

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA MICROEMPRESA  
PRODUCTORA DE DERIVADOS QUESOS EN EL MUNICIPIO DE SAN  
SEBASTIAN-CAUCA.**



**PRESENTDO POR.  
EULICER FERNANDEZ CHILITO.  
ARLES ALVAREZ UNI.**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA-UNICOMFACAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA CONTADURIA PÚBLICA  
POPAYAN –CAUCA  
2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA MICROEMPRESA  
PRODUCTORA DE DERIVADOS QUESOS EN EL MUNICIPIO DE SAN  
SEBASTIAN-CAUCA.**



**FERNANDO BURBANO PAZ  
DIRECTOR DE OPCIÓN DE GRADO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA-UNICOMFACAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA CONTADURIA PÚBLICA  
POPAYAN –CAUCA  
2018**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Aprobado por los jurados en cumplimiento  
de los requisitos exigidos por la Corporación  
Universitaria UNICOMFACAUCA para  
optar por el título de Contador Público.

---

ORIANA ROBLES  
FIRMA NOMBRE JURADO

---

MABEL FIGUEROA  
FIRMA NOMBRE JURADO

## **AGRADECIMIENTOS**

Le damos gracias a Dios por permitirnos culminar esta etapa de formación en nuestras vidas, por no dejar que desfalleciéramos en el camino, hoy podemos decir con seguridad que cada uno de los sacrificios realizados valieron la pena, las arduas jornadas de trabajo, el sacrificar tiempo de compartir en casa con nuestras familias por asistir a clase hoy tienen su fruto.

Gracias a nuestras familias por confiar en nosotros, en nuestras capacidades , por darnos una voz de aliento y por convertirse en el motivo primordial por el que hoy estamos frente a ustedes compartiendo esta alegría; gracias nuestros padres los que hoy podemos abrazar y dar esta felicidad y a los que hoy desde el cielo cuidaron de nosotros y nos dieron la valentía de no defraudarlos ; gracias compañeros por el tiempo compartido , nos quedan lindas amistades más que compañeros de clase nuestra otra familia ; gracias docentes por su tiempo dedicación y sobre todo por compartirnos sus conocimientos son gratos los momentos vividos en UNICOMFACAUCA un espacio de aprendizaje que día a día se convirtió en nuestro segundo hogar .

## CONTENIDO

<b>PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>9</b>
<b>DATOS GENERALES DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO. ....</b>	<b>9</b>
<b>DATOS ESTUDIANTE(S) .....</b>	<b>9</b>
<b>RESUMEN DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO .....</b>	<b>10</b>
<b>PLANTEAMIENTO Y DESCRIPCION DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO .....</b>	<b>10</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>12</b>
<b>OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>12</b>
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS.....</b>	<b>12</b>
<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>12</b>
<b>MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>14</b>
<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>14</b>
<b>TIPO DE ESTUDIO.....</b>	<b>15</b>
<b>FUENTES DE ESTUDIO .....</b>	<b>16</b>
<b>Fuentes De Información.....</b>	<b>16</b>
<b>Población Y Muestra.....</b>	<b>16</b>
<b>Diseño Del Cuestionario.....</b>	<b>18</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>32</b>
<b>Clientes Y Potencial De La Empresa .....</b>	<b>32</b>
<b>Comportamiento Del Sector .....</b>	<b>32</b>
<b>Estructura Actual Del Mercado .....</b>	<b>33</b>
<b>Generalidades Del Sector.....</b>	<b>34</b>
<b>Participación Del Sector En El PIB.....</b>	<b>34</b>
<b>Mercado Proveedor .....</b>	<b>34</b>
<b>Mercado Distribuidor .....</b>	<b>35</b>
<b>Análisis De La Demanda.....</b>	<b>35</b>
<b>Análisis De La Oferta.....</b>	<b>37</b>
<b>VENTAS PROYECTADAS .....</b>	<b>41</b>
<b>Conclusiones Estudio de Mercado. ....</b>	<b>41</b>
<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....</b>	<b>41</b>
<b>Marco Legal.....</b>	<b>42</b>

