2 “ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS”	88
11.3“ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS CON SOLICITUDES DE PERMISO PARA FUNCIONAR EN LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN BENITO ABAD.”	106
11.4. “CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS ACTIVAS EN EL AÑO 2018 EN EL MUNICIPIO DE SAN BENITO ABAD SUCRE”	108

Lista de Figuras

Figura 1. mapa político de San Benito Abad. Fuente: elaboración propia	28
Figura 2. Canales de comercialización. Fuente: elaboración propia	37
Figura 3. logo de la prolasan. Fuente: elaboración propia.....	37
Figura 4. Etiqueta del queso. Fuente: elaboración propia.....	38
Figura 5. Etiqueta del suero. Fuente: elaboración propia	39
Figura 6. Plano vertical de la empresa. Fuente elaboración propia	46
Figura 7. Plano horizontal de la planta Fuente: elaboración propia.	47
Figura 8. Flujograma de la elaboración del queso. Fuente: elaboración propia.	48
Figura 9. Flujograma de la elaboración del suero. Fuente: elaboración propia.....	49
Figura 10. Gráfico 10: Flujograma para Venta de productos. Fuente: elaboración propia	50
Figura 11. Organigrama de PROLASAN. Fuente: elaboración propia	53
Figura 12. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 4. Fuente elaboración propia	88
Figura 13. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 5. Fuente: elaboración propia	89
Figura 14. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 6. Fuente elaboración propia.	90
Figura 15. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 7. Fuente: elaboración propia	91
Figura 16. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 8. Fuente: elaboración propia	92
Figura 17. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 9. Fuente: elaboración propia	93
Figura 18. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 10. Fuente: elaboración propia	94
Figura 19. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 11. Fuente: elaboración propia	95
Figura 20. representación gráfica de las repuestas a la pregunta 12. Fuente: elaboración propia	96

Figura 21. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 15. Fuente: elaboración propia	
.....	97
Figura 22. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 16. Fuente: elaboración propia	
.....	98
Figura 23. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 17. Fuente: elaboración propia	
.....	99
Figura 24. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 18. Fuente: elaboración propia	
.....	100
Figura 25. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 19. Fuente: elaboración propia	
.....	101
Figura 26. representación gráfica de las repuestas a la pregunta 20. Fuente: elaboración propia.	
.....	102
Figura 27. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 21. Fuente: elaboración propia	
.....	103
Figura 28. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 22. Fuente: elaboración propia	
.....	104
Figura 29. representación grafica de las respuestas a la pregunta 23. Fuente: elaboración propia	
.....	105

Lista de tablas

Tabla 1. contenido nutricional del queso Fuente: elaboración propia.	24
Tabla 2. Contenido nutricional del suero. Fuente: elaboración propia	24
Tabla 3. Cálculo de la demanda de queso. Fuente: elaboración propia	30
Tabla 4. Cálculo de la demanda de queso. Fuente: elaboración propia	30
Tabla 5. Cálculo de cantidad y frecuencia de consumo de queso. Fuente: elaboración propia	31
Tabla 6. Cálculo de la cantidad y frecuencia de consumo de suero. Fuente: elaboración propia.	31
Tabla 7. Cálculo de la demanda actual de queso. Fuente: elaboración propia	32
Tabla 8. Calculo de la demanda actual de suero. Fuente: elaboración propia	32
Tabla 9. Proyección de la demanda de queso. Fuente: elaboración propia	33
Tabla 10. Proyección de la demanda de suero. Fuente: elaboración propia	33
Tabla 11. Proyección de la oferta actual. Fuente: elaboración propia	34
Tabla 12. Cálculo de la demanda insatisfecha de queso. Fuente: elaboración propia.	34
Tabla 13. Cálculo de la demanda insatisfecha de suero. Fuente: elaboración propia.....	34
Tabla 14. Proyección de la demanda insatisfecha de queso. Fuente: elaboración propia	34
Tabla 15. Proyección de la demanda insatisfecha de suero. Fuente: elaboración propia	35
Tabla 16. Análisis de precios del queso. Fuente: elaboración propia.....	35
Tabla 17. Análisis de precios del queso. Fuente: elaboración propia.....	35
Tabla 18. Información pecuaria municipio de San Benito Abad Fuente: Informe de coyuntura, cultivos semestrales - Evaluación Pecuaria Acuícola 2018 Secretaría de Agricultura Departamental - Gobernación de Sucre.	42
Tabla 19. capacidad de producción estimada PROLASAN. Fuente: elaboración propia	42
Tabla 20. Estudio de Macro localización. Fuente: elaboración propia.....	43

Tabla 21. Estudio de micro localización. Fuente: elaboración propia.....	44
Tabla 22. Manual de Funciones de Gerente. Fuente:elaboración propia.....	54
Tabla 23. Manual de Funciones de director de área financiera. Fuente: elaboración propia	55
Tabla 24. Manual de Funciones de director de talento humano. Fuente elaboración propia	56
Tabla 25. Manual de Funciones de director de área comercial. Fuente: elaboración propia.....	57
Tabla 26. Manual de Funciones de asistente de ventas. Fuente: elaboración propia.....	58
Tabla 27. Manual de Funciones de área logística. Fuente: elaboración propia	58
Tabla 28. Manual de Funciones de director de área de producción. Fuente: elaboración propia.	59
Tabla 29. Manual de Funciones de operario de producción. Fuente: elaboración industrial	60
Tabla 30. Manual de Funciones de jefe de calidad. Fuente elaboración propia	60
Tabla 31. obras físicas. Fuente: elaboración propia.....	63
Tabla 32. Inversiones en maquinaria y equipo. Fuente: elaboración propia	63
Tabla 33. Inversiones en muebles y enseres. Fuente: elaboración propia	64
Tabla 34. Tabla 34: Inversiones en activos intangibles. Fuentes: elaboración propia.....	64
Tabla 35..Costos de mano de obra. Fuente: elaboración propia	65
Tabla 36. sobrecostos. Fuente: elaboración propia.....	65
Tabla 37. Costos de materiales primer año de operación – queso costeño. Fuente: elaboración propia	66
Tabla 38. costos de materiales en el primer año de operación – suero costeño. Fuente elaboración propia	66
Tabla 39. costos de servicios – primer año de operación. Fuente: elaboración propia.....	67
Tabla 40. Distribución de costos de servicios por departamentos. Fuente: elaboración propia ...	67
Tabla 41. Gastos Por Depreciación. Fuente: elaboración propia.....	68

Tabla 42. Amortización de gastos diferidos. Fuente: elaboración propia.....	69
Tabla 43..Remuneración al personal administrativo. Fuente: elaboración propia.....	69
Tabla 44. Remuneración al personal administrativo. Fuente: elaboración propia.....	70
Tabla 45. Otros gastos administrativos. Fuente: elaboración propia	70
Tabla 46. Gastos De Ventas. Fuente: elaboración propia.....	70
Tabla 47. Distribución de costos (primer año). Fuente: elaboración propia.....	71
Tabla 48. Punto de equilibrio. Elaboración propia.	72
Tabla 49. Inversión en capital de trabajo. Fuente: elaboración propia.	72
Tabla 50. Costo de operación de capital de trabajo. Fuente: elaboración propia	73
Tabla 51. Proyección de capital de trabajo. Fuente elaboración propia	73
Tabla 52. inversión en capital de trabajo. Fuente: elaboración propia	73
Tabla 53. Inversiones fijas para el proyecto. Fuente: elaboración propia	74
Tabla 54. Valor residual en activos. Fuente: elaboración propia.....	74
Tabla 55. Flujo neto de inversión. Fuente: elaboración propia.....	75
Tabla 56. Ingreso por ventas. Fuente: elaboración propia.	75
Tabla 57. Presupuesto de costos de producción. Fuente: elaboración propia.....	76
Tabla 58. Presupuesto de gastos de administración. Fuente: elaboración propia.....	76
Tabla 59.Presupuesto de gasto de venta. Fuente: elaboración propia.....	77
Tabla 60. presupuesto de costos operacionales. Fuente: elaboración propia.....	77
Tabla 61. flujo neto de operación. Fuente: elaboración propia.....	78
Tabla 62. Flujo neto del proyecto. Fuente: elaboración propia	78
Tabla 63. Valor presente neto. Fuente: elaboración propia.	79
Tabla 64. tasa interna de retorno. Fuente: elaboración propia.	79

Tabla 65. relación beneficio/ costo. Fuente: elaboración propia.	80
Tabla 66. Respuestas a la pregunta 4. Fuente elaboración propia	88
Tabla 67. respuestas a la pregunta 5. Fuente: elaboración propia	89
Tabla 68. Respuestas a la pregunta 6. Fuente elaboración propia.	90
Tabla 69. repuestas a la pregunta 7. Fuente: elaboración propia	91
Tabla 70. Respuestas a la pregunta 8. Fuente: elaboración propia	92
Tabla 71. respuestas a las preguntas a la pregunta 9. Fuente: elaboración propia.....	93
Tabla 72. respuestas a la pregunta 10. Fuente: elaboración propia	94
Tabla 73. respuestas a la pregunta 11. Fuente: elaboración propia	95
Tabla 74. respuestas a la pregunta 12. Fuente: elaboración propia.	96
Tabla 75. respuestas a la pregunta 15. Fuente: elaboración propia	97
Tabla 76. respuestas a la pregunta 16. Fuente: elaboración propia	98
Tabla 77. respuestas a la pregunta 17. Fuente: elaboración propia	99
Tabla 78. respuestas a la pregunta 18. Fuente: elaboración propia	100
Tabla 79. Respuestas a la pregunta 19. Fuente: elaboración propia	101
Tabla 80. respuestas a la pregunta 20. Fuente: elaboración propia	102
Tabla 81. Respuestas a la pregunta 21. Fuente: elaboración propia	103
Tabla 82. Respuestas a la pregunta 22. Fuente: elaboración propia	104
Tabla 83. respuestas a la pregunta 23. Fuente: elaboracion propia	105

Lista de anexos

Anexo 9.1 Formulario aplicado para la investigación de mercados

Anexo 9.2 Análisis de resultados de la investigación de mercados

Anexo 9.3 Listados de establecimientos públicos con permiso de funcionamiento por parte de alcaldía municipal de San Benito Abad.

Anexo 9.4 Caracterización económica de las empresas activas en el año 2018 en el municipio de San Benito Abad, Sucre.

1 Introducción

El Departamento de Sucre es uno de los más extensos de costa y con una diversidad especial, apta para diferentes tipos de actividades agropecuarias especialmente para la explotación ganadera de pastoreo por contar con territorios de sabanas y unos extensos humedales y ciénagas donde pastan miles de cabezas de ganado en épocas de verano, en los últimos años este sector ganadero ha tenido un gran impulso, principalmente por el factor seguridad. los ganaderos han retornado a sus fincas, se han logrado la apertura de mercados internacionales, se han abierto líneas de créditos blandos, con la implementación de nuevas técnicas se han mejorado las razas, el número de cabezas de ganado se ha triplicado, así mismo el mejoramiento de las pasturas ha generado un aumento en la producción lechera.

Son muchos los hatos lecheros que tenemos en la región donde la capacidad de producción es de gran escala, sin embargo aún en el Departamento toda esta producción no es bien aprovechada, ya que la gran mayoría de esta materia prima es manejada de forma artesanal, esto lo podemos observar por ejemplo cuando el queso y otros derivados lácteos, son elaborados en las fincas sin las medidas higiénicas del caso, igualmente existen sectores donde la leche se pierde por la lejanía de las fincas y por falta de compradores, también cabe resaltar que existen dificultades para el transporte del producto ya que no se manejan los recipientes adecuados, lo que pone en riesgo la salud de los consumidores.

Asimismo, los sectores de los productores registran pérdidas no solo en épocas de sequías, sino en épocas de alta producción siempre están expuestos a merced de los compradores que son quienes imponen los precios.

Se necesita en la región un proyecto que dirija las estrategias productivas, para que contemos con un centro de acopio y compra del producto (leche cruda), donde desde allí se

procese con todas las medidas higiénicas y de seguridad pertinentes, para producir diferentes tipos de derivados lácteos, no solo para vender en la región sino a nivel nacional a través de los mercados de cadena; generando en la región más empleo, mejor precio a nuestros productores, obteniendo derivados de alta calidad y con valores accesibles a la comunidad.

2. Resumen ejecutivo

Empresa: PROLASAN, Productora de Lácteos del san Jorge.

Ubicación: San Benito Abad, Departamento de Sucre.

Oportunidad de negocio: elaborar productos lácteos como queso, quesillo, suero costeño, con la materia prima disponible en la región, para el consumo local y regional.

Competidores: no existen a nivel municipal empresas legalmente constituidas dedicadas a este sector, los competidores que se lograron identificar en este caso serían los pequeños productores informales, quienes elaboran y comercializan el producto de manera artesanal.

Producto: queso costeño, suero costeño.

Precio: para el queso costeño \$4.353 y para el suero costeño \$3.723.

Presupuesto de inversión: la inversión inicial es de \$46.019.522

Rentabilidad: la TIR del proyecto es de 27%.

3. Referente teórico y conceptual

3.1 Referente teórico

¿Qué es la Leche?

La leche es el producto normal de secreción de la glándula mamaria. La leche es un producto nutritivo complejo que posee más de 100 sustancias que se encuentran ya sea en solución, suspensión o emulsión en agua. Por ejemplo: Caseína, la principal proteína de la leche, se encuentra dispersa como un gran número de partículas sólidas tan pequeñas que no sedimentan, y permanecen en suspensión. Estas partículas se llaman micelas y la dispersión de las mismas en la leche se llama suspensión coloidal.

La grasa y las vitaminas solubles en grasa en la leche se encuentran en forma de emulsión; esto es una suspensión de pequeños glóbulos líquidos que no se mezclan con el agua de la leche; La lactosa (azúcar de la leche), algunas proteínas (proteínas séricas), sales minerales y otras sustancias son solubles; esto significa que se encuentran totalmente disueltas en el agua de la leche. Las micelas de caseína y los glóbulos grasos le dan a la leche la mayoría de sus características físicas, además les dan el sabor y olor a los productos lácteos tales como mantequilla, queso, yogurt, etc.

La leche y sus características

Según el libro “Lactancia y Ordeño” (Wattiaux, 1996, pág,17): La leche es una combinación de diferentes suspensiones de materia en agua. Contiene: Suspensiones coloidales de pequeñas partículas sólidas de caseína (micelas), una emulsión de glóbulos de grasa de la leche y de vitaminas liposolubles que se mantienen en suspensión, una solución de lactosa, proteínas solubles en agua, sales minerales y otras sustancias, Las micelas de caseína y los

glóbulos de grasa le otorgan a la leche la mayoría de las características físicas (estructura y color) que se ven en los productos lácteos.

Los derivados lácteos:

Se entiende como derivado lácteo a todo producto que se fabrica tomando como materia prima la leche, ya sea extraído o fabricado a base de ella. por ejemplo:

- Quesos frescos y maduros.
- Productos Grasos como la mantequilla y la crema de leche.
- Leches Acidificadas como el yogurt y el kumis.
- Leches Reconstituidas.
- Leches Modificadas.
- Leches Pulverizadas.
- Leche condensada.

Quesos

Los quesos son quizás los derivados lácteos más comunes y de mayor grado de comercialización alrededor del planeta. Esto se debe a que desde hace mucho tiempo se están fabricando, algunos indicios muestran que desde la época de los nómadas se viene obteniendo este producto. En la actualidad se puede conseguir fresco o madurado, y puede fabricarse a partir de la leche de cualquier especie animal. “Lactancia y ordeño” (Wattiaux, 1996).

Calidad y manejo de la leche

En el libro “Lactancia y ordeño” (Wattiaux, 1996) la leche debe ser de buena calidad y contenido uniforme. Según el libro: La leche es un producto altamente perecedero. Debe ser manejado correctamente desde el momento del ordeño si va ser enviada a la planta o al consumidor en condiciones óptimas. Desde la vaca a la planta procesadora, también según este

libro: Existen varios pasos antes de que la leche llegue a la planta procesadora esas etapas incluyen:

- Productor.
- Transporte a un centro colector
- Centro recolector de leche
- Transporte a la planta
- Recepción en la planta.

La planta que recibe la leche debe tener la responsabilidad de asegurarse de que los resultados de laboratorio se encuentran respaldados por equipos bien calibrados y técnicos bien entrenados. Los elementos clave para mejorar y mantener la calidad de la leche son prevención de la contaminación, tiempo y temperatura.

3.2 Referente conceptual

Asumir riesgos: si bien los estudios realizados en la fase pre operativa del proyecto reducen el nivel de incertidumbre para la toma de decisiones, es necesario identificar los riesgos y cómo mitigarlos mediante planes de contingencia. Se requiere también “calcular los riesgos”, de tal forma que además de concebir el emprendimiento, se tomen decisiones acertadas, y continuar con la fase siguiente del proyecto (Gualteros, 2009).

Capital de trabajo: la inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante su ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia en el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación, y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el producto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos.

El capital de trabajo es entonces la parte de la inversión orientada a financiar los desfases o anacronismos entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos, y los ingresos generados por la venta de los bienes o servicios, que constituyen la razón de ser del proyecto. Lo mismo que el tendero, el ensamblador de vehículos, el intermediario financiero, y todo aquel que ejerza funciones comerciales o preste un servicio, una clínica, por ejemplo, tendrá que disponer de unos recursos permanentes (inversión a largo plazo), destinados a compensar el costo que supone el ingreso de dinero en una fecha futura por la venta de mercancías o servicios, y el egreso determinado por la compra de insumos para la producción o la prestación de un servicio en la fecha presente (Neira, 2008).

Capital humano: corresponde al acervo de educación, conocimiento, habilidades y destrezas que posee una población. Se mide habitualmente por el promedio de grados de 43 escolaridad. Es el insumo más valioso que posee una comunidad para enfrentar el reto del desarrollo (Miranda, 2010).

Competitividad: capacidad de una sociedad para hacer frente al desafío de la competencia en calidad y precio, con sus bienes y servicios (Miranda, 2010).

Demanda potencial: es el consumo máximo de productos o servicios que pueden realizar los clientes a una empresa, durante un período determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Esta cifra se determina según las proyecciones de crecimiento que manejará la empresa (Sanabria, 2010).

Derivados lácteos: denomínense derivados lácteos los diferentes productos elaborados a base de leche, mediante procesos tecnológicos específicos para cada uno de ellos. (Resolución 2310, 1986).

Emprendimiento: reporta el modo de pensar y de actuar orientado hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en las oportunidades, planteada 46 con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad (Gualteros, 2009).

Formulación de estrategias o plan estratégico: identificación de ventajas competitivas y sostenibilidad del negocio- empresa, posicionamiento en el mercado, sistema y diseño del negocio- empresa; formulación de estrategias de acción del negocio empresa dentro del campo político, económico, tecnológico, social y cultural. (Gualteros, 2009).

IPC: el Índice de Precios al Consumidor o IPC, es un número sobre el cual se acumulan a partir de un periodo base las variaciones promedio de los precios de los bienes y servicios consumidos por los hogares de un país, durante un periodo de tiempo. Se trata del indicador de la inflación de un país más conocido, y se constituye en un indicador de carácter coyuntural sobre el comportamiento de los precios minoristas de un país.

Lactosuero: el lacto suero de quesería es un subproducto líquido obtenido después de la precipitación de la caseína durante la elaboración del queso. Contiene principalmente lactosa, proteínas como sustancias de importante valor nutritivo, minerales, vitaminas y grasa (Parra, 2009, pág. 1).

Ley de demanda: refleja la relación entre la demanda que existe de un bien en el mercado y la cantidad del mismo que es ofrecido en base al precio que se establezca.

Suero costeño: es un alimento característico de la Costa Caribe colombiana. Su preparación original es a base de leche de vaca entera y cuajo, cuya propiedad es separar la

caseína (proteínas sólidas lácteas) del suero (proteínas líquidas), conseguir las cantidades sólidas restantes y agregar sal, lo que da como resultado el delicioso suero costeño (Asoleche, 2017).

Oferta: es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región,) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía.

Pasteurización: el químico francés Louis Pasteur (1822-1895) le asignó este nombre a un proceso térmico al que son sometidos líquidos como la leche, la cerveza o el vino con el objetivo de reducir los agentes patógenos como bacterias, protozoos, mohos o levaduras, donde se encierra el líquido en una cuba sellada para someterlo a una alta temperatura durante un tiempo. Así, se eliminan los microorganismos que pueden degradar el producto. Esto no altera la estructura física, los componentes químicos ni sus propiedades en general.

Productividad: incremento de la cantidad de producción que se deriva del incremento de alguno o la totalidad de los insumos y se expresa en unidades físicas. Corresponde a la cantidad de producto por unidad de insumo. En ocasiones se habla del producto por trabajador o por hora trabajada, medida que se conoce como productividad laboral. (Miranda, 2010).

Tasa interna de retorno (TIR): es la tasa de interés a la cual el valor presente de los ingresos e igual al valor presente de los egresos. (Miranda, 2010).

4. Módulo de mercado

4.1 Producto

Nuestra empresa se centrará principalmente en la producción de dos productos:

- Queso costeño
- Suero costeño

4.2 Características técnicas

Queso costeño (100 gr)

Calorías	190
Proteína (gr)	15
Grasas (g)	25
Lípidos	14
Colesterol (mg)	40,1
Sodio (mg)	314,8
Carbohidratos (g)	2

Tabla 1. contenido nutricional del queso Fuente: elaboración propia.

Suero costeño (25 gr)

Calorías	62
Proteína (g)	1
Grasas (g)	6
Colesterol (mg)	3
Sodio (mg)	150
Carbohidratos (g)	1

Tabla 2. Contenido nutricional del suero. Fuente: elaboración propia

4.2.1 Usos

Queso costeño: este se utiliza tradicionalmente en la gastronomía de nuestra región como ingrediente principal de múltiples preparaciones, (mote de queso, empanadas de queso, arepas de queso, entre otros). También es frecuente su uso como acompañante en las comidas principales (pastas, cayeye, purés, arroz, etc.), es frecuente su uso como aperitivo, entradas o en la preparación de pasa bocas (bocadillo con queso, picada de queso, ceviches, ensaladas), así como

también se puede utilizar como ingrediente en diferentes recetas dadas las preferencias de cada quien.

Suero costeño: De manera general el suero costeño se puede utilizar como acompañante de muchos platillos o entradas, queda perfecto con patacones, tajadas ya sean de yuca, papa o plátano. Es un excelente acompañante de diferentes arroces, bollo. Este frecuentemente es utilizado como salsa o aderezo en diferentes comidas, básicamente el suero se le puede agregar a cualquier comida, dependiendo el gusto de cada persona. También se puede utilizar como ingrediente en la preparación de diferentes platos (sopas, motes, cremas, purés). Adicional a esto se puede utilizar como base para la preparación de diferentes tipos de salsas (suero con ají, suero con cebolla, suero picante) que se pueden consumir en cualquier tipo de comida.

4.2.2 Beneficios

Tanto el suero como el queso son alimentos aptos para el consumo de cualquier peso sin restricción de edad, en presentaciones de queso bajo en grasa bajo en sal, este puede ser consumido por cualquier persona sin importar que padezca de algún tipo de enfermedad en donde sea necesario restringir el consumo de algunos alimentos (dieta que no excluya lácteos).

El queso es un derivado lácteo que aporta naturalmente proteínas y grasas, estas forman parte de la estructura de las células, ayudan a mantener la temperatura corporal y favorecen la absorción de vitaminas como la A y D.

Para las personas que no consumen carnes rojas el queso puede ser una buena alternativa diferente y versátil en diferentes preparaciones. Gracias su contenido calcio, ácido fólico y aminoácidos. Aporta una buena fuente de macronutrientes. Y su consumo contribuye con una dieta balanceada.

En cuanto al consumo del suero, su uso de salsa como alternativa a las salsas tradicionales que contienen gran cantidad de azúcar y conservantes, nos ayuda a llevar una dieta más balanceada, ya que este no contiene azúcar y puede ser bien aprovechado en una dieta cetogenica gracias a su contenido de grasa.

4.2.3 Productos sustitutos

El queso costeño puede ser sustituido por otros tipos de queso, dependiendo de su uso, por ejemplo, en ensaladas o como acompañante puede ser reemplazado por carnes frías o quesos vegetales, pero existen platos en donde el queso no puede ser reemplazado por ningún otro ingrediente como por ejemplo en las sopas de queso o mote de queso. El suero costeño puede ser sustituido por el consumo de salsas tradicionales como salsa de tomate, mayonesa, mostaza, ají, encurtidos entre otros.

4.2.4 Productos complementarios

Tanto el queso como el suero hacen parte fundamental de los alimentos más tradicionales de la región caribe, es por eso que se podría hablar de que este tipo de alimentos son incluso los complementos perfectos para casi todo tipo de alimentos, ejemplos de esto son el plátano, la yuca, la papa, el arroz, y muchos otros elementos que hacen parte de la dieta de los costeños y para los cuales tanto el queso como la mantequilla ya sea de forma conjunta o por separado logran ser el complemento perfecto y casi que indispensable a la hora de ingerir nuestras comidas.

4.3 Consumidor final

Los consumidores de nuestros productos son los habitantes de la región, de cualquier rango de edad, raza o género, ya que estos son productos de consumo masivo, que serán comercializado en diferentes tamaños y presentaciones que los hagan accesibles a personas de

cualquier estrato. Generalmente en el Departamento de Sucre y Córdoba, por costumbres se consumió regularmente queso y suero dentro de la dieta habitual de cualquier persona, por lo que podemos afirmar que toda cualquier habitante del Departamento vendría siendo un posible consumidor.

4.3.1 Segmentación de mercado

Dado que nuestros productos son productos alimenticios, de consumo masivo, nuestro mercado de consumidores es muy amplio, sin embargo, es importante resaltar que existen personas que no pueden consumir nuestros productos. Como estos son derivados de la leche, no es recomendable para personas que padezcan de algún tipo de intolerancia a la lactosa que los consuman.

A sí mismo, los médicos recomiendan en la alimentación complementaria que los niños consuman, leche y derivados lácteos solo a partir de los 12 meses de edad. Lo que nos deja como población apta para el consumo de nuestros productos a todas las personas que a partir del 1 año de edad no presenten ningún tipo de intolerancia a la lactosa.

4.3.2 Características socioculturales

El Departamento de Sucre se ha caracterizado a lo largo de su historia por ser un Departamento de tradición lechera y ganadera, por lo que es costumbre que sus pobladores desde muy niños se les enseñe a comer productos lácteos (queso y suero). El queso y el suero son utilizados en esta zona como ingrediente principal en la preparación de platos típicos, por lo cual hacen parte fundamental de la gastronomía local.

En la zona rural, y poblaciones aledañas a los centros urbanos es muy común para aquellas personas que no tienen el poder adquisitivo para consumir carnes (de res, cerdo, pescado o aves)

que acompañen sus alimentos ya sea con una porción de queso o con un poco de suero, ya que estos alimentos son de más bajo costo lo cual les facilita el poder adquirirlos de forma artesanal.

4.4 Delimitación geográfica

El municipio de San Benito Abad se encuentra ubicado en el sur del Departamento de Sucre, más exactamente en los 8° 55' 59" latitud norte y 75° 1' 59" longitud oeste de este Departamento.

San Benito Abad tiene una extensión 159.200 hectáreas lo que equivale a 1.592 km². Dada su gran extensión es considerado el municipio más grande todo el Departamento de Sucre, en donde cerca del 14,6% de la extensión total del Departamento pertenecen a este.

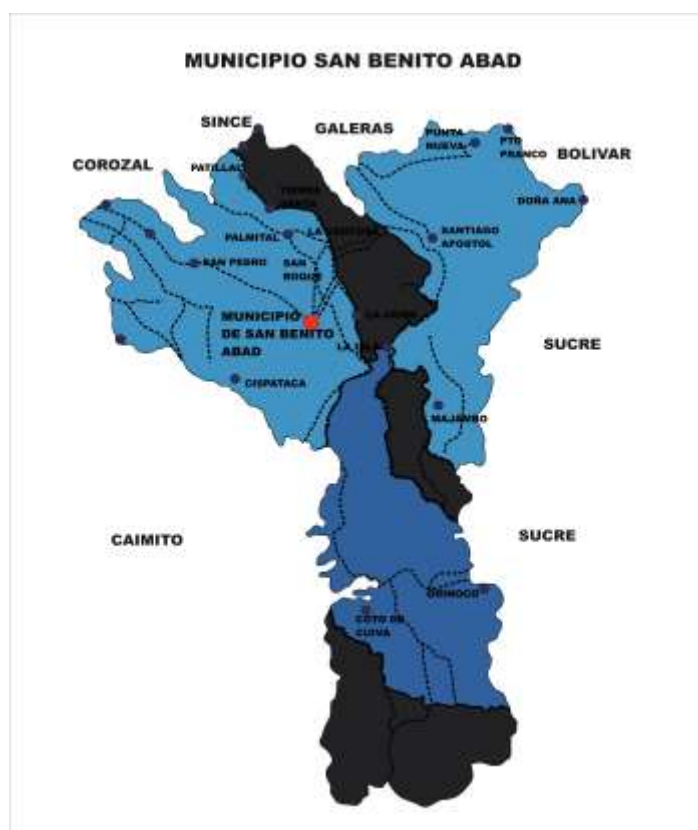


Figura 1. mapa político de San Benito Abad. Fuente: elaboración propia

Es vecino al norte con el municipio del roble y galeras, al sur con el municipio de Ayapel (Córdoba), al oriente con el municipio De Magangué (Bolívar), Sucre (Sucre) Y Majagual (Sucre), y al occidente con el municipio de Chinu (Córdoba), Caimito (Sucre) Y San Marcos (Sucre). Se encuentra a 60,7 km de Sincelejo la capital del Departamento de Sucre y a 96 km de Montería. El municipio está conformado por 19 corregimientos entre los que se encuentran Santiago apóstol y La Ventura como algunos de los más poblados, y por 23 veredas.

4.5 Análisis de la demanda

4.5.1 Diseño de muestra

Para calcular el tamaño de la muestra en una población finita se puede realizar utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + z^2 PQ}$$

En donde:

Z= variable de confianza

N= tamaño de la población P= probabilidad de éxito

Q= probabilidad de fracaso E= margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2(904.863)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(904.863 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(904.863)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(904.863 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 383,99 \approx 384$$

Lo que significa que el tamaño de nuestra muestra será de 384 personas en total.

4.5.2 Validación del instrumento

Para la recolección de información, se realizó la aplicación de un cuestionario, que fue diseñado con la finalidad de obtener información necesaria que nos permitiera identificar, el tamaño de nuestra demanda potencial, identificar posibles clientes y la aceptación que tendrían nuestros productos en dicho mercado. Este cuestionario fue revisado y abalado por el tutor del proyecto, por lo cual se dispuso a su aplicación. La aplicación de este formulario se realizó de forma virtual dadas las restricciones y limitación existentes para la fecha a causa de la pandemia generada por el Covid-19.

Ver anexo 11.1 formulario aplicado para investigación de mercados.

Ver anexo 11.2 análisis de resultados de la investigación de mercados.

4.5.3 Calculo de la demanda actual

La demanda actual se calculó teniendo en cuenta los resultados del cuestionario aplicado a la población objeto de estudio. En las preguntas de la 6 a la 11, la información obtenida es la siguiente:

¿consume usted queso?	Número de personas	Porcentaje %
Si	372	96,6 %
No	12	3,1 %
TOTAL	384	100.0 %

Tabla 3. Cálculo de la demanda de queso. Fuente: elaboración propia

¿consume usted suero?	Número de personas	Porcentaje %
Si	363	94,5 %
No	21	5,5 %
TOTAL	384	100.0 %

Tabla 4. Cálculo de la demanda de queso. Fuente: elaboración propia

Tenemos que:

$$\text{poblacion total} = 904.863$$

$$904.863 \times 96,6 \% = 874.097 \text{ (para el queso)}$$

$$904.863 \times 94,5 \% = 855.095 \text{ (para el suero)}$$

874.097 habitantes del Departamento consumen queso costeño, mientras que 855.095 personas consumen suero.

Ahora bien, en cuando a la cantidad y la frecuencia de consumo:

¿Cuánto queso consume semanalmente?	Número de personas	Porcentaje %
Menos de 1 Lb	15	4,0 %
1-2 lb	333	89,5 %
2 – 4 lb	19	5,1 %
Más de 4 lb	5	1,3 %
TOTAL	372	100,0 %

Tabla 5. Cálculo de cantidad y frecuencia de consumo de queso. Fuente: elaboración propia

¿Cuánto suero consume semanal mente ?	Número de personas	Porcentaje %
250 ml	109	30,0 %
½ litro	233	64,2 %
1 L	16	4,4 %
2 L	5	1,4 %
TOTAL	363	100,0 %

Tabla 6. Cálculo de la cantidad y frecuencia de consumo de suero. Fuente: elaboración propia

Consumo	Número de personas	Porcentaje %	Semanalmente	Mensual	Anual
Menos de 1 Lb	904,863	4.0%	36,194.5	144,778.1	1,737,337.0
1-2 lb	904,863	89.5%	809,852.4	3,239,409.5	38,872,914.5
2 – 4 lb	904,863	5.1%	46,148.0	184,592.1	2,215,104.6
Más de 4 lb	904,863	1.3%	11,763.2	47,052.9	564,634.5
TOTAL		99.9%	903,958.1	3,615,832.5	43,389,990.6

Tabla 7. Cálculo de la demanda actual de queso. Fuente: elaboración propia

Consumo	Número de personas	Porcentaje %	Semanalmente	Mensual	Anual
250 ml	904,863	30.0%	271,458.9	1,085,835.6	13,030,027.2
½ litro	904,863	64.2%	580,922.0	2,323,688.2	27,884,258.2
1 L	904,863	4.4%	39,814.0	159,255.9	1,911,070.7
2 L	904,863	1.4%	12,668.1	50,672.3	608,067.9
TOTAL		100.0%	904,863.0	3,619,452.0	43,433,424.0

Tabla 8. Cálculo de la demanda actual de suero. Fuente: elaboración propia

4.5.4 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se tiene en cuenta el cálculo de la demanda actual, anteriormente realizado. Aplicando la siguiente fórmula:

$$DF = DA (1 + i)^n$$

$$DF = \text{demanda futura} \quad DA = \text{Demanda actual}$$

$$i = \text{índice de crecimiento poblacional} \quad n = \text{periodo (años)}$$

Año	Demanda actual	Proyección de la demanda	Demanda futura
0	43,389,990.6		43,389,990.6
1	43,389,990.6	$(1 + 0.0102)^1$	43,832,568.5
2	43,389,990.6	$(1 + 0.0102)^2$	44,279,660.7
3	43,389,990.6	$(1 + 0.0102)^3$	44,731,313.2
4	43,389,990.6	$(1 + 0.0102)^4$	45,187,572.6
5	43,389,990.6	$(1 + 0.0102)^5$	45,648,485.9

Tabla 9. Proyección de la demanda de queso. Fuente: elaboración propia

Año	Demanda actual	Proyección de la demanda	Demanda futura
0	43,433,424.0		43,433,424.0
1	43,433,424.0	$(1 + 0.0102)^1$	43,876,444.9
2	43,433,424.0	$(1 + 0.0102)^2$	44,323,984.7
3	43,433,424.0	$(1 + 0.0102)^3$	44,776,089.3
4	43,433,424	$(1 + 0.0102)^4$	45,232,805.4
5	43,433,424.0	$(1 + 0.0102)^5$	45,694,180.0

Tabla 10. Proyección de la demanda de suero. Fuente: elaboración propia

4.6 Análisis de la oferta

Se realizó una investigación en el municipio de San Benito Abad (zona rural y urbana) al igual, mediante la cual se concluyó que en no existe en el municipio ninguna empresa que oferte nuestros productos. **Ver Anexo 11.3** listado de establecimientos públicos con permiso de funcionamiento en el municipio de San Benito Abad. **Ver Anexo 11.4** Caracterización económica de las empresas activas en el municipio de San Benito Abad año 2018.

Existen en el municipio productores de leche, pero no empresas que transformen esta materia prima en productos aptos para el consumo. Casi toda la producción láctea del municipio es manipulada y transformada de forma artesanal (en fincas), cuyos productos obtenidos son comercializados de manera informal o en tiendas.

4.6.1 Cálculo de la oferta

Debido a que la producción de queso y suero que se oferta en el municipio se realiza de manera informal, no se lograron contabilidad y totalizar los datos de los oferentes, ya que estos pequeños campesinos no llevan un registro de cuando venden o cuando producen.

4.6.2 Proyección de la oferta

<i>Proyección de la oferta actual</i>					
Periodos	1	2	3	4	5
Oferta futura	0	0	0	0	0

Tabla 11. Proyección de la oferta actual. Fuente: elaboración propia

4.6.3 Demanda insatisfecha

Queso	
Demanda actual	43,389,991
Oferta actual	0
Demanda insatisfecha	43,389,991

Tabla 12. Cálculo de la demanda insatisfecha de queso. Fuente: elaboración propia.

Suero	
Demanda actual	43,433,424
Oferta actual	0
Demanda insatisfecha	43,433,424

Tabla 13. Cálculo de la demanda insatisfecha de suero. Fuente: elaboración propia

4.6.4 Proyección de la demanda insatisfecha

Queso					
Periodo	1	2	3	4	5
Demanda actual	43,832,568.5	44,279,660.7	44,731,313.2	45,187,572.6	45,648,485.9
Oferta actual	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Demanda insatisfecha	43,832,568.5	44,279,660.7	44,731,313.2	45,187,572.6	45,648,485.9

Tabla 14. Proyección de la demanda insatisfecha de queso. Fuente: elaboración propia

Suero					
Periodo	1	2	3	4	5

Demanda actual	43,876,444.9	44,323,984.7	44,776,089.3	45,232,805.4	45,694,180.0
Oferta actual	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Demanda insatisfecha	43,876,444.9	44,323,984.7	44,776,089.3	45,232,805.4	45,694,180.0

Tabla 15. Proyección de la demanda insatisfecha de suero. Fuente: elaboración propia

4.7 Análisis de precios

Para el análisis de precios se tuvo en cuenta la información recolectada en las preguntas 19 y 21 del cuestionario (**Ver anexo 11.1**).

19. ¿cuánto paga usted por una libra de queso?		
Respuestas	Número de personas	Porcentaje %
Menos de \$5.000	4	1.1
Entre \$5.000 - \$6.000	324	87.1
Entre \$6.000 - \$7.000	34	9.1
Más de \$7.000	10	2.7
TOTAL	372	100.0

Tabla 16. Análisis de precios del queso. Fuente: elaboración propia

$$904.863 \times 87,1 \% = 788.135$$

De lo anterior podemos decir que 788.135 personas están dispuestas a pagar entre \$5.000 y \$6.000 pesos, por una libra de queso costeño.

21. ¿cuánto paga usted por un litro de suero?		
Respuestas	Número de personas	Porcentaje %
Menos de \$4.000	14	3.9
Entre \$4.000 - \$5.000	323	89.0
Entre \$5.000 - \$6.000	22	6.1
Más de \$6.000	4	1.1
TOTAL	363	100.0

Tabla 17. Análisis de precios del queso. Fuente: elaboración propia

$$904.863 \times 94,5 \% = 805.328$$

De lo anterior podemos decir que 805.328 personas están dispuestas a pagar entre \$4.000 y \$5.000 pesos por un litro de suero.

Adicional la información nos confirma que estas personas se encuentran satisfechas con el valor que pagan por adquirir estos productos.

4.8 Canales de comercialización

La empresa empleará como canal de comercialización de manera indirecta, pues las tiendas, restaurantes, y supermercados cumplirían la función de intermediarios entre el productor y los consumidores finales. Se utilizará un canal corto, ya que al ser una empresa productora nuestros principales clientes son tiendas y demás empresas que manejan volumen de compra, lo que nos permite brindarles buenos precios por los productos que luego ellos ofrecen a los suyos. Se escoge esta ruta para trasladar a los consumidores el producto debido a que los sitios de acceso más frecuentes a los productos lácteos son las tiendas y supermercados convirtiéndose en el lugar de mayor accesibilidad para ellos.