<b>Las Sociedades</b> .....	44
<b>Tipos De Sociedades</b> .....	44
<b>Requisitos Para El Establecimiento Comercial</b> .....	47
<b>Requisitos Para Constituir Una S.A.S</b> .....	47
<b>Estructura Organizacional</b> .....	47
<b>Recursos</b> .....	50
<b>Conclusiones del Estudio Administrativo y Legal</b> .....	55
<b>MATRIZ DOFA</b> .....	56
<b>ESTUDIOTECNICO</b> .....	57
<b>Ficha Técnica del Producto</b> .....	58
<b>Descripción del producto</b> .....	59
<b>Capacidad del proyecto</b> .....	61
<b>Capacidad Instalada-Proyectada y Utilizada</b> .....	61
<b>Necesidades y Requerimientos</b> .....	61
<b>Tipo de empresa</b> .....	64
<b>Localización</b> .....	64
<b>Conclusiones del Estudio Técnico</b> .....	65
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	65
<b>INGRESOS</b> .....	66
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	73
<b>CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	79
<b>EVALUACIÓN ECONOMICA Y SOCIAL</b> .....	79
<b>ASPECTOS AMBIENTAL</b> .....	80
<b>Bibliografía</b> .....	81

## CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. CONSUME USTED QUESO? .....	20
ILUSTRACIÓN 2. EN SU HOGAR HABITUALMENTE SE CONSUME QUESO? .....	21
ILUSTRACIÓN 3. ¿CUÁNTAS PERSONAS CONFORMAN SU NÚCLEO FAMILIAR _____ DE ESAS PERSONAS HABITUALMENTE CONSUMEN QUESO _____? .....	22
ILUSTRACIÓN 4. CON QUÉ FRECUENCIA USTED COMPRA QUESO HABITUALMENTE .....	23
ILUSTRACIÓN 5. EN QUE COMIDAS CONSUME MÁS QUESO? .....	24
ILUSTRACIÓN 6. QUE MARCA DE PRODUCTOS LÁCTEOS LE GUSTA MÁS? .....	25
ILUSTRACIÓN 7. DE ACUERDO A LA FRECUENCIA INFORMADA EN LA PREGUNTA ANTERIOR INDIQUE LA CANTIDAD DE QUESO COMPRADA? .....	26
ILUSTRACIÓN 8. DE ACUERDO A LA FRECUENCIA INFORMADA EN LA PREGUNTA ANTERIOR INDIQUE LA CANTIDAD DE QUESA COMPRADA ? .....	26
ILUSTRACIÓN 9. QUE PRECIO ESTÁ PAGANDO POR LIBRAS DE QUESO? .....	28
ILUSTRACIÓN 10. DISTINGUE LOS DIFERENTES TIPOS DE QUESO? .....	29
ILUSTRACIÓN 11. EN CASO DE DISTINGUIRLO ¿CUÁL TE AGRADA MÁS? .....	30
ILUSTRACIÓN 12. PARA SU COMODIDAD, LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL QUESO EN ? .....	31
ILUSTRACIÓN 0-1. POBLACIÓN OBJETO POR EXTRACTO .....	32

## CONTENIDO DE TABLAS

TABLA 1. POBLACIÓN OBJETO .....	17
TABLA 2. CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA .....	18
TABLA 3. ENCUESTADOS QUE CONSUMEN QUESO .....	19
TABLA 4. ¿EN SU HOGAR HABITUALMENTE SE CONSUME QUESO? .....	20
TABLA 5. NÚCLEOS FAMILIARES .....	21
TABLA 6. CON QUÉ FRECUENCIA COMPRAN QUESO HABITUALMENTE? .....	23
TABLA 7. ¿EN QUÉ COMIDAS CONSUME MÁS QUESO? .....	24
TABLA 8. QUE MARCA DE PRODUCTO LÁCTEOS LE GUSTA MÁS ? .....	25
TABLA 9. ¿QUE LO MOTIVA A COMPRAR DETERMINADA MARCA? .....	27
TABLA 10. QUE PRECIO ESTÁ PAGANDO POR LIBRA DE QUESO? .....	28
TABLA 11. DISTINGUE LOS DIFERENTES TIPOS DE QUESO .....	29
TABLA 12. EN CASO DE DISTINGUIRLO ¿CUÁL TE AGRADA MÁS? .....	30
TABLA 13. ¿PARA SU COMODIDAD, LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL QUESO EN? .....	31
TABLA 14. PROVEEDORES DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO. ....	35
TABLA 15. PRODUCTORES DE DERIVADOS LÁCTEOS EN EL CAUCA .....	39
TABLA 16. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS .....	42