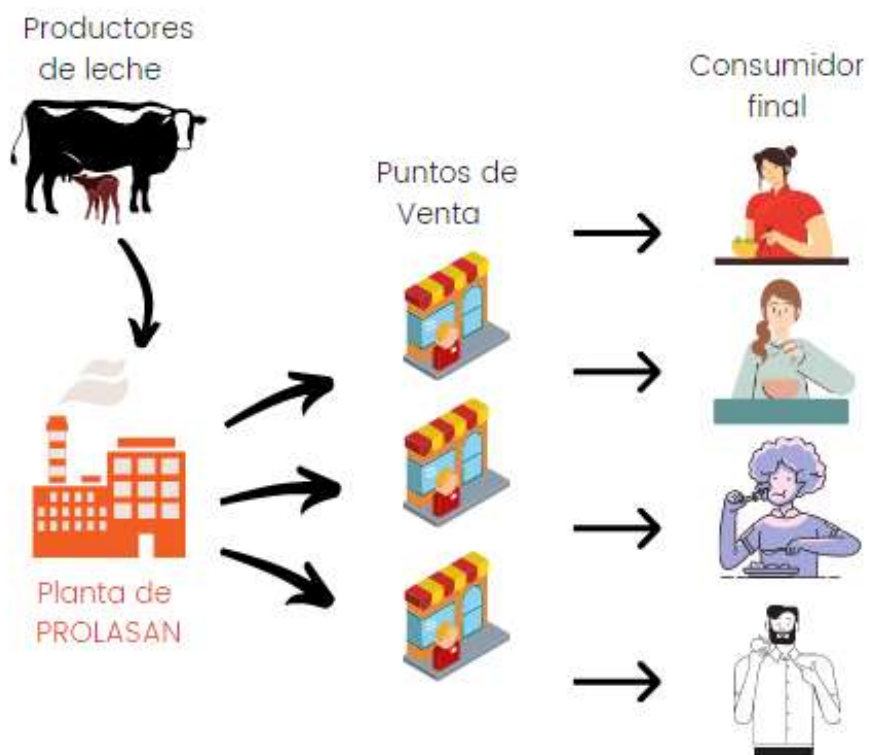


Figura 2. Canales de comercialización. Fuente: elaboración propia

4.9 Imagen del producto o servicio

4.9.1 Logotipo de la empresa



Figura 3. Logo de la Prolasan. Fuente: elaboración propia

4.9.2 Psicología del logo

Se escogieron los tonos azules para el logo de la empresa, porque estos son agradables a la vista, transmiten al cliente confianza y tranquilidad, ya que nuestros productos son alimenticios es importante que nuestros clientes sientan confianza en la empresa y es importante que la imagen del producto se encargue de transmitir también la confianza que genera un producto de calidad.

Por otra parte, el logo está conformado por el nombre por la imagen de una vaca que representa a los ganaderos de la zona quienes son nuestra principal motivación para la creación de esta empresa, los productos que ofrecemos a nuestros clientes y el nombre la empresa. Todo esto en conforma un conjunto en forma circular tratando de proyectar un mensaje emocional positivo, ya que el circulo representa la unión de una comunidad.

4.9.3 Imagen del queso costeño



Figura 4. Etiqueta del queso. Fuente: elaboración propia

4.9.4 Etiqueta del suero costeño



Figura 5. Etiqueta del suero. Fuente: elaboración propia

4.10 Estrategias de publicidad

Luego de comprender factores del mercado como producto, plaza y precio, se hace indispensable detallar la forma de difusión a emplear para la expansión de la imagen del producto, existen varios factores que deben ser analizados para elegir los métodos de difusión como presupuesto, ubicación geográfica entre otros. Los medios publicitarios pueden ser convencionales si el mensaje es transmitido a través de medios de comunicación masiva, como

radio, prensa y televisión; y no convencionales conocidos como actos de patrocinio, marketing directo, juegos promocionales, etc. (Sotomayor Pereira, Brito Gaona, & Tenesaca Fajardo, 2018). Existen también otros medios como el internet y las redes sociales que son métodos innovadores, los catálogos, volantes también hacen parte de estrategias de publicidad. Según la ubicación geográfica y la relación entre nuestros posibles clientes, las mejores opciones para posicionar la marca en la mente del consumidor son los volantes, las redes sociales, la radio y haciendo presencia con actos publicitarios como los stands de prueba del producto en los puntos de venta.

- *Radio:* a través de los medios de radio de mayor sintonía en el Departamento de SUCRE y especialmente en SAN BENITO ABAD se lanzarán pautas publicitarias referente a la empresa, los productos y sus características.
- *Redes sociales e Internet:* el internet y las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación con bastante auge; son medios empleados por consumidores que utilizan la herramienta de internet. Para lograr insertar a la empresa y sus productos en un mercado de consumidores actualizados, se implantarán anuncios publicitarios en redes sociales y plataformas como Facebook, Instagram, YouTube o pautando con influencers que promuevan los productos. Todo esto a través de contratación directa con dichas empresas y representantes; también, se emplearán las herramientas publicitarias de Google para pautar en sitios web. La publicidad por medio de estos de canales de comunicación redirigirá al Sitio Web de la empresa, en donde se encontrarán las características de los productos que ofrecemos y se detallará la imagen corporativa. Todo esto nos permite abarcar un mercado geográficamente delimitado, puesto que dirige la publicidad a la población ubicada en un espacio geográfico específico.

- *Actos publicitarios:* Los actos publicitarios son otro medio que facilita la manera de llegar el producto al consumidor de forma directa, así que, al promocionar cada producto a través de degustaciones gratuitas, se genere el posicionamiento de la marca en cada cliente. Se ubicarán stands de pruebas del producto en puntos de ventas convenidos, ofreciendo una prueba a los clientes logrando así que disfruten la experiencia de probar nuestros productos.
- *Estrategia de promoción y comunicación:* como estrategia de promoción se podrán ofrecer descuentos por compras periódicas y de acuerdo a los volúmenes de compras; también se buscará promocionar el producto en municipios aledaños a SAN BENITO ABAD y así poder motivar las ventas en corto plazo para dar a conocer el producto de una manera rápida y que tenga buen recibimiento. Se pueden ofrecer descuentos por pronto pago según los plazos asignados a los clientes y el manejo de los créditos para cancelar el producto. También se puede implementar la estrategia de ofrecer a los consumidores promociones de los productos que asumirá el productor como lanzamiento o muestra de los productos que ofrece.

5. Modulo técnico y organizacional

5.1 Tamaño del proyecto

Para la determinación del tamaño de la empresa se tuvieron encuentra factores como la capacidad de producción de leche de los proveedores del municipio, ya que esta sería nuestra principal fuente de materia prima, trabajando bajo el supuesto de que esta sería nuestra capacidad de producción inicial con posibilidad de ampliación si la capacidad productiva de los ganaderos se incrementa.

INFORMACIÓN PECUARIA MUNICIPIO DE SAN BENITO ABAD - SUCRE DATOS AÑO 2018			
Especies	Producción Sucre	Producción San Benito Abad	Participación
Ganado bovino	1.103.675	77.042	7.0%
Ganado bufalino	23.192	7.902	34.1%
Ganado porcino	48.839	2.503	5.2%
Ganado caprino	5.856	91	1.6%
Ganado ovino	36.999	662	1.8%
Equinos	35.518	3.691	10.4%

Tabla 18. Información pecuaria municipio de San Benito Abad Fuente: Informe de coyuntura, cultivos semestrales - Evaluación Pecuaria Acuícola 2018 Secretaría de Agricultura Departamental - Gobernación de Sucre.

De acuerdo con la información anterior, la capacidad de producción lechera del municipio es de 77.042 litros semestralmente a fecha de 2018. Según esto:

Litros / periodo				
Diario	Semanal	Mensual	Semestre	Año
642.0	3,210.1	12,840.3	77,042.0	154,084.0

Tabla 19. capacidad de producción estimada PROLASAN. Fuente: elaboración propia

5.2 Localización

5.2.1 Macro localización

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO Esc. 1-0	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
		SAN BENITO ABAD		SINCE		GALERAS	
		Calificación Esc.1-10	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-10	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-10	Calificación ponderada
ECONOMICOS							
Ubicación de consumidores	0.1	7	0.7	6	0.6	6	0.6
Cercanía con proveedores	0.104	9	0.936	8	0.832	6	0.624
Vías de comunicación	0.1	8	0.8	7	0.7	6	0.6
Cercanía con centros urbanos	0.1	7	0.7	6	0.6	7	0.7
Movimiento de la economía	0.1	8	0.8	6	0.6	7	0.7
Servicios públicos	0.1	8	0.8	8	0.8	8	0.8
CULTURALES							
Preferencias de consumo	0.066	9	0.594	8	0.528	7	0.462
Tradiciones gastronómicas	0.066	9	0.594	7	0.462	7	0.462
POLITICOS							
Permisos de funcionamiento	0.066	7	0.462	8	0.528	7	0.462
Regulaciones ambientales	0.066	7	0.462	6	0.396	5	0.33
SOCIALES							
Interés de la población	0.066	8	0.528	9	0.594	9	0.594
Sentido de pertenencia social	0.066	5	0.33	8	0.528	9	0.594
TOTAL	1		7.706		7.168		6.928

Tabla 20. Estudio de Macro localización. Fuente: elaboración propia

Tomando como principal base que la ubicación destinada para la localización de la empresa sería el municipio de SAN BENITO ABAD, se analizara, mediante una matriz, diferentes aspectos importantes que tienen una incidencia directa para establecer la ubicación de la empresa. Se comparará el municipio objetivo con dos municipios cercanos, para analizar cada

variable y su comportamiento, seleccionando al final al de municipio de mayor puntaje según los factores tenidos en cuenta.

Como pudimos observar en el cuadro anterior, el municipio que se destaca es el del municipio de SAN BENITO ABAD, con un puntaje de 7.706 puntos sobre 10, por encima de los municipios de galeras y Sincé, los cuales también fueron tenidos en cuenta según los criterios para el estudio de macro localización de la empresa.

5.2.2 Micro localización

Factores Relevantes	Peso asignado	Alternativa de localización					
		NORTE		CENTRO		SUR	
		Calificación (0-10)	Peso ponderado	Calificación (0-10)	Peso ponderado	Calificación (0-10)	Peso ponderado
Terrenos disponibles	0.112	5	0.56	6	0.672	8	0.896
Costo de servicios públicos	0.112	6	0.672	6	0.672	7	0.784
Disponibilidad de agua	0.11	7	0.77	7	0.77	9	0.99
Vías de acceso	0.112	6	0.672	6	0.672	8	0.896
Posibilidad de expansión	0.11	8	0.88	9	0.99	8	0.88
Facilidad de contacto con proveedores	0.112	6	0.672	8	0.896	7	0.784
Condiciones de disposición final de residuos	0.112	7	0.784	6	0.672	9	1.008
Visibilidad del negocio	0.11	7	0.77	9	0.99	8	0.88
Fácil ubicación para los clientes	0.11	6	0.66	7	0.77	9	0.99
TOTAL	1		6.44		7.104		8.108

Tabla 21. Estudio de micro localización. Fuente: elaboración propia

Continuando con esto, es indispensable el estudio de las zonas del municipio en las que se podría ubicar la empresa. Como se observa en la matriz anterior y teniendo como punto fuerte la cercanía a la materia prima, las afluencias de clientes y las condiciones de las vías de comunicación que son los que representan en mayor porcentaje los factores para determinar la ubicación de la empresa, la parte sur del municipio sería la más adecuada y con mayor ventaja para que se defina como la localización de la empresa. Esto se confirma al obtener un total **8.108** puntos sobre **10**, muy por encima de las otras dos localizaciones.

5.3 Distribución en planta

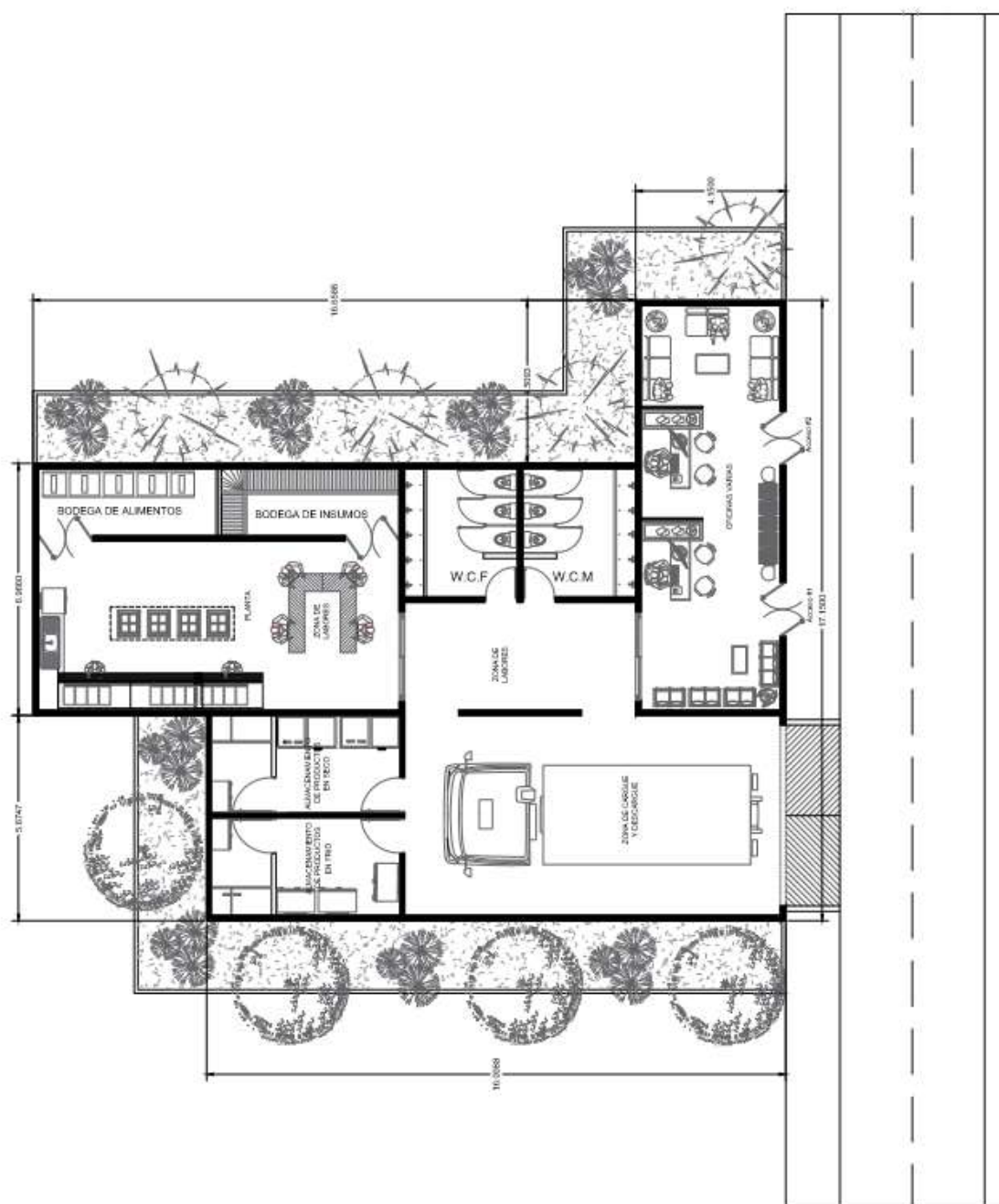


Figura 6. Plano vertical de la empresa. Fuente elaboración propia

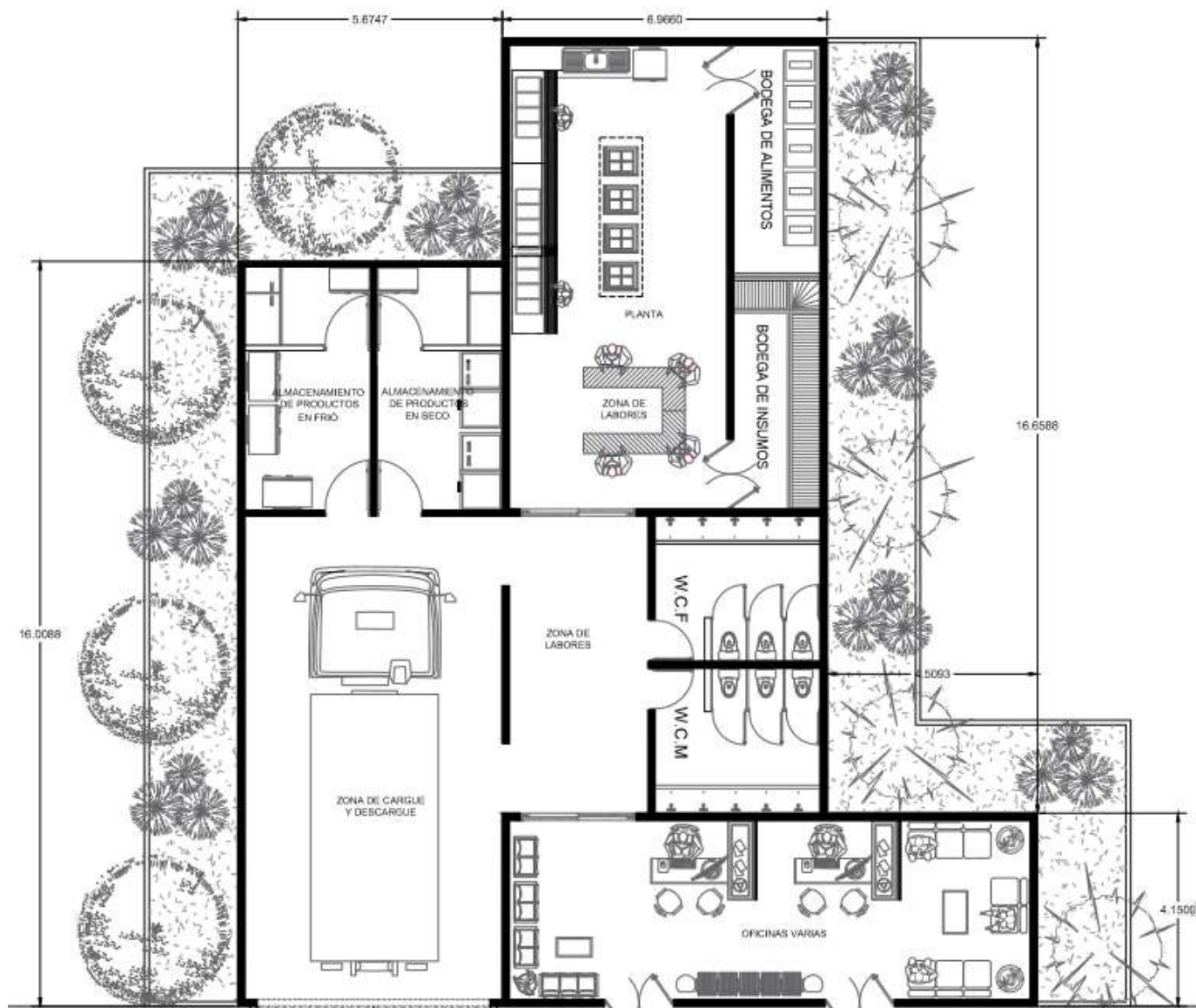


Figura 7. Plano horizontal de la planta Fuente: elaboración propia.

5.4 Proceso de producción o prestación del servicio

5.4.1 Proceso de producción del queso

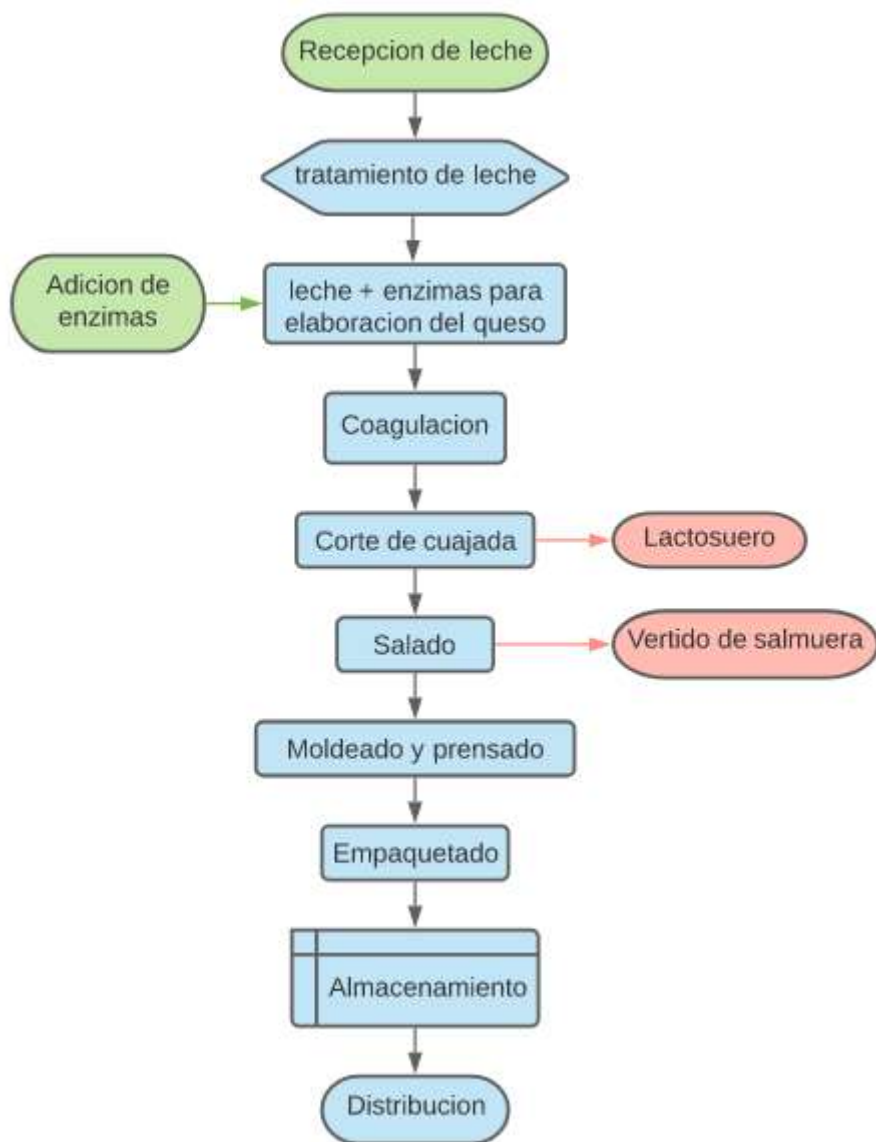


Figura 8. Flujograma de la elaboración del queso. Fuente: elaboración propia.

5.4.2 Proceso de producción del suero

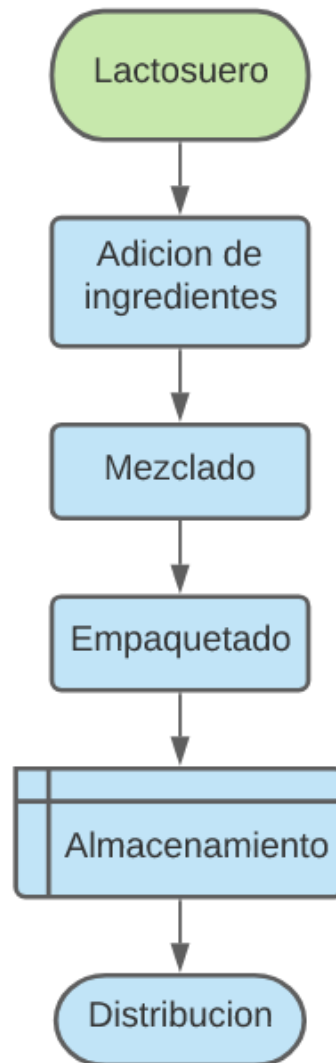


Figura 9. Flujograma de la elaboración del suero. Fuente: elaboración propia

5.4.3 Proceso de prestación del servicio

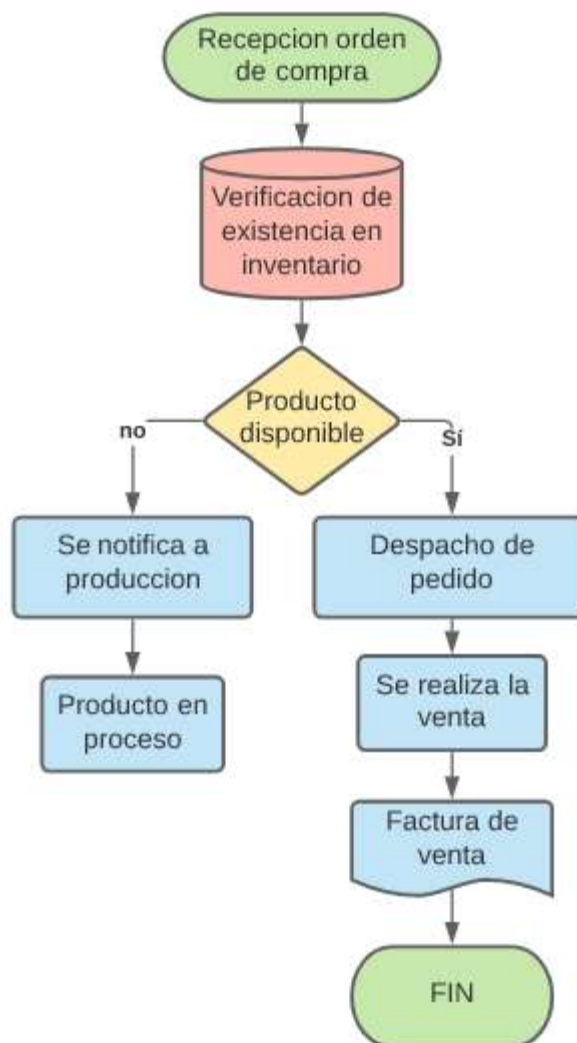


Figura 10. Gráfico 10: Flujograma para Venta de productos. Fuente: elaboración propia

5.4 Naturaleza jurídica

La empresa PROLASAN será constituida legalmente como una sociedad anónima.

Según el artículo 373 de código de comercio colombiano se establece que una sociedad anónima “se formará por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes; será administrada por gestores temporales y

revocables y tendrá una denominación seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de las letras "S A."..."

Las sociedades anónimas se caracterizan por:

- A. No podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas. No tiene máximo. (Art. 374 del C. de Co.).
- B. Al constituirse la sociedad deberá suscribirse no menos del 50% del capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte de cada acción suscrita (Art. 376 del C. de Co.).
- C. Su capital social se divide en acciones de igual valor. (Art. 375 el C. de Co.).
- D. Las acciones son libremente negociables, con las excepciones previstas en el artículo 403 del Código de Comercio.
- E. La revisoría fiscal es obligatoria (Art. 203 del C. de Co.).

Para la creación y registro de una sociedad en Colombia es necesario tener en cuenta el siguiente procedimiento, descrito por la superintendencia de sociedades:

- I. Copia auténtica de la Escritura Pública de Constitución de la compañía, así como de sus reformas, si las hubiere.
- II. Copia de los Estados Financieros que conforman la ocurrencia de la respectiva causal debidamente certificados.
- III. Certificado reciente de existencia y representación Legal, expedido por la Cámara de Comercio Correspondiente.
- IV. Pagar una contribución establecida de conformidad con lo dispuesto en el artículo 88 de la Ley 222 de 1995.

Dicho esto, nuestra empresa quedara constituida así:

Razón social: Productora de lácteos del san Jorge, PROLASAN S. A.

Nombre comercial: PROLASAN S. A

5.6 Misión

La misión de la empresa PROLASAN será: “Identificar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante la elaboración y posterior comercialización de derivados lácteos, producidos bajo los más altos estándares de calidad. Buscando con esto ir de la mano y contribuir al desarrollo de la región del san Jorge”.

5.7 Visión

PROLASAN es: “Ser líder en el mercado, para el año 2026, en el sector de producción de derivados lácteos en la región del san Jorge, haciendo presencia con nuestros productos en todas ciudades de la región caribe y demás rincones del país, conservando una alta calidad y pluralización de los productos que ofrecemos al público.”

5.8 Organigrama

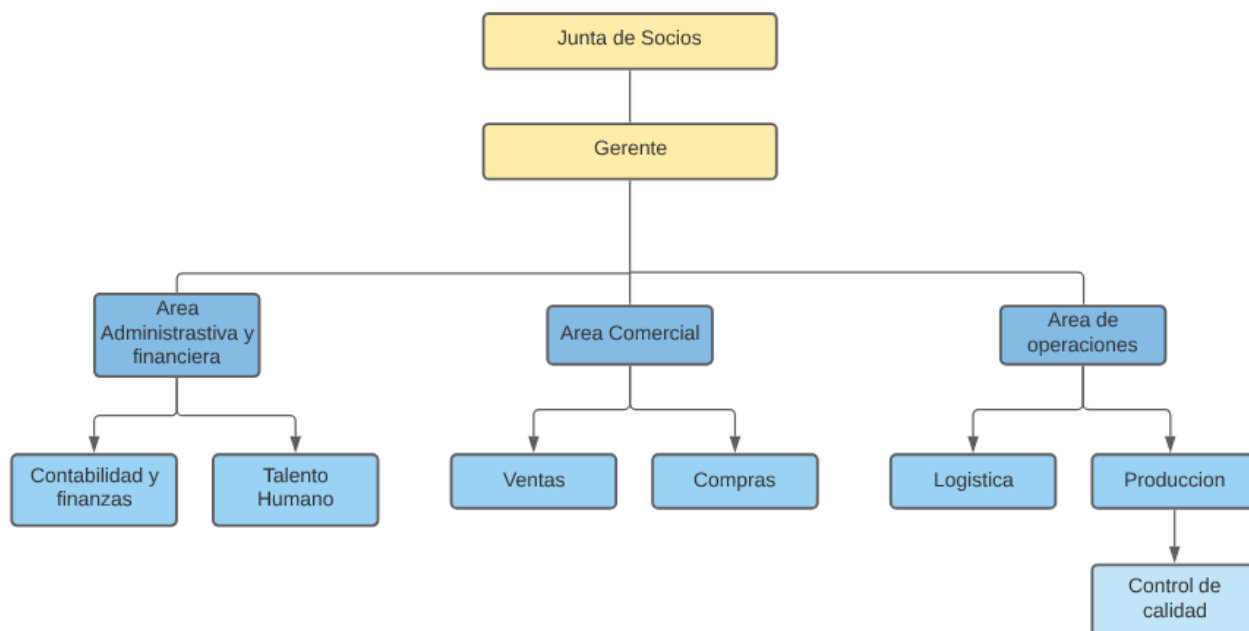


Figura 11. Organigrama de PROLASAN. Fuente: elaboración propia

5. 5.9 Manual de funciones

Distribución de cargos

- Gerente
- Director de área financiera
- Director de talento humano
- Director de área comercial
- Asistente de ventas
- Asistente de compras
- Director de área logística
- Director de área de producción
- Operarios de producción

- Jefe de calidad

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	GERENTE
Dependencia:	Administrativo
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Junta de socios
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en administración de empresas, ingeniería industrial o carreras afines.
Experiencia laboral:	Tres (3) años desempeñando cargos de manejo de personas y administración de recursos en empresas productoras.
Formación y competencias:	Capacidad de liderar procesos productivos, administración eficiente de recursos, competencias comunicativas, toma de decisiones y análisis de riesgos.
Objetivo Principal	
Planear, organizar y controlar las actividades administrativas, comerciales y operaciones de la empresa, cumpliendo con los requerimientos y metas periódicamente por la junta de socios.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar y liderar procesos de la empresa. 2. Informar periódicamente a la junta de socios sobre la situación de la empresa. 3. Definir las metas de la empresa en un horizonte de corto, mediano y largo plazo. 4. Establecer objetivos que definan el rumbo que va tomar la empresa. 5. Establecer una estructura organizacional adecuada acorde a las necesidades de la compañía. 	

Tabla 22. Manual de Funciones de Gerente. Fuente: elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Director de área financiera
Dependencia:	Administrativo
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en finanzas o contabilidad.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares.
Formación y competencias:	Organización, puntualidad, efectividad, asertividad, buena comunicación. Destrezas para la negociación, habilidades para la obtención y análisis de información.
Objetivo Principal	
Registrar, ordenar y verificar que las finanzas y la contabilidad de la empresa están funcionando correctamente. Debe ser capaz de solucionar problemas en caso de que estos se presenten, tomar decisiones asertivas ante situaciones de riesgos financieros para la empresa.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitorear las finanzas de la empresa. 2. Llevar un registro y control de la contabilidad de la empresa. 3. Emitir estados financieros de la compañía. 4. Verificar el cumplimiento del presupuesto de la empresa. 5. Coordinar tareas contables, financieras y administrativas. 6. Controlar costos, comprar. 7. Coordinar política de inversiones de la compañía. 	

Tabla 23. Manual de Funciones de director de área financiera. Fuente: elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Director de talento humano
Dependencia:	Administrativo
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en administración, ingeniería industrial o psicología.
Experiencia laboral:	Dos (2) año en cargos similares.
Formación y competencias:	Conocimiento en gestión del talento humano Procesos de nomina

	Administración de personal Reclutamiento de personal
Objetivo Principal	
Implementar estrategias que garanticen la contratación y permanencia de personal calificado y capacitado para los diferentes cargos que se necesita la compañía para su óptimo funcionamiento.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratación de personal 2. Administración de personal 3. Garantizar un buen ambiente laboral 4. Velar por el adecuado funcionamiento de los procesos administrativos de todas las áreas. 5. Evaluar y verificar el desempeño de los empleados de la empresa. 6. Coordinar entrenamiento y capacitación de todo el personal. 7. Asegurar la seguridad de los trabajadores dentro la compañía. 8. Coordinar y llevar a cabo los procesos de promoción capacitación, vacaciones. 	

Tabla 24. Manual de Funciones de director de talento humano. Fuente elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Director de área comercial
Dependencia:	Comercial
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesiones en administración o carreras afines al cargo.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares.
Formación y competencias:	Capacidad de liderazgo Capacidad de trabajar en equipo Buena comunicación Habilidades de negociación Responsabilidad
Objetivo Principal	
Responsable de las ventas de la compañía, así como de las compras de la misma. Manejar y negociar con los proveedores el precio de las materias primas, importante que se tenga conocimiento sobre el sector lechero.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer objetivos de la fuerza comercial bajo su cargo 	

2.	Hacerse cargo del marketing de los productos que se ofrecen
3.	Establecer canales comerciales, estructura, tamaños y rutas.
4.	Realizar proyección de ventas y fijar objetivos.
5.	Establecer políticas de precios en conjunto con el área de producción.
6.	Rendir informes periódicos al gerente.

Tabla 25. Manual de Funciones de director de área comercial. Fuente: elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Asistente de ventas
Dependencia:	Comercial
Número de Cargos:	Uno (2)
Reporta a:	Director de área comercial
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en administración, ventas, contabilidad o a fines.
Experiencia laboral:	Seis (6) meses en cargos relacionados.
Formación y competencias:	Excelentes capacidades comunicativas Capacidades administrativas básicas Buena presentación personal, amistoso, servicial, seguro de sí mismo y capaz de conseguir la aprobación de los demás
Objetivo Principal	
Su objetivo principal es ofrecer nuestros productos a los clientes, vender, reabastecer y realizar tareas de promoción comercial, con el fin de ofrecer un servicio de alto nivel basado en una excelente atención a nuestros clientes buscando aumentar de esta forma el crecimiento de la empresa y los ingresos maximizando las ventas.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vender nuestros productos 2. Garantizar los niveles de satisfacción de los clientes por medio de un buen servicio de ventas 3. Mantener el espacio de ventas organizado y agradable a la vista. 4. Hacer seguimiento al inventario de existencias disponibles para la venta. 5. Mantener constante comunicación con el Departamento logístico. 6. Identificar las necesidades y los deseos del cliente. 7. Gestionar procesos en el punto de venta 8. Mantenerse al día con la información de los productos 	

9.	Conocer a detalle nuestros productos con el fin de brindar un excelente servicio al cliente.
10.	Seguir y cumplir con todas las políticas y procedimientos de la empresa.

Tabla 26. Manual de Funciones de asistente de ventas. Fuente: elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Director de área logística
Dependencia:	Operaciones
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en ingeniería industrial, logística o carreras afines.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos relacionados.
Formación y competencias:	Manejo de inventarios Organización de personal Manejo de maquinaria y equipo
Objetivo Principal	
Controlar y gestionar la logística y distribución de materias primas, productos en procesos y productos terminados. Administración de inventarios.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Control de materia primas 2. Control y gestión de stock de materiales en el almacén y materia primas 3. Administración de requerimientos de producción 4. Control de descargas 5. Distribución física 6. Administración de almacén 7. Control de almacén 8. Control de stock punto de venta 	

Tabla 27. Manual de Funciones de área logística. Fuente: elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Director del área de producción
Dependencia:	Operaciones
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	

Educación:	Profesional en ingeniería de producción, ingeniería de alimentos, ingeniera industrial o a fines.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares.
Formación y competencias:	
Objetivo Principal	
Responsable de la planeación y ejecución de la producción. Responsable de organizar, controlar y manejar las operaciones del área productiva garantizando que todos los procesos se lleven a cabo de forma adecuada y bajo el cumplimiento de los requerimientos de calidad, legales y políticas establecidas por la compañía.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación de la producción 2. Higiene de la planta 3. Seguimiento de condiciones de fabricación de productos 4. Elaboración, actualización y cumplimiento de los procedimientos de operación y técnicas de fabricación. 5. Aprobar los procedimientos relacionados con la fabricación de productos. 6. Coordinar el mantenimiento preventivo del equipo de fabricación. 7. Trabajar en conjunto con el área de calidad para garantizar que los el control de calidad en la fabricación de los productos. 	

Tabla 28. Manual de Funciones de director de área de producción. Fuente: elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Operario de producción
Dependencia:	Operaciones
Número de Cargos:	Dos (2)
Reporta a:	Jefe del área de producción
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en producción y/o manejo de productos alimenticios.
Experiencia laboral:	Un (1) año en cargos a fines.
Formación y competencias:	Operar maquinaria Manejo de alimentos Sugerir maneras de optimizar el proceso Conocer el proceso de producción
Objetivo Principal	
Participar activamente en cada uno de los pasos para la elaboración de los diferentes productos que ofrece la compañía.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fabricación de productos lácteos 	

2.	Operación de maquinaria requerida para la producción
3.	Limpieza y mantenimiento de equipo e instalaciones de trabajo

Tabla 29. Manual de Funciones de operario de producción. Fuente: elaboración industrial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Jefe de calidad
Dependencia:	Operaciones
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Director de área de producción
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en ingenierías con especialización en control de calidad.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos relacionados.
Formación y competencias:	Control de calidad Auditoria Liderazgo Buena comunicación
Objetivo Principal	
Planificar las políticas, estrategias, enlaces y programas comerciales en corto, mediano y largo plazo, orientado a una alta productividad y responsabilidad social, asegurándose que la compañía incremente ingresos y participación en el mercado.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar el sistema de gestión de calidad 2. Garantizar el control de calidad en todos los procesos tanto internos como externos de la compañía 3. Asegurar el mejoramiento continuo de los procesos de la compañía 4. Comunicar al gerente las actividades que se deben realizar con el fin de asegurar el mejoramiento continuo de la compañía 5. Evaluar, verificar, y controlar los procesos de calidad. 6. Asegurar el control de calidad de materia primas y productos terminados. 	

Tabla 30. Manual de Funciones de jefe de calidad. Fuente elaboración propia

6. Módulo de impacto social, económico y ambiental

6.1 Impacto social

El municipio de San Benito Abad es una tierra llena de oportunidades para emprender, dada su ubicación estratégica, en vecindad con los Departamentos de Córdoba y Bolívar, además de sus condiciones hidrográficas y geográficas. Por eso la empresa PROLASAN, espera

aprovecharse de todos esos factores para construir una empresa prospera que brinde a los habitantes del municipio principalmente oportunidades de trabajo y generar ingresos.

Cuando los habitantes de una población tienen empleos y fuentes para obtener ingresos, las condiciones sociales de la población mejoran notablemente, porque la economía se mueve más, las personas mejoran sus condiciones de vida, los niños van a la escuela, se educan y todo esto se ve reflejado en el crecimiento y desarrollo del municipio.

La formalización del trabajo de los ganaderos mediante nuestra empresa sería un gran paso para cientos de campesinos que se dedican a comercializar leche de forma artesanal, y sin las condiciones higiénicas necesarias. Con nuestra empresa también se espera que la salud de la población mejore y no se vea tan afectada por enfermedades causadas por el consumo de estos productos hechos de forma artesanal, ya que las personas empezarían a consumir productos de calidad y que cumplan a cabalidad con todas las normas sanitarias y ambientales.

6.2 Impacto económico

PROLASAN como empresa en funcionamiento, espera beneficiar a varios sectores de la población en cuando al aspecto económicos:

- 1) a la población mediante la generación de empleo directo.
- 2) a los finqueros y pequeños productores de leche, que en muchas ocasiones no tienen quien les compre su producto.
- 3) a la región, incentivando el movimiento de la económica local y regional con la comercialización de productos hechos en nuestra población.

6.3 Impacto ambiental

El impacto ambiental que tenga la empresa en la región es fundamental para su funcionamiento dado que un mal manejo de residuos puede hacernos incurrir e faltas que ocasionen el cierre la misma. Por tal razón es de suma importancia para nosotros en PROLASAN, hacer una buena disposición final de residuos generados productos del proceso productivo. Así mismo el buen uso de aguas y suelos, buscando una producción rentable y en armonía con el entorno que rodea a la empresa.

También en cierto que la empresa no es la única responsable de un buen manejo ambiental, por lo que es necesario educar también a los campesinos y ganaderos productores de leche sobre el buen uso de suelos y pastos, con aras de mejorar su producción y promover el cuidado del ambiente, lo cual implica un beneficio directo tanto para la empresa como para la comunidad en general.

7. Modulo financiero

7.1 Inversiones

OBRAS FÍSICAS					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil
Adecuaciones de Planta y Producción	M2	207.5	32,972	6,841,690	20
Adecuaciones de Oficina	M2	45.1	23,750	1,071,125	20
Adecuaciones Zona de Labores y Exterior	M2	24	15,077	361,848	20
Adecuaciones de Baños y Vistiere	M2	27	34,920	942,840	20
Instalación de aires acondicionados y ventiladores	Und.	1	850,000	850,000	5

Adecuaciones varias de sistema eléctrico, puertas, acueducto, alcantarillado y de gas	Und	1	1,200,000	1,200,000	20
TOTAL				11,267,503	

Tabla 31. obras físicas. Fuente: elaboración propia

Se requieren \$11,267,503 de pesos en obras físicas para adecuaciones requeridas.