TABLA 17. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS .....	43
TABLA 18. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS .....	43
TABLA 19. CLASIFICACIÓN DE LAS SOCIEDADES .....	44
TABLA 20. IDENTIFICACIÓN DE CARGO .....	51
TABLA 21. IDENTIFICACIÓN DE CARGO .....	52
TABLA 22. IDENTIFICACIÓN DE CARGO .....	52
TABLA 23. IDENTIFICACIÓN DE CARGO .....	53
TABLA 24. IDENTIFICACIÓN DE CARGO .....	54
TABLA 25- CAPACIDAD INSTALADA .....	61
TABLA 26.DEMANDA .....	66
TABLA 27.INGRESOS.....	66
TABLA 28.MANO DE OBRA DIRECTA .....	67
TABLA 29.MATERIA PRIMA.....	68
TABLA 30.INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS .....	69
TABLA 31.MAQUINARIA Y EQUIPO.....	70
TABLA 32. GASTOS .....	72
TABLA 33.CAPITAL DE TRABAJO .....	73
TABLA 34.FINANCIACIÓN .....	74
TABLA 35.ESTADOS FINANCIEROS.....	76



**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.**

DATOS GENERALES DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.	
<b>FACULTAD</b>	<b>FACULTAD DE HUMANIDADES ,ARTES,CIENCIAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN</b>
<b>PROGRAMA ACADEMICO</b>	<b>CONTADURIA PUBLICA</b>
<b>PLAN DE TRABAJO</b>	
<b>EMPRESA O COMUNIDAD</b>	<b>SAN SEBASTIAN-CAUCA</b>
<b>NOMBRE DE AFILIACIÓN ARL</b>	
<b>GRUPO DE INVESTIGACIÓN</b>	
<b>LINEA DE INVESTIGACIÓN</b>	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA</b>	<b>24/02/2018</b>
<b>FECHA DE RADICACIÓN</b>	<b>02/03/2018</b>

DATOS ESTUDIANTE(S)			
<b>NOMBRE Y APELLIDO</b>	<b>CEDULA DE CIUDADANIA</b>	<b>CORREO ELECTRONICO</b>	<b>NUMERO DE CELULAR</b>
EULICER FERNANDEZ CHILITO	10297123	eufer1182@hotmail.com	3128113728
ARLES ALVAREZ UNI	10299447	alvares8232@hotmail.com	3212341576

## **RESUMEN DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

En el presente proyecto de emprendimiento a ejecutarse entre el primer y segundo periodo del 2018, se pretende determinar la viabilidad de crear una empresa comercializadora de queso, para ello los pasos a seguir para poder llevar a cabo la puesta en marcha de la empresa son; inicialmente una investigación de mercado al igual que una evaluación financiera, para identificar la inversión necesaria para el desarrollo de este, dado que ello implica el montaje, la maquinaria y demás elementos claves incluyendo el personal para dar vida a la comercializadora.

La población objeto a la cual está dirigida esta idea de negocio, es aquella comprendida en los estratos uno, dos y tres de la ciudad de Popayán, aquella que presenta como necesidad a subsanar la falta de un producto tal como el queso en bloque, queso campesino y queso crema, en excelentes condiciones de calidad y precio. Al igual con esta propuesta se potenciaría la economía de la región de San Sebastián Cauca, dado que la comunidad en general se dedica a actividades ganaderas y por ende serían los principales proveedores de la materia prima.

Finalmente, al visualizar la factibilidad de este se contribuye a potenciar la economía del sector con la prestación y producción del bien.

## **PLANTEAMIENTO Y DESCRIPCION DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

El departamento del Cauca históricamente ha tenido una actividad económica basada en la producción agropecuaria, entre las que se encuentra la explotación ganadera cuyo fin es la comercialización de carne, leche y sus derivados. El 47% del total de litros producidos a nivel mundial lo producen aproximadamente 7 países; en el 2005 la India y Usa produjeron el 15% y el 13% respectivamente del total mundial; Colombia al igual que Brasil y Argentina son los mayores productores.

A nivel nacional Cundinamarca y Antioquia lideran esta producción con el 72% de la producción total lo que equivale aproximadamente 860 millones de litros; el departamento del Cauca solo procesa el 3% de la producción nacional.

Dicha actividad económica está regulada por el decreto 616 del 2006 del ministerio de agricultura y desarrollo rural y del ministerio de protección social en la cual se define la normatividad para asegurar la inocuidad<sup>1</sup> de la leche para garantizar la calidad al consumidor.