INVERSIONES EN MAQUINARIA Y EQUIPO				
Detalle de inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil en AÑOS
Cantina lechera de 40 litros	15	380,000	5,700,000	10
Mesa en acero inoxidable	2	960,000	1,920,000	10
Estufa industrial	1	450,000	450,000	10
Olla caldero en aluminio 50*50	4	148,000	592,000	10
Cucharones en acero	2	70,900	141,800	10
Aire acondicionado +	1	4,448,239	4,448,239	5
Balanza digital	1	84,600	84,600	5
Termómetro digital	1	13,900	13,900	5
Empacadora al vacío manual	1	313,900	313,900	5
Selladora manual	1	90,000	90,000	5
Lira en acero	2	83,240	166,480	10
Herramientas en acero	2	49,900	99,800	5
Herramientas varias	1	80,000	80,000	5
Tina de cuajado	1	3,000,000	3,000,000	10
Codificadora de fecha y lote manual	1	390,000	390,000	5
Prensa manual	2	980,000	1,960,000	5
Maquina envasadora de líquidos	1	870,000	870,000	5
Estantería metálica	4	130,000	520,000	10
Ventilador industrial	2	272,900	545,800	10
Ventilador de techo	2	145,000	290,000	10
Azafate en acero	2	128,500	257,000	10
TOTAL	-	-	21,933,519	-

Tabla 32. Inversiones en maquinaria y equipo. Fuente: elaboración propia

Se requiere en total una inversión de \$21,933,519 pesos para el correcto funcionamiento de la planta. Los instrumentos a utilizar están elaborados en materiales que brindan higiene en la actividad de producción.

INVERSIONES EN MUEBLES Y ENSERES				
Detalle de inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil en AÑOS
Escritorio oficina A	1	259,900	259,900	10
Escritorio oficina B	1	159,900	159,900	10
Sillas para escritorio	2	109,900	219,800	10
Aire acondicionado	1	769,900	769,900	5
Computador	2	1,195,600	2,391,200	5
Teléfono inalámbrico	1	198,900	198,900	5
Dispensador de agua	1	429,900	429,900	5
Silla para atención publico	4	49,900	199,600	5
TOTAL	-	-	4,629,100	

Tabla 33. Inversiones en muebles y enseres. Fuente: elaboración propia

Para la parte administrativa se requieren muebles que suman un total de \$ 4,629,100 pesos. Los costos de dichos muebles y enseres se presentan a precios cotizados en internet.

INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	
Detalle de inversión	Costo total
Estudio de pre factibilidad	740,000
Estudio de factibilidad	1,150,000
Licencia, trámites y registros (incluye INVIMA)	5,449,400
Puesta en marcha	500,000
Imprevistos	350,000
TOTAL	8,189,400

Tabla 34. Tabla 34: Inversiones en activos intangibles. Fuentes: elaboración propia

Los activos intangibles son los costos que no representan un bien físico para la empresa, pero significan un gasto necesario para su funcionamiento. Son documentos, trámites y demás gastos requeridos; se incluye el valor a pagar por el registro Invima, para el caso de la empresa incluye a ambos productos. En total representan \$8,189,400 pesos.

7.2 Distribución de costos

COSTO DE MANO DE OBRA				
Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Costo total
Mano de Obra Directa				
Supervisor de producción	950,000	11,400,000	5,970,180	17,370,180
Operario de producción	925,148	11,101,776	5,814,000	16,915,776
Total	-	22,501,776	11,784,180	34,285,956

Tabla 35..Costos de mano de obra. Fuente: elaboración propia

La mano de obra de la empresa está representada su totalidad por mano de obra directa. La remuneración de los empleados suma en total \$22,501,776 anualmente, pero a la empresa le costará \$34,285,956 pesos al año, debido a los sobrecostos como prestaciones sociales, aportes parafiscales y de seguridad social.

Sobrecostos	
Prestaciones sociales	
Cesantías	8.33%
Intereses sobre cesantías	1%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Subtotal	21.83%
Aportes a seguridad social	
Pensión	12%
Salud	8.50%
ARL (Tipo II)	1.04%
Subtotal	21.54%
Parafiscales	
Caja de compensación familiar	4%
ICBF	3%
SENA	2%
Subtotal	9.00%
Total, sobrecostos	52.37%

Tabla 36. sobrecostos. Fuente: elaboración propia

El cuadro de sobre costos detalla los costos agregados que debe costear la empresa sobre el salario de cada empleado.

COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN - QUESO COSTEÑO				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Materiales Directos				
Leche	Lt	154,084	700	107,858,800
Cuajo	Gramo	20,610	80	1,648,800
Empaque y Etiqueta	und	40,275	80	3,222,000
Subtotal Materiales Directos	-	-	-	112,729,600
Materiales Indirectos				
Sal	Lb	9,810	300	2,943,000
Cloruro de calcio	Gramo	9,860	55	542,300
Indumentaria	Und	2	180,000	360,000
Subtotal Materiales Indirectos	-	-	-	3,845,300
TOTAL	-	-	-	116,574,900

Tabla 37. Costos de materiales primer año de operación – queso costeño. Fuente: elaboración propia

Los costos para el primer año de operación de la empresa ascienden a 116,574,900 pesos.

COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN - SUERO COSTEÑO				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Materiales Directos				
Lactosuero	Litro	92,450	-	-
Cereales	Libra	1,980	1,400	2,772,000
Empaque y Etiqueta	und	49,000	80	3,920,000
Subtotal Materiales Directos	-	-	-	6,692,000
Materiales Indirectos				
Sal	Libra	1,450	300	435,000
Indumentaria	Unidad	2	180,000	360,000
Subtotal Materiales Indirectos	-	-	-	795,000
TOTAL	-	-	-	7,487,000

Tabla 38. costos de materiales en el primer año de operación – suero costeño. Fuente elaboración propia

Los costos para la producción de suero costeño equivalen a 7,487,000 pesos para el primer año, el lacto suero empleado no tiene costo pues es producto de la producción del queso.

Para ambos productos, se incluyen los empaques pues por cada unidad se empleará un empaque.

La indumentaria incluye uniforme y calzado para la protección del operario.

COSTOS DE SERVICIOS - PRIMER AÑO DE OPERACIÓN					
Servicios	Unidad de medida	Cantidad	Meses	Costo Unitario	Costo Total
Agua	M3	19	12	1,695	386,460
Energía	KW/mes	903	12	412.4	4,468,766
Gas	M3	26	12	1,072	334,464
Internet y Teléfono	Dúo (internet + teléfono)	1	12	90,000	1,080,000
Adecuaciones y mantenimiento	Mes	1	12	480,000	5,760,000
TOTAL	-	-	-	-	12,029,690

Tabla 39. costos de servicios – primer año de operación. Fuente: elaboración propia

El cuadro detalla el total de los costos en materia de servicios en los que incurriría la empresa. Se determina la cantidad de los servicios que se utilizarán y los costos por unidad son basados en las tasas de cobro fijadas por las empresas en el municipio. Se realiza una distribución de costos por el grado de utilización de cada servicio en cada área de la empresa.

DISTRIBUCION DE COSTOS DE SERVICIOS POR DEPARTAMENTOS					
PRODUCCION					
Servicios	Unidad de medida	(%) Uso en produccion	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Agua	M3	85%	16.15	1,695	328,491
Energía	KW/mes	80%	722.4	412.4	3,575,013
Gas	M3	100%	26	1,072	334,464
Internet y Teléfono	Dúo (internet + teléfono)	0%	0	90,000	0
Adecuacion y mantenimiento	Mes	50%	0.5	480,000	2,880,000
SUBTOTAL					7,117,968
ADMINISTRACION					
Agua	M3	15%	2.85	1,695	57,969
Energía	KW/mes	20%	180.6	412.4	893,753
Gas	M3	0%	0	1,072	0
Internet y Teléfono	Dúo (internet + teléfono)	100%	1	90,000	1,080,000
Adecuacion y mantenimiento	Mes	50%	0.5	480,000	2,880,000
SUBTOTAL					4,911,722
TOTAL					12,029,690

Tabla 40. Distribución de costos de servicios por departamentos. Fuente: elaboración propia

La departamentalización de costos divide porcentualmente la carga de costos para ambas partes de la empresa directamente proporcional al uso de cada servicio.

GASTOS POR DEPRECIACIÓN								
Activos de producción	Vida Útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor residual
Activos de producción								
Adecuaciones de planta	20	6,841,690	342,084	342,084	342,084	342,084	342,084	5,131,267
adecuacionwa Zona de Labores y Exterior	20	361,848	18,092	18,092	18,092	18,092	18,092	271,386
instalacion de aires acondicionados y ventiladores	5	850,000	170,000	170,000	170,000	170,000	170,000	0
Adecuaciones varias de sistema eléctrico, puertas, acueducto, alcantarillado y de gas	20	1,200,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	900,000
Cantina lechera de 40 litros	10	5,700,000	570,000	570,000	570,000	570,000	570,000	2,850,000
Mesa en acero inoxidable	10	1,920,000	192,000	192,000	192,000	192,000	192,000	960,000
Estufa industrial	10	450,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	225,000
Olla caldero	10	592,000	59,200	59,200	59,200	59,200	59,200	296,000
Cucharones en acero	10	141,800	14,180	14,180	14,180	14,180	14,180	70,900
Termómetro dijital	5	13,900	2,780	2,780	2,780	2,780	2,780	0
Aire acondicionado	5	4,448,239	889,648	889,648	889,648	889,648	889,648	0
Empacadora al vacío manual	5	313,900	62,780	62,780	62,780	62,780	62,780	0
Selladora manual	5	90,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	0
Lira en acero	10	166,480	16,648	16,648	16,648	16,648	16,648	83,240
Herramientas en acero	5	99,800	19,960	19,960	19,960	19,960	19,960	0
Herramientas en acero	5	80,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	0
Tina de cuajado	10	3,000,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	1,500,000
Codificadora de fecha manual	5	390,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	0
Presna manual	10	1,960,000	196,000	196,000	196,000	196,000	196,000	980,000
envasadora de líquidos	5	870,000	174,000	174,000	174,000	174,000	174,000	0
Estantería metálica	10	520,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	260,000
Ventilador industrial	10	545,800	54,580	54,580	54,580	54,580	54,580	272,900
Ventilador de techo	10	290,000	29,000	29,000	29,000	29,000	29,000	145,000
Azafate en acero	5	257,000	51,400	51,400	51,400	51,400	51,400	0
Balanza digital	5	84,600	16,920	16,920	16,920	16,920	16,920	0
Total, activos de producción		31,187,057	3,448,272	3,448,272	3,448,272	3,448,272	3,448,272	13,945,693
Activos de administración								
Adecuaciones de oficina	20	1,071,125	103,906	103,906	103,906	103,906	103,906	1,558,590
Adecuacion de baño y vestier	20	942,840	90,791	90,791	90,791	90,791	90,791	1,361,864
Escritorio oficina A	10	259,900	25,990	25,990	25,990	25,990	25,990	129,950
Escritorio oficina B	10	159,900	15,990	15,990	15,990	15,990	15,990	79,950
Sillas para escritorio	10	219,800	21,980	21,980	21,980	21,980	21,980	109,900
Aire acondicionado	5	769,900	153,980	153,980	153,980	153,980	153,980	0
Computador	5	2,391,200	478,240	478,240	478,240	478,240	478,240	0
Teléfono de mesa	5	198,900	39,780	39,780	39,780	39,780	39,780	0
Sillas para atencion publico	5	199,600	39,920	39,920	39,920	39,920	39,920	0
Dispensador de agua	5	429,900	85,980	85,980	85,980	85,980	85,980	0
Total, activos de administración		6,643,065	1,056,557	1,056,557	1,056,557	1,056,557	1,056,557	3,240,254
TOTAL	-	37,830,122	4,504,829	4,504,829	4,504,829	4,504,829	4,504,829	17,185,947

Tabla 41. Gastos Por Depreciación. Fuente: elaboración propia

El cuadro detalla los gastos por depreciación de los activos de producción y administración, alguno activos tienen un valor residual de 0 al año 5 pues su vida útil es de ese tiempo, otros en cambio, tienen una vida útil de 20 años. Los gastos por depreciación al año 1 representan \$4,504,829 pesos.

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS							
Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor a amortizar				
			1	2	3	4	5
gastos pre operativos	5	7,367,902	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580
Valor a amortizar	-	-	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580

Tabla 42. Amortización de gastos diferidos. Fuente: elaboración propia

Gastos pre operativos en este caso corresponden a los activos intangibles mencionados anteriormente, se amortizan a 5 años. Para el primer año es un total de \$1,473,580.

REMUNERACION AL PERSONAL ADMINISTRATIVO				
Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Remuneración Total anual
Gerente	1,297,032	15,564,384	8,151,068	23,715,452
TOTAL	1,297,032	15,564,384	8,151,068	23,715,452

Tabla 43..Remuneración al personal administrativo. Fuente: elaboración propia

Se detalla la remuneración salarial del gerente, el cuál devengará un salario de \$1,297,032 mensuales, para la empresa representa anualmente un total de \$23,715,452 incluyendo los sobrecostos en prestaciones y demás.

REMUNERACION AL PERSONAL DE VENTAS				
Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Remuneración Total anual
Jefe de ventas	511,090	6,133,080	3,211,894	9,344,974
TOTAL	511,090	6,133,080	3,211,894	9,344,974

Tabla 44. Remuneración al personal administrativo. Fuente: elaboración propia

El salario a pagar al encargado de mercadeo y ventas, será un sueldo de \$511,090 mensuales. Para la empresa la carga salarial y los sobrecostos representan \$9,344,974 de pesos.

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Detalle	Costo mensual	Costo anual
Útiles y papelería	40,000	480,000
Elementos de aseo	35,000	420,000
Cafetería	20,000	240,000
Industria y Comercio	34,270	411,240
TOTAL	-	1,551,240

Tabla 45. Otros gastos administrativos. Fuente: elaboración propia

Los otros gastos administrativos equivalen a \$ 1,551,240 al año. Comprenden gastos varios de papelería, cafetería, el impuesto mensual de Industria y Comercio y los elementos de aseo e higienización a la planta y empresa.

GASTOS DE VENTAS		
Detalle	Costo mensual	Costo anual
Gastos de distribución	280,000	3,360,000
Salario jefe de ventas	877,803	10,533,636
Publicidad	145,000	1,740,000
TOTAL	-	15,633,636

Tabla 46. Gastos De Ventas. Fuente: elaboración propia

Los gastos por concepto de ventas ascienden a \$15,633,636 mensuales, incluye la carga salarial del jefe de ventas más sobrecostos. Los gastos de publicidad se indican en el módulo de

mercado, esta cantidad de dinero irá dirigida a estas actividades. Por último, la distribución corresponde a los pagos por el transporte de los productos a los clientes.

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS (primer año)							
DETALLE	COSTO	QUESO COSTEÑO			SUERO COSTEÑO		
		%	Costo Fijo	Costo Variable	%	Costo Fijo	Costo Variable
Costo de producción							
Mano de Obra directa	34,285,956	80%		27,428,765	20%		6,857,191
Mano de Obra indirecta		80%		0	20%		-
Materiales directo	119,421,600	80%		95,537,280	20%		23,884,320
Materiales indirecto	4,640,300	80%	4,176,270		20%		
Servicios públicos	7,117,968	80%	5,694,374		20%	1,423,594	
Depreciación	3,448,272	80%	2,758,618		20%	689,654	
Adecuación y mantenimiento	2,880,000	80%	2,304,000		20%	576,000	
Subtotal costos de producción	171,794,096		14,933,262	122,966,045		2,689,248	30,741,511
Gastos de administración							
Sueldos y prestaciones	23,715,452	80%	18,972,362		20%	4,743,090	
Otros Gastos de administración	1,551,240	80%	1,240,992		20%	310,248	
Amortización	1,473,580	80%	1,178,864		20%	294,716	
Depreciación	1,056,557	80%	845,246		20%	211,311	
Adecuación y mantenimiento	2,880,000	80%	2,304,000		20%	576,000	
Servicios públicos	4,911,722	80%	3,929,378		20%	982,344	
subtotal gastos de administración	35,588,551		28,470,841			7,117,710	
Gastos de venta							
Gastos de distribución	3,360,000	80%	2,160,000		20%	240,000	
Salario jefe de venta	9,344,974	90%	8,410,477		10%	934,497	
Publicidad	1,740,000	80%	1,350,000		20%	150,000	
Subtotal gastos de venta	14,444,974		11,920,477			1,324,497	
Total, costos			55,324,580	122,966,045		11,131,455	30,741,511
Total, costos por producto				178,290,625			41,872,966
TOTAL				220,163,591			

Tabla 47. Distribución de costos (primer año). Fuente: elaboración propia

El cuadro anterior agrupa los costos y gastos en lo que incurriría la empresa en su primer año de funcionamiento.

Los costos totales suman \$ 220,163,591 de pesos. Se aplica una distribución de dichos costos para que la carga de costos de materiales directos no sea dirigida al 100% para el queso costeño, así, se divide el 80% para el queso costeño y el 20% para el suero costeño, producto que también depende de la leche, pero en menor medida.

7.3 Punto de equilibrio

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
	QUESO	SUERO
PE=CFT/(PVU-CVU)	31,234	6,764
PVU=CU+((CUxM)/(100-M))	4,354	3,723
CU= CT/CP	3,744	2,829
CVU=CVT/Q	2,582	2,077
CANTIDAD (Q)	47,620	14,800
MARGEN DE GANANCIA (%)	14	24

Tabla 48. Punto de equilibrio. Elaboración propia.

El punto de equilibrio para el queso costeño es de 31,234 unidades y de 6,764 unidades para el suero costeño, estos valores representan el mínimo total de unidades anuales que debería vender la empresa para no presentar ni pérdidas ni ganancias.

7.4 Capital de trabajo

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de operación	168,345,824
Gastos de administración	33,058,414
Gastos de ventas	14,444,974
Costos operacionales por año	215,849,212

Tabla 49. Inversión en capital de trabajo. Fuente: elaboración propia.

Los costos operacionales por año del capital de trabajo equivalen a \$215,849,212 de pesos.

Costo de Operación de Capital de Trabajo				
Costos operacionales por año	Días por año	Días de recuperación	Costos de operación por día	Costo de operación a 120 días
215,849,212	360	120	599,581	71,949,737

Tabla 50. Costo de operación de capital de trabajo. Fuente: elaboración propia

Los costos de la operación del capital de trabajo en un periodo de recuperación de 3 meses representan \$71,949,737 de pesos. Este plazo de tiempo representa los meses en los que la empresa se encuentra en un periodo de adaptación y recuperación, por tanto, se presupuestan los costos para este tiempo.

PROYECCIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO			
71,949,737	3.97%		
74,806,142	3.97%	2,856,405	
77,775,946	3.97%	2,969,804	
80,863,651	3.97%	3,087,705	
84,073,938	3.97%	3,210,287	

Tabla 51. Proyección de capital de trabajo. Fuente elaboración propia

El capital de trabajo se proyecta para los años siguientes, así como su incremento, que en este caso en particular se aplicará un incremento porcentual aplicando el IPC, que para el presente año es de 1,97% (DANE, 2020); además, se pronostica un crecimiento del 2% del volumen de ventas anualmente, dando como resultado un 3,97% como tasa que ayuda a trasladar los costos del capital de trabajo a los años siguientes y proyecta los cambios que presentará.

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO						
Elemento	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Capital de trabajo	-71,949,737	-2,856,405	-2,969,804	-3,087,705	-3,210,287	
Total	-71,949,737	-2,856,405	-2,969,804	-3,087,705	-3,210,287	

Tabla 52. inversión en capital de trabajo. Fuente: elaboración propia

El recuadro anterior detalla la inversión del capital de trabajo desde el año 0 hasta el año 4, y las variaciones que presentará.

INVERSIONES FIJAS DEL PROYECTO						
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activos fijos tangibles						
Obras físicas	-11,267,503					
Maquinaria y equipos	-21,933,519					
Muebles y enseres	-4,629,100					
Subtotal	-37,830,122					
Activos diferidos						
Gastos Pre operativos	-8,189,400					
Subtotal	-8,189,400					
TOTAL, INVERSIÓN	-46,019,522					

Tabla 53. Inversiones fijas para el proyecto. Fuente: elaboración propia

Las inversiones fijas del proyecto equivalen a \$46,019,522 de pesos.

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS						
Elemento	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activos tangibles						
Activos de producción						13,945,693
Activos de administración						3,240,254
Subtotal, valor residual de activos tangibles						17,185,947
Activos intangibles						
Valor residual de capital de trabajo						84,073,938
Total, valor residual						101,259,885

Tabla 54. Valor residual en activos. Fuente: elaboración propia

El valor residual de los activos en 5 años es de \$ 101,259,885 de pesos, se suman los activos de producción y administración menos la depreciación, y se le suma el valor residual del capital de trabajo al finalizar los 5 años.

7.5 Flujo neto de inversión

FLUJO NETO DE INVERSIÓN						
Elemento	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inversión fija	-46,019,522					
Capital de trabajo	-71,949,737	-2,856,405	-2,969,804	-3,087,705	-3,210,287	
Valor residual						101,259,885
FLUJO NETO DE INVERSIÓN	-117,969,259	-2,856,405	-2,969,804	-3,087,705	-3,210,287	101,259,885

Tabla 55. Flujo neto de inversión. Fuente: elaboración propia.

En el cuadro se detalla el flujo neto de inversión del proyecto hasta el año 5.

7.6 Proyecciones financieras

INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS AÑO 2021
Queso Costeño	47,620	4,354	207,314,680
Suero Costeño	14,800	3,723	55,096,009
TOTAL			262,410,689
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS AÑO 2022
Queso Costeño	48,572	4,439	215,611,108
Suero Costeño	15,096	3,798	57,334,608
TOTAL			272,945,716
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS AÑO 2023
Queso Costeño	49,543	4,527	224,281,161
Suero Costeño	15,398	3,881	59,759,638
TOTAL			284,040,799
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS AÑO 2024
Queso Costeño	50,535	4,616	233,269,560
Suero Costeño	15,706	3,948	62,007,288
TOTAL			295,276,848
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS AÑO 2025
Queso Costeño	51,545	4,707	242,622,315
Suero Costeño	16,020	4,026	64,496,520
TOTAL			307,118,835

Tabla 56. Ingreso por ventas. Fuente: elaboración propia.

Para la determinación de la proyección de ventas y costos se implementó el IPC de 2020 del 1,97%, más un crecimiento del 2% del volumen de ventas por año. El cuadro contiene el presupuesto de ventas del año 1 y las ventas proyectadas para los años siguientes. el precio se incrementará empleando la tasa del IPC mencionada anteriormente.

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Costos directos					
Mano de Obra Directa	34,285,956	35,461,964	36,678,310	37,936,376	39,237,593
Materiales Directos	119,421,600	124,162,638	129,092,894	134,216,842	139,545,251
Total, Costos Directos	153,707,556	159,624,602	165,771,204	172,153,218	178,782,844
Mano de Obra Indirecta	0				
Materiales Indirectos	4,640,300	4,824,520	5,016,053	5,215,191	5,422,234
Depreciación	3,448,272	3,448,272	3,448,272	3,448,272	3,448,272
Servicios públicos	7,117,968	7,258,192	7,401,178	7,546,982	7,695,657
Total, Costos Indirectos	15,206,540	15,530,984	15,865,503	16,210,445	16,566,163
Total, Costos de la Operación	168,914,096	175,155,586	181,636,707	188,363,663	195,349,007

Tabla 57. Presupuesto de costos de producción. Fuente: elaboración propia.

El presupuesto de costos de producción indica los costos a futuro en un periodo de 5 años, se multiplica los materiales directos e indirectos por el crecimiento de ventas más el IPC, es decir el 3,97%.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldos y Prestaciones	23,715,452	24,182,646	24,659,045	25,144,828	25,640,181
Otros Gastos de Administración	1,551,240	1,581,799	1,612,961	1,644,736	1,677,138
Amortización	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580
Depreciación	1,056,557	1,056,557	1,056,557	1,056,557	1,056,557
Servicios públicos	4,911,722	5,008,483	5,107,150	5,207,761	5,310,354
Total, Gastos de Administración	32,708,551	33,303,065	33,909,293	34,527,462	35,157,810

Tabla 58. Presupuesto de gastos de administración. Fuente: elaboración propia

Se detallan los gastos de administración a 5 años, multiplicando por la tasa de crecimiento de IPC de 1,97%, la depreciación y amortización se mantiene constante.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA					
Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos de distribución	3,360,000	3,426,192	3,493,688	3,562,514	3,632,695
Salario jefe de venta	9,344,974	9,529,070	9,716,793	9,908,213	10,103,405
Publicidad	1,740,000	1,774,278	1,809,231	1,844,873	1,881,217
Total, Gastos de Venta	14,444,974	14,729,540	15,019,712	15,315,600	15,617,317

Tabla 59. Presupuesto de gasto de venta. Fuente: elaboración propia

El cuadro de presupuesto de gastos de ventas contiene los gastos a 5 años, multiplicados por la tasa del IPC.

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES					
Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Total, Costos de Producción	168,914,096	175,155,586	181,636,707	188,363,663	195,349,007
Total, Gastos de Administración	32,708,551	33,303,065	33,909,293	34,527,462	35,157,810
Total, Gastos de Ventas	14,444,974	14,729,540	15,019,712	15,315,600	15,617,317
Total, Costos Operacionales	216,067,621	223,188,191	230,565,712	238,206,725	246,124,134

Tabla 60. presupuesto de costos operacionales. Fuente: elaboración propia

El cuadro de presupuesto de costos operacionales agrupa los costos y gastos operacionales, proyectando a 5 años el crecimiento de estos costos.

FLUJO NETO DE OPERACIÓN					
Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos operacionales	262,410,689	272,945,716	284,040,799	295,276,848	307,118,835
Menos Egresos operacionales	216,067,621	223,188,191	230,565,712	238,206,725	246,124,134
Utilidad operacional	46,343,067	49,757,525	53,475,087	57,070,123	60,994,701
Menos Impuesto (33%)	19,173,738	20,467,253	21,809,474	23,236,351	24,718,083
Utilidad neta	27,169,329	29,290,272	31,665,613	33,833,772	36,276,618
Más Depreciación	4,504,829	4,504,829	4,504,829	4,504,829	4,504,829
Más Amortización	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580
Total, Flujo Neto de Operación	33,147,738	35,268,681	37,644,022	39,812,181	42,255,027

Tabla 61. flujo neto de operación. Fuente: elaboración propia.

7.7 Flujo neto de operación

El recuadro de flujo neto de inversión indica el de la operación donde se contrastan los ingresos menos los egresos, y se restan los impuestos.

7.8 Flujo neto del plan de negocios

FLUJO NETO DEL PROYECTO						
Detalle	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo neto de inversión	- 117,969,259	-2,856,405	-2,969,804	-3,087,705	-3,210,287	101,259,885
flujo neto de operación		33,147,738	35,268,681	37,644,022	39,812,181	42,255,027
Total, Flujo Neto del proyecto	- 117,969,259	30,291,334	32,298,877	34,556,317	36,601,894	143,514,912

Tabla 62. Flujo neto del proyecto. Fuente: elaboración propia

El cuadro flujo neto de inversión contiene la suma del flujo neto de inversión más el flujo neto de la operación, dando como resultado para el año 5 un total de \$ 184,092,304 pesos.

7.9 Evaluación financiera

7.9.1 VPN

Valor Presente Neto		
0	-117,969,259	
1		26,340,290
2		24,422,591
3		22,721,339
4		20,927,252
5		71,352,275
VPN de ingresos		165,763,748
VPN de egresos	-117,969,259	
Valor Presente Neto		47,794,489

Tabla 63. Valor presente neto. Fuente: elaboración propia.

Para el caso de estudio, el valor presente neto de la inversión arroja un resultado de \$47,794,489 de pesos, razón por la cual, desde el método VPN el proyecto resulta viable.

7.9.2 TIR

Tasa Interna de Retorno		
2020	-165,547,433	
2021		26,340,290
2021		24,422,591
2023		22,721,339
2024		20,927,252
2025		71,352,275
VPN de ingresos		165,763,748
VPN de egresos	-117,969,259	
TIR		27%

Tabla 64. tasa interna de retorno. Fuente: elaboración propia.

La tasa interna de retorno del proyecto arroja valores superiores a la tasa de expectativa del 15%, dando como resultado un 31%, que significa que el proyecto tiene la capacidad para cubrir los egresos y generar beneficios por encima de la tasa mínima.

7.9.3 RC / C

Relación Beneficio/Costo	
VPN de ingresos	165,763,748
VPN de egresos	117,969,259
R B/C	1.41

Tabla 65. relación beneficio/ costo. Fuente: elaboración propia.

El ejercicio demuestra que el proyecto presenta una relación beneficio/costo de 1.55, que supone que por cada peso invertido en la empresa se obtendrán de ganancia 0.55 pesos, superando así, a la tasa de expectativa.

8. Fuentes de financiación

La presente creación de empresas será presentada a la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Córdoba para gestionar recursos, además se tiene también la intención de presentar el proyecto PROLASAN ante el fondo emprender del SENA, con el fin de ser evaluado y aprobado en una de las convocatorias vigentes para la fecha, buscando de esta forma que sean otorgados todos o la mayor parte de los recursos que se necesitan para la puesta en marcha del proyecto. Esto se hace ya que las autoras del proyecto como el tema del proyecto en sí califican para ser presentado en este fondo.

9. Conclusiones

➤ El estudio de mercado realizado en la población nos confirma que existe demanda insatisfecha lo suficientemente grande para poner en marcha el proyecto con el fin de satisfacer esta demanda en la población estudiada.

- El estudio de mercado también nos demostró que los productos tendrían una buena aceptación del público, de igual forma la mayor parte de la población analizada esta de acuerdo con que se realice la apertura de una empresa productora de lácteos en la zona.

- Los precios fijados para los productos Queso Costeño y el Suero Costeño en el primer año se consideran precios adecuados en base a los costos de producción de cada producto más un margen de ganancias.

- Los estudios realizados para analizar el componente financiero, arrojan que el proyecto resulta viable, debido a que al invertir un capital se obtienen beneficios que sobrepasan a la tasa mínima de oportunidad esperada.

- Desde la parte de evaluación financiera, los métodos señalan que el proyecto promete un VPN de \$47,794,489, una TIR del 27% y una relación beneficio/costo de 1.41; lo anterior nos permite decir que, desde el punto de vista financiero, la propuesta sobre la creación de una empresa de derivados lácteos resulta viable.

10. Recomendaciones

- Se sugiere que la empresa junto con sus proveedores acuerde soluciones convenientes para lo relacionado a la alimentación y manejo del ganado en las diferentes épocas del año y así poder mantener los precios de la materia prima lo más estable posible y que no se vea afectado el precio del producto final.

- Se recomienda que la empresa de ser posible socialice con sus proveedores todos los temas y demás aspectos o nueva tecnología relacionada con el buen manejo del ganado y posteriormente de la leche como materia prima para con esto no perder la línea de higiene y adecuado manejo de los insumos.

- Por la parte financiera se recomienda tener muy en cuenta los pagos tanto de los impuestos como los sobrecostos que se generan para la empresa anualmente, dado que se aplican multas económicas por el no pago de estas o por extemporaneidad, lo cual se verá reflejado en las finanzas de la empresa.

Bibliografía

- DANE. (s.f). “IPC definición”. Recuperado de:
https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_ipc.pdf
- Parra. (2009). “Lactosuero: importancia en la industria de alimentos”. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/rfnam/v62n1/a21v62n1.pdf>
- Sanchez (s.f). “Ley de demanda”. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/ley-de-demanda.html>
- Pedrozsa. (s.f). “Oferta”. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Wattiaux, M. (1996). “Composición de la leche y valor nutricional”. Recuperado de:
<https://ganaderiasos.com/wp-content/uploads/2017/06/COMPOSICION-DE-LA-LECHE-Y-VALOR-NUTRICIONAL-.pdf>
- MADR. (2005). Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Obtenido de Observatorio Agro cadenas Colombia, Documento de trabajo No. 74:
http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/6345/1/2005112162250_caracterizacion_lacteos.pdf
- Grupo Latino. (2006). “Biblioteca Agropecuaria Volvamos al campo”. Ed. Grupo Latino
- Miranda, M. (2010). Gestión de proyectos. Identificación, formulación y evaluación financiera, económica, social y ambiental. Cuarta edición. MM editores. Bogotá D.C., Colombia.
- Rodríguez, J. (2008). Como preparar el plan de negocios. Editorial fundación Confemetal. España.

Méndez, C. (2014). Metodología. Cuarta edición. México, D.F. Editorial Limusa.

DANE. (2020). IPC año 2020. Recuperado de:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

ASOLECHE. (s.f). Suero costeño. Recuperado de: https://asoleche.org/blog_03/

Listado de establecimientos registrados en el municipio Marcos B. (secretario general y administrativo del gobierno departamental): “ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS CON SOLICITUDES DE PERMISO PARA FUNCIONAR EN LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN BENITO ABAD.”

Caracterización económica de las empresas activas en el año 2018 en el municipio de San Benito Abad Sucre”: Registro mercantil de cámara de comercio de Sincelejo.

11. Anexos

11.1 “Formulario aplicado para la investigación de mercados”

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LACTEOS

El siguiente cuestionario se realiza con el fin de recolectar información necesario y suficiente para análisis el comportamiento de la demanda de algunos productos lácteos en la región, con fines netamente académicos.

1) NOMBRES Y APELLIDOS: _____

2) NUMERO DE TELEFONO: _____

3) CORREO ELECTRONICO: _____

4) EDAD

Entre 0 – 18 años	Entre 18 – 30 años	Entre 30 – 45 años	Más de 45 años
-------------------	--------------------	--------------------	----------------

5) OCUPACION

Empleado	Trabajador independiente	Desempleado	Estudiante	Otro
----------	--------------------------	-------------	------------	------

6) ¿consume usted queso?

SI	NO
----	----

7) ¿consume usted suero?

SI	NO
----	----

8) ¿con que frecuencia consume queso?

Diariamente	1-2 veces por semana	Más de 3 veces por semana	Una vez al mes
-------------	----------------------	---------------------------	----------------

9) ¿con que frecuencia consume suero?

Diariamente	1-2 veces por semana	Más de 3 veces por semana	Una vez al mes
-------------	----------------------	---------------------------	----------------

10) ¿Cuántas libras de queso consume semanalmente (valor aproximado)?

Menos de 1	Entre 1-2	Entre 2-4	Más de 4
------------	-----------	-----------	----------

11) ¿Cuánto suero consume semanalmente?

250 ml	½ L	1 L	2 L
--------	-----	-----	-----

12) ¿el producto que consume (queso o suero) contiene empaque, etiqueta o información nutricional?

SI	NO
----	----

13) ¿Qué prefiere usted al momento de comprar queso?

Precio	Sabor	Calidad
Costumbre	Presentación	Otro

14) ¿Qué prefiere usted al momento de comprar suero?

Precio	Sabor	Calidad
Costumbre	Presentación	Otro

15) ¿en qué presentaciones suele comprar queso?

250 gr	½ Lb	1 Lb
1 kilo	2 kilos o mas	

16) ¿en qué presentaciones suele comprar suero?

250 ml	½ L	1 L	2 litros o mas
--------	-----	-----	----------------

17) ¿Qué tipo de queso suele comprar?

Costeño	Mozzarella	Amasado
Tajado	Quesillo	

18) ¿en qué lugares suele comprar usted estos productos (queso, suero)?

Supermercados	Mercado	Tienda
Domicilio	Directamente a quien lo hace	Otro

19) ¿Cuánto paga usted por una libra de queso?

Menos de \$5.000	Entre \$5.000 - \$6.000	Entre \$6.000 - \$7.000	Más de \$7.000
------------------	-------------------------	-------------------------	----------------

20) ¿está satisfecho con el precio que paga por el producto?

SI	NO
----	----

21) ¿Cuánto paga usted por un litro de suero?

Menos de \$4.000	Entre \$4.000 - \$5.000	Entre \$5.000 - \$6.000	Más de \$6.000
------------------	-------------------------	-------------------------	----------------

22) ¿está satisfecho con el precio que paga por el producto?

SI	NO
----	----

23) ¿estaría de acuerdo con la apertura de una empresa productora y comercializadora de estos productos en el municipio?

SI	NO
----	----

11.2 “Análisis de resultados de la investigación de mercados”

PREGUNTA 4 – RANGO DE EDAD

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
0-18	54	14.1
18-30	186	48.4
30-45	141	36.7
más de 45	3	0.8
TOTAL	384	100.0

Tabla 66. Respuestas a la pregunta 4. Fuente elaboración propia

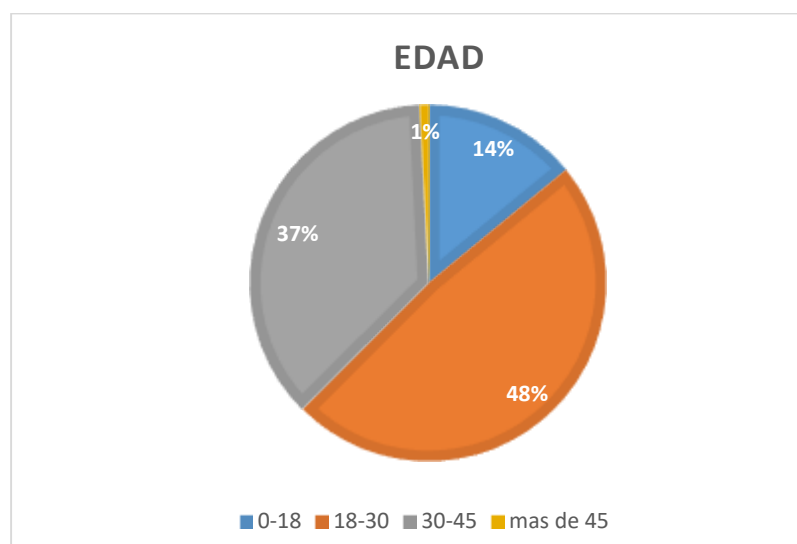


Figura 12. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 4. Fuente elaboración propia

De los datos obtenidos podemos concluir que el 48.8% de nuestros posibles clientes se encuentra entre los 18 y 30 años de edad, mientras que el 36,7% tienen edades entre los 30 y 45 años. De lo anterior podemos decir que nuestra población en su mayoría son personas adultas.

PREGUNTA 5 – OCUPACIÓN

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
empleado	88	22.9
trabajador independiente	36	9.4
desempleado	37	9.6
estudiante	222	57.8
otro	1	0.3
TOTAL	384	100.0

Tabla 67. respuestas a la pregunta 5. Fuente: elaboración propia

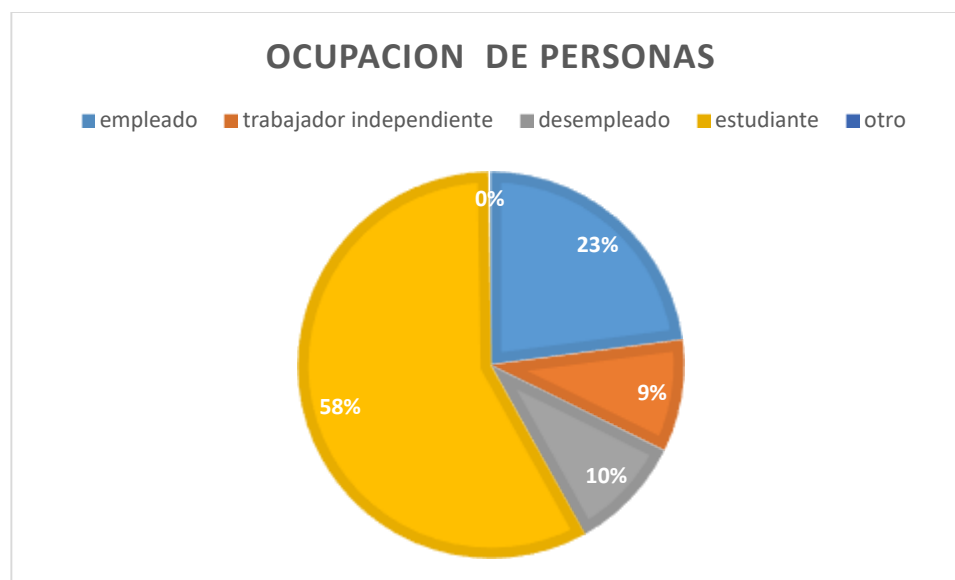


Figura 13. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 5. Fuente: elaboración propia

De acuerdo a las respuestas dadas por parte de los encuestados, 88 Personas se encuentran empleados lo cual representa el 22,9% de la muestra, seguida de 36 personas que son trabajadores independientes con un porcentaje del 9,4%, 37 que se encuentran desempleados siendo un 9,6%; mientras que 222 son estudiantes con un 57,8%, por último, con 1 encuestado que representa el 0,3% del total de la población encuestada se dedica a otra ocupación.

Pregunta 6 - ¿consume usted queso?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
SI	372	96.9
NO	12	3.1
TOTAL	384	100.0

Tabla 68. Respuestas a la pregunta 6. Fuente elaboración propia.

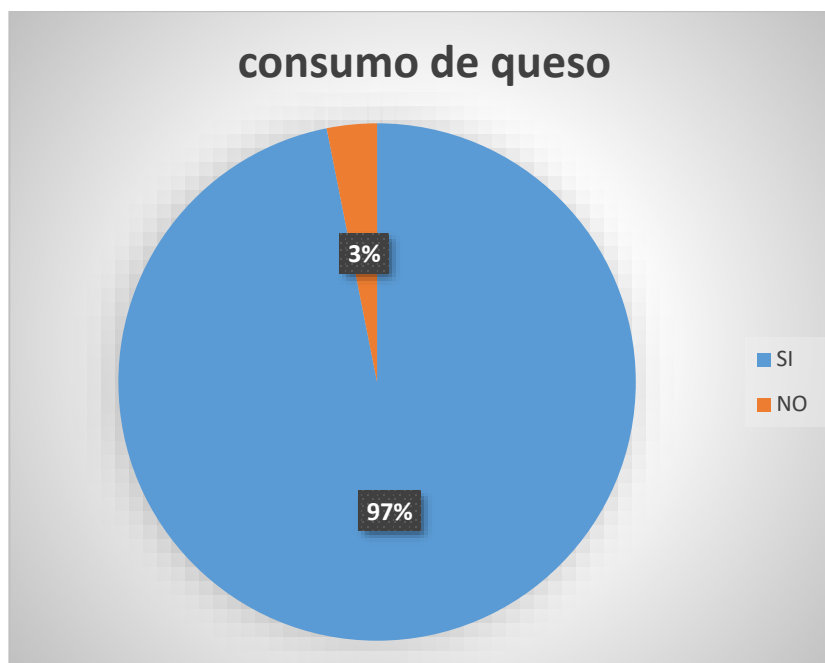


Figura 14. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 6. Fuente elaboración propia.

Basado en la pregunta de la encuesta sobre el consumo de queso, los resultados reflejaron que 372 personas respondieron sí a la pregunta, y 12 contestaron que no consumen queso, lo que corresponde al 97% y 3% respectivamente.

PREGUNTA 7 - ¿consume usted suero?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
SI	363	94.5
NO	21	5.5
TOTAL	384	100.0

Tabla 69. repuestas a la pregunta 7. Fuente: elaboración propia



Figura 15. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 7. Fuente: elaboración propia

como respuesta a esta pregunta del cuestionario, las respuestas arrojaron que 363 personas respondieron sí a la pregunta planteada, mientras que 21 manifestaron que no consumen suero, lo que corresponde al 94,5% y 5,5% respectivamente.

PREGUNTA 8 - ¿con que frecuencia consume queso?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
diariamente	14	3.8
1 - 2 veces por semana	214	57.5
Más de 3 veces por semana	139	37.4
Una vez al mes	5	1.3
TOTAL	372	100.0

Tabla 70. Respuestas a la pregunta 8. Fuente: elaboración propia

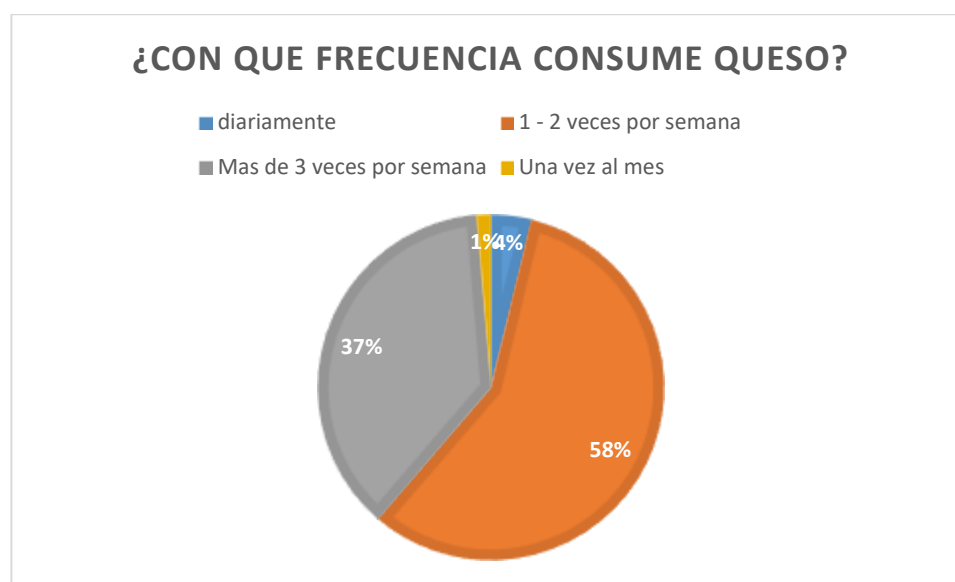


Figura 16. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 8. Fuente: elaboración propia

De acuerdo a las respuestas dadas por parte de los consumidores encuestados, 14 personas consumen queso diariamente representando el 3,8% de la muestra, seguida de 214 que consumen queso 1-2 veces por semana siendo un 57,5%; por último, 139 consumen queso más de 3 veces por semana y 5 de los encuestados solo lo consumen una vez al mes, con valores porcentuales que representan un 37,4% y 1,3% respectivamente.

PREGUNTA 9 ¿con que frecuencia consume suero?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
diariamente	9	2.5
1 - 2 veces por semana	184	50.7
Más de 3 veces por semana	164	45.2
Una vez al mes	6	1.7
TOTAL	363	100.0

Tabla 71. respuestas a las preguntas a la pregunta 9. Fuente: elaboración propia

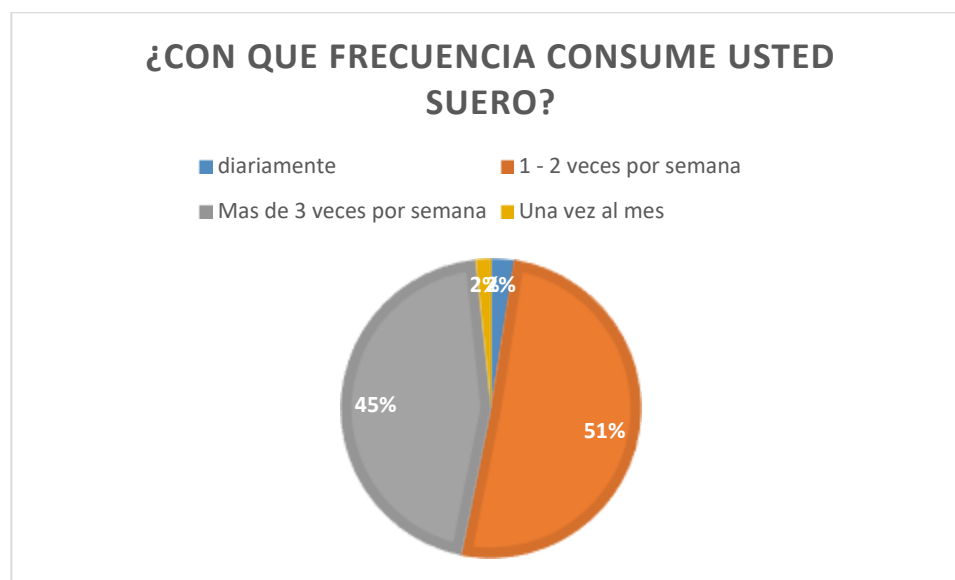


Figura 17. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 9. Fuente: elaboración propia

De las respuestas de los consumidores encuestados, 9 personas consumen suero diariamente representando el 2,5% de la muestra, seguida de 184 que lo consumen entre 2 y 3 veces por semana siendo un 50,7%; por último, 164 personas consumen suero más de 3 veces a la semana y solo 6 lo consumen una vez al mes, lo que en valores porcentuales corresponde a un 45,2% y 1,7% respectivamente.

PREGUNTA 10 - ¿Cuántas libras de queso consume semanalmente?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
Menos de 1	15	4.0
1 y 2	333	89.5
2 y 4	19	5.1
más de 4	5	1.3
TOTAL	372	100.0

Tabla 72. respuestas a la pregunta 10. Fuente: elaboración propia

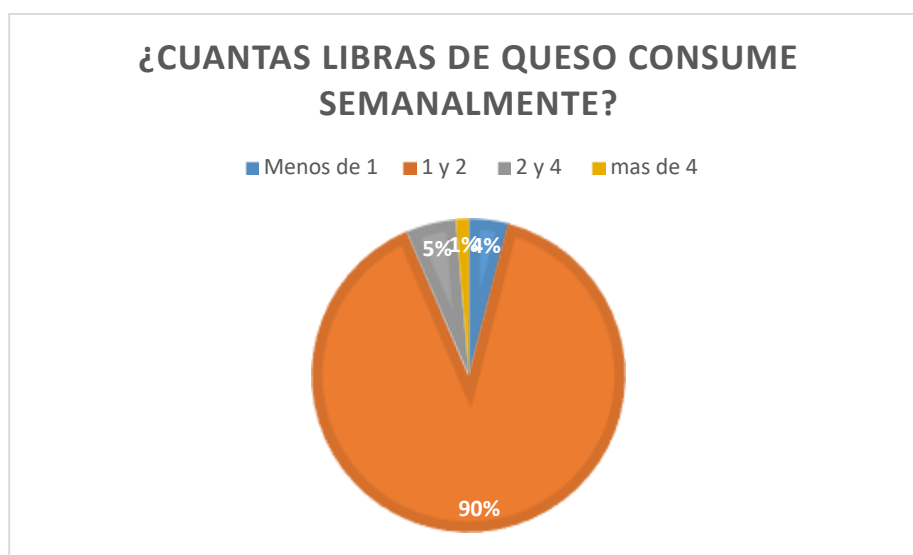


Figura 18. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 10. Fuente: elaboración propia

Las respuestas de los consumidores encuestados sobre las libras de queso que consumen semanalmente fueron de 15 personas consumen menos de 1 libra semanalmente representando el 4% de la muestra, seguida de 33 que consumen entre 1 y 2 libras semanalmente siendo un 89,5%; finalmente, 19 personas de la encuestadas consumen entre 2 y 4 libras a la semana y solo 5 consumen más de 4 libras de queso a la semana, lo que representa un 5,1% y 1,3% respectivamente.

PREGUNTA 11 - ¿cuánto suero consume?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
250 ml	109	30.0
medio litro	233	64.2
1 litro	16	4.4
2 litros	5	1.4
TOTAL	363	100.0

Tabla 73. respuestas a la pregunta 11. Fuente: elaboración propia

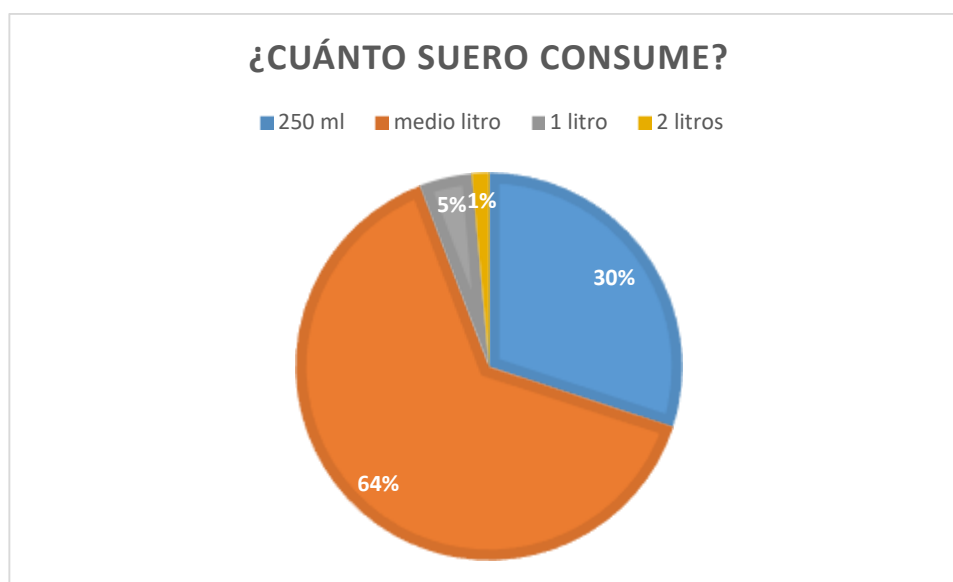


Figura 19. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 11. Fuente: elaboración propia

Según los consumidores encuestados, en 109 personas consumen 250 mililitros semanalmente representando el 30% de la muestra, seguida de 233 que consumen 500 mililitros siendo un 64,2%; por último, 16 personas consumen 1.000 ml a la semana y 5 consumen 2.000 ml a la semana, lo que en valores porcentualmente sería un 4,4% y 1,4% respectivamente.

PREGUNTA 12 - ¿el producto que consume (queso o suero) contiene empaque, etiqueta o información nutricional?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
SI	342	89.5
NO	40	10.5
TOTAL	382	100.0

Tabla 74. respuestas a la pregunta 12. Fuente: elaboración propia.

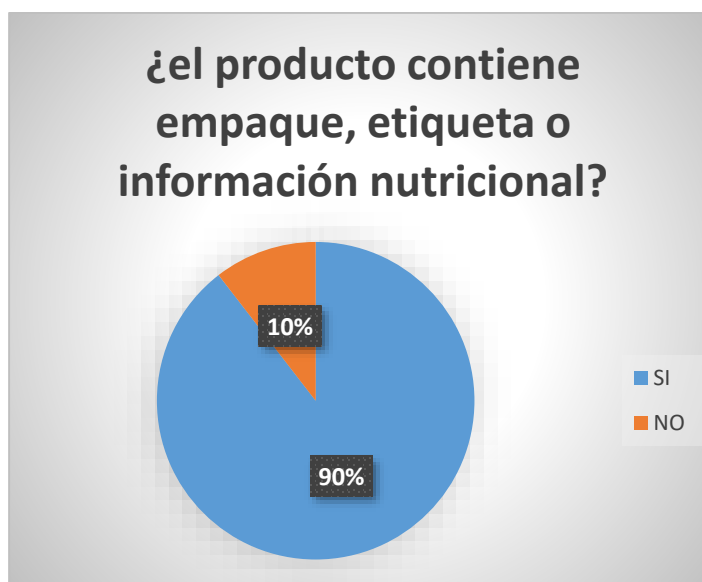


Figura 20. representación gráfica de las repuestas a la pregunta 12. Fuente: elaboración propia

Como respuesta a la pregunta, ¿El producto que compra contiene en su presentación empaques, etiqueta o información nutricional? Los resultados fueron, el 90% de la población respondió que el producto que consume si contiene empaques que lo protejan, etiquetas o información nutricional que lo identifiquen, mientras que el 10% restante contesto que no.

PREGUNTA 15 - ¿en qué presentaciones suele comprar queso?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
250 GR	106	28.5
1/2 lb	226	60.8
1 lb	21	5.6
1 kilo	13	3.5
2 kilos o mas	6	1.6
TOTAL	372	100.0

Tabla 75. respuestas a la pregunta 15. Fuente: elaboración propia

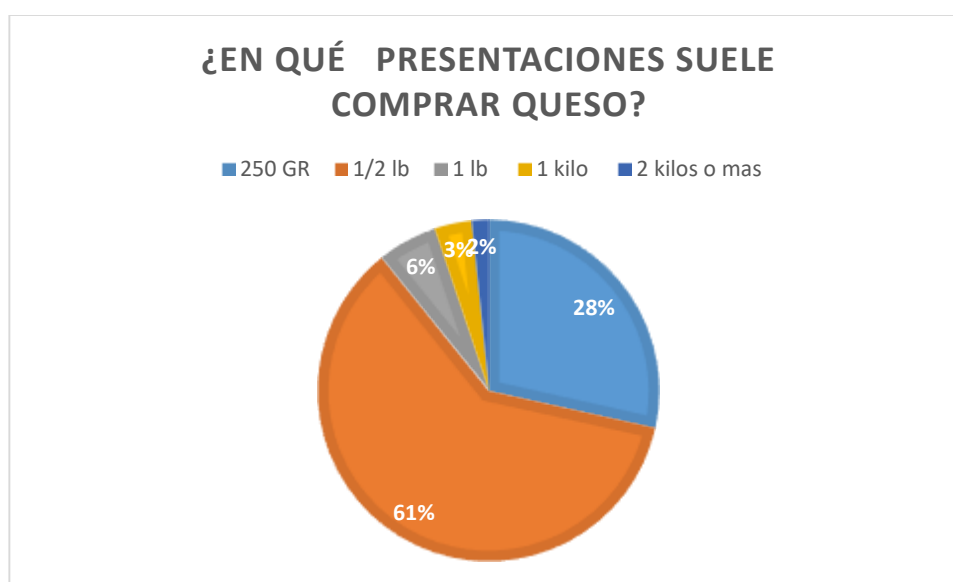


Figura 21. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 15. Fuente: elaboración propia

Las respuestas de los encuestados arrojan que más de la mitad suele comprar el producto en presentaciones de ½ libra siendo estos el 60,8%, seguidos de 106 personas que lo compran en presentación de 250 gramos que equivalen al 28,5%, 1 libra con 5,6% y finalmente con 13 personas que compran 1 kilogramo y 6 con cantidades de 2 o más kilogramos de queso que corresponden al 3,5% y 1,6% respectivamente.

PREGUNTA 16 - ¿en qué presentaciones suele comprar suero?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
250 ml	181	49.9
1/2 L	161	44.4
1 L	15	4.1
2 litros o mas	6	1.7
TOTAL	363	100.0

Tabla 76. respuestas a la pregunta 16. Fuente: elaboración propia



Figura 22. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 16. Fuente: elaboración propia

Según la población encuestada sobre las presentaciones en que suelen comprar suero los resultados fueron: con un 49,9% que corresponden a 181 de los encuestados manifestaron que lo compran en presentación de 250 mililitros, un 44% que representa a 161 encuestados que compran en presentación de ½ litro, mientras que el resto de la población con 4,1% y 1,7 que representan a 15 y 6 personas respectivamente que compran presentaciones de 1, 2 o 3 litros de suero.

Pregunta 17 - ¿qué tipo de queso suele comprar?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
Costeño	240	64.5
Mozzarella	116	31.2
Amasado	10	2.7
Tajado	3	0.8
Quesillo	3	0.8
TOTAL	372	100.0

Tabla 77. respuestas a la pregunta 17. Fuente: elaboración propia

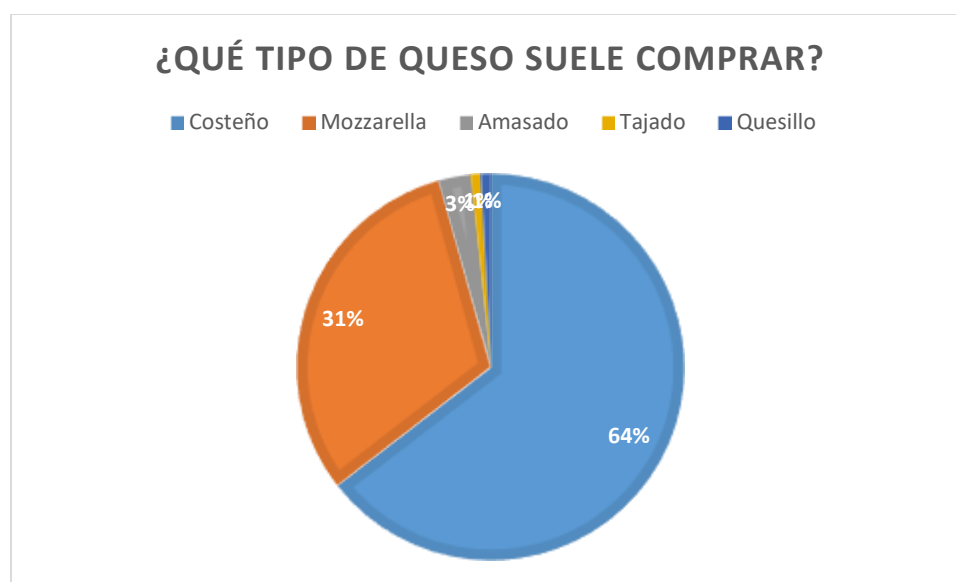


Figura 23. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 17. Fuente: elaboración propia

Con respecto al tipo de queso que las personas suelen comprar los resultados reflejaron que el 64,5% que corresponde a 240 personas suelen comprar queso costeño, el 31,2 que son 116 compran queso mozzarella, con un menor porcentaje le sigue el queso amasado con un 2,7% que representa a 10 personas, finalmente con 0,8% y 0,8% que corresponden a 3 personas cada porcentaje, representan a la parte de la muestra que compra queso tajado o quesillo.

PREGUNTA 18 - ¿En qué lugares suele comprar usted estos productos (queso, suero)?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
Supermercados	13	3.4
Mercado	30	7.9
Tienda	231	61.1
Domicilio	4	1.1
Directamente a quien lo hace	99	26.2
Otro	1	0.3
TOTAL	378	100.0

Tabla 78. respuestas a la pregunta 18. Fuente: elaboración propia

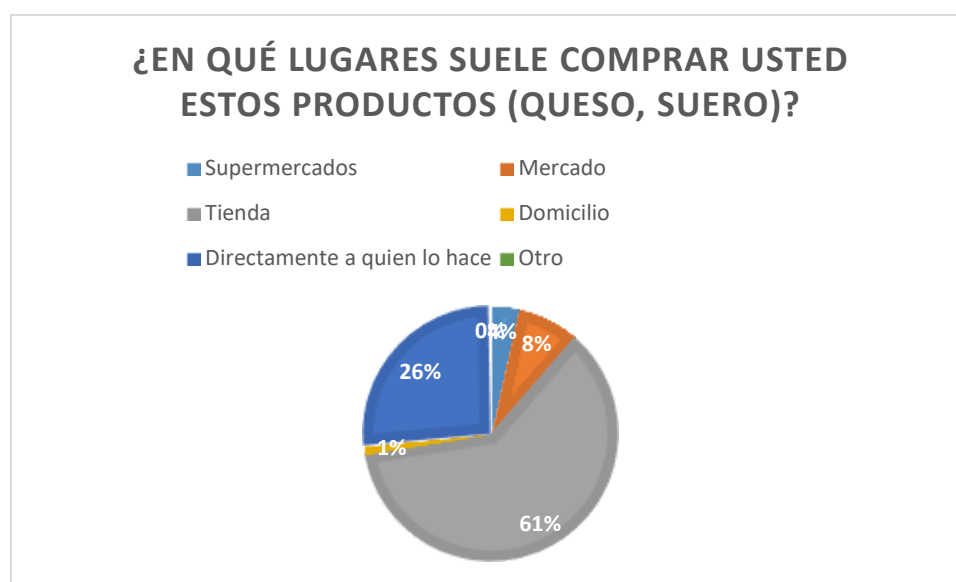


Figura 24. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 18. Fuente: elaboración propia

Con un porcentaje de 61,1% que corresponde a 231 personas de las encuestadas manifiesta que el lugar donde suele comprar queso es la tienda, luego le sigue con un 26,2% que son 99 personas dicen que lo compran directamente a quien lo elabora, mientras que el 3,4%, es decir, 13 consumidores compran el queso o suero en supermercados. Finalmente encontramos que el 7,9% de la población suele comprar estos productos en el mercado, el 1,1% y 0,3 restante suele comprar mediante Domicilio u otro medio respectivamente.

PREGUNTA 19 - ¿cuánto paga usted por una libra de queso?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
Menos de \$5.000	4	1.1
Entre \$5.000 - \$6.000	324	87.1
Entre \$6.000 - \$7.000	34	9.1
Más de \$7.000	10	2.7
TOTAL	372	100.0

Tabla 79. Respuestas a la pregunta 19. Fuente: elaboración propia

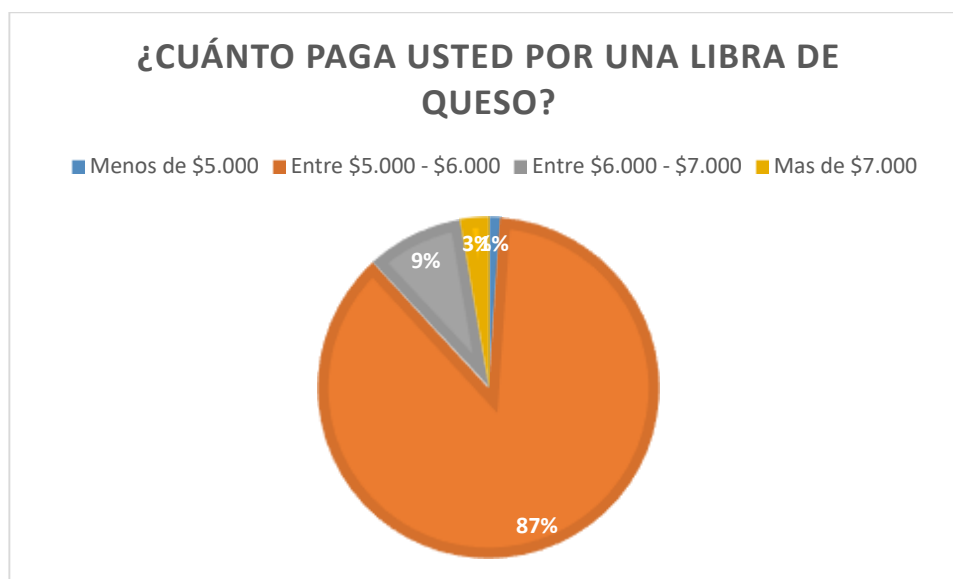


Figura 25. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 19. Fuente: elaboración propia

Según la pregunta de cuánto pagan por una libra de queso la mayor parte de los encuestados, es decir, un 87,1 que representa a 324 personas manifiesta que pagan entre \$5000 y \$6000 pesos por cada libra de queso, el 9,1% paga entre \$6000 y \$7000 pesos por libra, el 2,7% paga más de \$7000 por libra y finalmente el 1,1% paga menos de \$5000 pesos por cada libra de queso que compra.

PREGUNTA 20 - ¿está satisfecho con el precio que paga por el queso?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
SI	355	95.4
NO	17	4.6
TOTAL	372	100.0

Tabla 80. respuestas a la pregunta 20. Fuente: elaboración propia

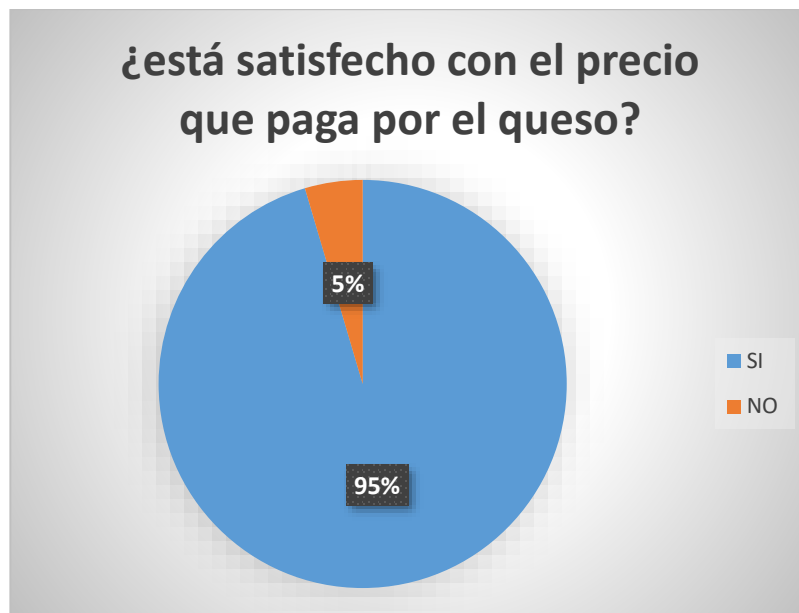


Figura 26. representación gráfica de las repuestas a la pregunta 20. Fuente: elaboración propia.

Basado en la pregunta realizada a los consumidores, el 95,4% de los encuestados está satisfecho con el precio que paga por el producto, mientras que el 4,6% no se encuentra de acuerdo con el precio que paga por cada libra de queso.

PREGUNTA 21 - ¿cuánto paga usted por un litro de suero?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
Menos de \$4.000	14	3.9
Entre \$4.000 - \$5.000	323	89.0
Entre \$5.000 - \$6.000	22	6.1
Más de \$6.000	4	1.1
TOTAL	363	100.0

Tabla 81. Respuestas a la pregunta 21. Fuente: elaboración propia

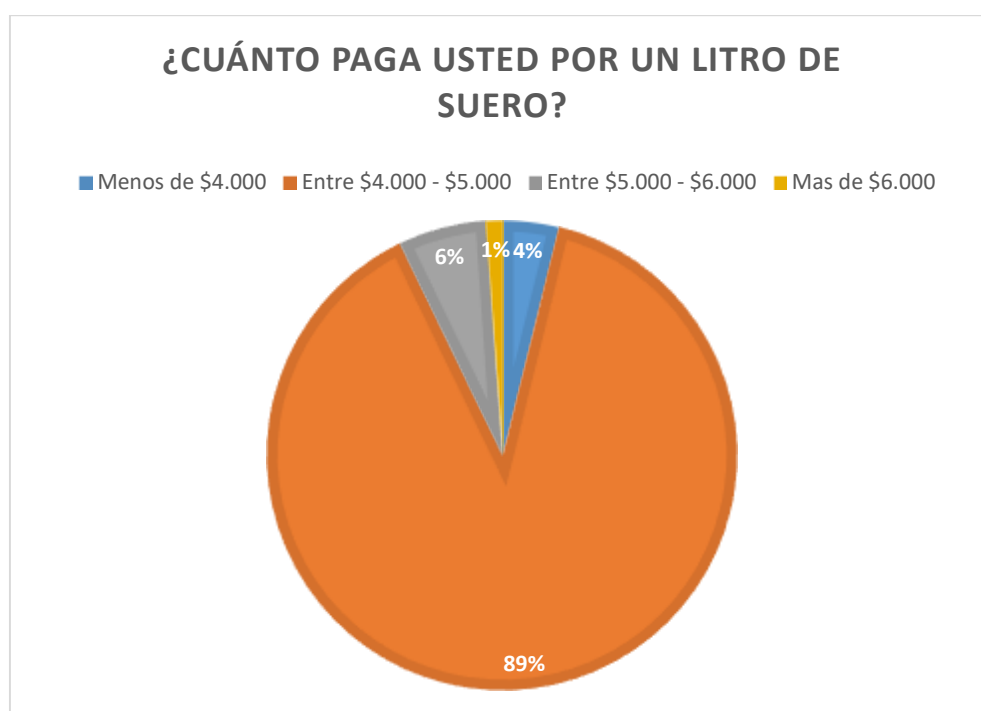


Figura 27. Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 21. Fuente: elaboración propia

De acuerdo a las respuestas de las personas encuestadas, el 89% respondió que el precio que frecuentemente paga por litro de suero es entre \$4.000 y \$5.000 por litro, mientras que un 6,1% argumenta que paga cerca de \$5000 a \$6.000 por la misma cantidad y finalmente el 3,9% y el 1,1% paga menos de \$4000 y más de \$6000 respectivamente por 1 litro de suero.

PREGUNTA 22 - ¿está satisfecho con el precio que paga por el suero?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
SI	352	97.0
NO	11	3.0
TOTAL	363	100.0

Tabla 82. Respuestas a la pregunta 22. Fuente: elaboración propia

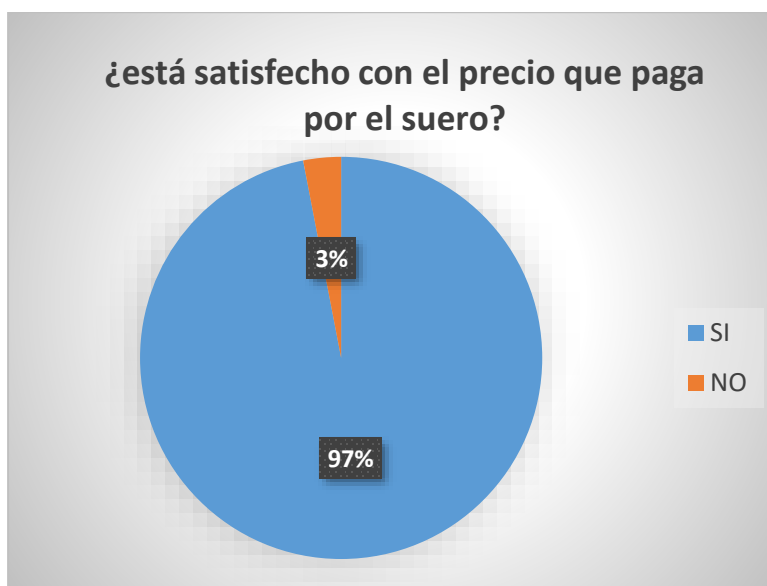


Figura 28. representación gráfica de las respuestas a la pregunta 22. Fuente: elaboración propia

El 97% de los encuestados está satisfecho con el precio que paga por el producto, mientras que el 3% no se encuentra de acuerdo con el precio que paga.

PREGUNTA 23 - ¿Estaría de acuerdo con la apertura de una empresa productora y comercializadora de estos productos en el municipio?

RESPUESTAS	Número de personas	Porcentaje %
SI	370	96.4
NO	14	3.6
TOTAL	384	100.0

Tabla 83. respuestas a la pregunta 23. Fuente: elaboración propia

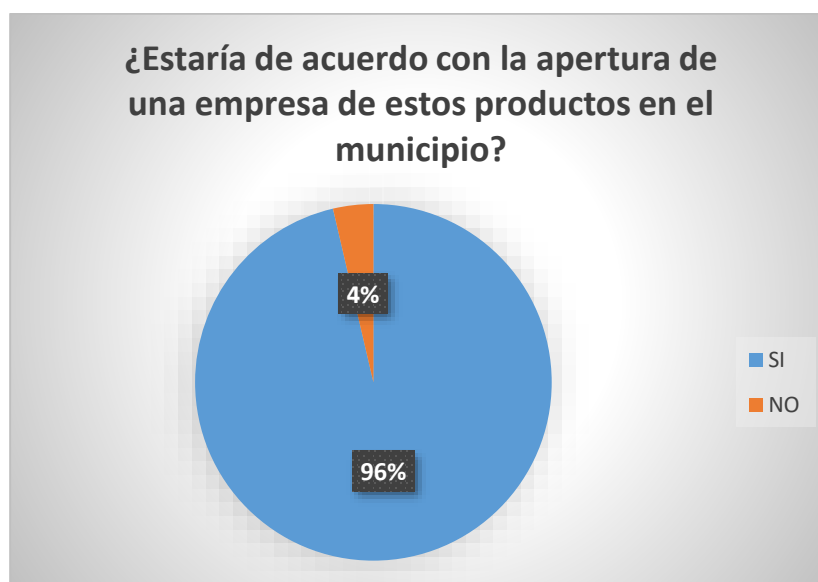


Figura 29. representación grafica de las respuestas a la pregunta 23. Fuente: elaboración propia

Análisis pregunta 23: Tomando de base la pregunta, el 96,4% de los encuestados está de acuerdo con la apertura de una empresa productora de derivados lácteos, mientras que el 3,6% no se encuentra de acuerdo con la apertura de una empresa láctea.


11.3“ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS CON SOLICITUDES DE PERMISO PARA FUNCIONAR EN LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN BENITO ABAD.”

1. Gallera el tormento ubicada en el cgto. De Santiago apóstol de propiedad de gustavo Jiménez acosta
2. Estadero el taurino cogto de Santiago apóstol
3. Estadero el diluvio ubicado en Santiago apóstol de Eduardo Fuenmayor Flores
4. Gallera central en el cgto de Santiago apóstol de Manuel madera Severiche.
5. Estadero la coreana cgto de Santiago apóstol de Silvio vivanco morales carmelo pupo Guzmán
6. Gallera y estadero Mary cgto de Santiago apóstol cayetano Hernández Arcia
7. Gallera la balbulera cgto Santiago de José bravo Yépez.
8. Estadero el refugio cgto Santiago apóstol Luis acosta cuello.
9. Estadero y gallera el refugio cgto de Santiago apóstol
10. Estadero el bombillo rojo ubicado en el cgto de punta de blanco.
11. Estadero el arca del cgto de Santiago apóstol de Eduardo Fuenmayor flores.
12. Cancha de tejos el zafary cgto de Santiago de gleidys zola mercado
13. Estadero y gallera los mangos del cgto de Santiago de José Gabriel Viloría
14. Estadero el tormento en el cgto de cuiva de anober Hernández Sandoval
15. Estadero y disco-bar zona cero del cgto de cizpataca de Robin rubio Goez
16. Gallera y estadero el puntazo vereda guanaca de carlota hoyos acevedo
17. Estadero la pesca cgto de san roque de Felipe barrios Viloría
18. Estadero el molino rojo en cgto de jegua de Magali trucco Tovar
19. Estadero hacienda mi pueblito vereda rancho la tía de Marcel Vergara Martínez.
20. Estadero la ceiba vereda las pozas de juan morales rojas.
21. Estadero las palmeras cgto de la ventura de Víctor Barreto barrios.
22. Estadero parado hermosa cgto de cuiva de anober Hernández Sandoval.
23. Gallera central del cgto de Santiago apóstol de Manuel madera severice.
24. Gallera y estadero el refugio del cgto de Santiago apóstol de Luis acosta cuello
25. Estadero punto frio sánale en la cabecera municipal de propiedad de teodolinda leon
26. Estadero san tropel cabecera de emilio sierra mercado
27. Estadero brisas del carmen cabecera de rosiris camargo torres.
28. Estadero a cielo abierto cabecera de catalina gonzalez arrieta.
29. Estadero el repunton cabecera municipal de emiro caly.
30. Estadero club nighth “noches de luna de miguel rmirez rodriguez. Brr el zulia
31. Estadero el latigo cabecera de francisco ruiz benitez. Paloalto
32. Estadero el cartel de los amigos paloalto joaquin carriazo baldovinio
33. Estadero mi hermano y yo el puerto jose luis salcedo goez.

34. Billar la cabaña palacin de juana bravo guarin

35. Estadero el rancho no es mio cabecera jose alvarez mercado
36. Estadero el manguito cabecera de hernando basilio
37. Estadero las brisas de rosiris camargo
38. Estadero el boprombolo de enilda martinez

39. Estadero claro de luna de nibia zuñiga
40. Bar el nispero paloalto eliseo villarreal ramos
41. Estadero el rincon caribeño cabecera estela benitez pardo.
42. Estadero la casa de la cerveza cabecera
43. Estadero la epon cabecera municipal
44. Estadero nuevo amanecer cabecera municipal arnulfo perez mier
45. Estadero el bombillo rojo cabecera de genaro lozano castro
46. Estadero si estan frias en la cabecera municipal de propiedad de amarfiria perez acevedo bar el zulia
47. Estadero y discoteca malibu en la cabecera municipal calle central marelys zuñiga Muñoz.
48. Kiosco central cabecera municipal propietaria elia villalba
49. Club bar puerto bello cabecera municipal propietaria alides benitez goez
50. Estadero la provincia disco bar cabecera municipal de carlos roman lozano.
51. Kiosco la mia cabecera municipal de gertrudys vergara ramos.
52. Gallera los perez cabecera municipal de eudelys cruz sfeir
53. Estadero el hueco cabecera municipal de denirys moron caldera
54. Estadero el diomedazo cabecera de amaury tejada palacin
55. Ferromateriales el unico cabecera humberto hernandez
56. Ferreteria san rafael cabecera diana gazabon


MARCO REALES BENÍTEZ
Secretario, General ,Administrativo y de Gobierno Mpal

11.4. “Caracterización económica de las empresas activas en el año 2018 en el municipio de San Benito Abad Sucre”

Tabla. Caracterización económica de las empresas activas en el año 2018.

SECCIONES ECONOMICAS		INFORMACIÓN ECONÓMICA - EMPRESAS ACTIVAS HASTA 2018			
		TOTAL EMPRESAS	% de empresas por sector	TOTAL ACTIVOS*	% de activos por sector
A	Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas.	5	3,7%	\$ 12.230.000	2,80%
B	Explotación de minas y canteras.	0	0,0%	\$ -	0,0%
C	Industrias Manufactureras.	10	7,4%	\$ 14.050.000	3,2%
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	1	0,7%	\$ 128.856.000	29,5%
E	Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.	1	0,7%	\$ 1.000.000	0,2%
F	Construcción.	2	1,5%	\$ 2.000.000	0,5%
G	Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas.	68	50,4%	\$ 206.669.000	47,3%
H	Transporte y almacenamiento.	2	1,5%	\$ 2.600.000	0,6%
I	Alojamiento y servicios de comidas.	29	21,5%	\$ 37.826.200	8,6%
J	Información y comunicaciones.	1	0,7%	\$ 1.400.000	0,3%
K	Actividades financieras y de seguros.	1	0,7%	\$ -	0,0%
L	Actividades inmobiliarias.	0	0,0%	\$ -	0,0%
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas.	0	0,0%	\$ -	0,0%
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	3	2,2%	\$ 4.700.000	1,1%
O	Administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	1	0,7%	\$ -	0,0%
P	Educación.	0	0,0%	\$ -	0,00%
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	2	1,5%	\$ 10.000.000	2,3%
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación.	9	6,7%	\$ 16.050.000	3,7%
S	Otras actividades de servicios.	0	0,0%	\$ -	0,0%
T	Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores, actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.	0	0,0%	\$ -	0,0%
U	Entidades extraterritoriales.	0	0,0%	\$ -	0,0%
TOTAL EMPRESAS		135	100,0%	\$ 437.381.200	100,0%

Fuente: Registro Mercantil Cámara de Comercio de Sincelejo - Cálculos: Dpto. de Servicios Empresariales Cámara de Comercio de Sincelejo.

El cálculo de las empresas activas para el 2018 corresponde a Personas Naturales, Jurídicas, Agencias y Sucursales cuyo último año de renovación corresponde a 2016, 2017 o 2018.