---

<sup>1</sup> Inocuidad. Inocuidad de los alimentos puede definirse como el conjunto de condiciones y medidas necesarias durante la producción, almacenamiento, distribución y preparación de alimentos para asegurar que una vez ingeridos, no representen un riesgo para la salud. (Calidad e Inocuidad de Alimentos , 2018)

Los precios de la leche y sus derivados en Colombia han estado sujetos a la intervención del gobierno, en el año 2000 bajo el sistema de cuotas y excedente, en 2004 libreta vigilada y en el 2006 pago por calidad y reporte mensual de precios siendo estas intervenciones las más representativas a la fecha.

La tasa del crecimiento del precio de la leche y sus derivados oscila alrededor del 6% desde el año 2000 hasta hoy.

Teniendo en cuenta lo anterior expuesto este proyecto se origina como una oportunidad económica partiendo de las necesidades presentes en el resguardo Indígena Etnia Yanacóna de San Sebastián, municipio del mismo nombre, teniendo como objeto principal la comercialización de queso, ya que en este sector del Cauca hay la suficiente materia prima para potenciar la comercialización del queso en diferentes presentaciones hacia el municipio de Popayán.

Son pocos los negocios de esta región que venden este producto derivado en buena calidad y asequible, lo que reduce la posibilidad de comercialización en San Sebastián debido a su reducido o casi nulo mercado, donde en poco se ve beneficiada la comunidad mencionada, ya que se ven en la obligación de ofrecer su producto a un bajo precio con mínimos márgenes de utilidad

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente estudio es de importancia dado que siendo el queso un producto derivado de la leche de alto consumo por la población objeto, conlleva a un sin número de beneficios tanto nutricionales como económicos dado que es fuente de empleo y oportunidades para la población de San Sebastián siendo ellos los principales proveedores de esta materia prima.

Teniendo en cuenta los niveles de producción de leche frente a la reducida demanda, se deben generar alternativas para subsanar este déficit, es por ello que buscar opciones de mercado en los productos derivados de la leche se convierte en la alternativa más atractiva para el consumidor final. Se identificó que el queso como producto alternativo tiene un nivel casi nulo de mercado en la zona, dado que este se vende a un bajo precio lo que conlleva a las familias productoras solo usarlo para el gasto familiar mas no como una alternativa valida para generar ingresos.

Una de las barreras identificadas que impiden la sostenibilidad de productos derivados tales como el queso en la zona son la poca o nula industrialización, debido a que en este sector del cauca no hay fábricas para el debido proceso de transformación de derivados de leche como para su comercialización y finalmente su transportación a la población objeto.

Siendo San Sebastián un municipio localizado al sur del cauca a 177 km de su capital Popayán le permite brindarle a su capital productos atractivos y poco explotados como el queso en bloque, queso campesino y doble crema con un toque innovador generando así los recursos suficientes para mantener su idea de negocio.

De esta forma, se pretende a partir de este trabajo generar un patrón regional que incentive a la creación de microempresas de queso en San Sebastián como establecimientos útiles en el desarrollo económico del departamento.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para el montaje de una microempresa productora de derivados lácteos en el municipio de San Sebastián-Cauca.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar un estudio de mercado en el Municipio de San Sebastián haciendo uso de las herramientas estadísticas para determinar su viabilidad de mercado.
- Realizar un estudio técnico para determinar los requerimientos del montaje de la planta de transformación.
- Analizar los impactos tanto sociales, económicos, culturales y ambientales derivados de la creación de la empresa.
- Determinar la viabilidad financiera de la empresa.

## **MARCO TEORICO**

El presente busca estar bajo los lineamientos de la ley 1014 de 2006 legislación entorno al fomento de la cultura del emprendimiento, la cual promueve a los emprendedores entre ellos estudiantes a capacitarse en busca de innovación de tal forma que se generen bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

Tal propósito fundamental es la reducción de las tasas de desempleo presentes en la sociedad y así poder establecer un desarrollo sostenible que involucre a toda la población objeto, tomando como eje al ser humano de forma integral de tal forma que se realice un proceso de trabajo asociativo dado a que a través del apoyo a procesos de emprendimiento se evidencia fortalecimiento social, cultural, ambiental y regional. También incurriendo dentro de la empresa en ciertos niveles de producción aplicando costos fijos y costos variables sin depender el volumen del producto, de alquiler salarios e impuestos, analizando cada uno de los comportamientos de costo, para desarrollar el enfoque que resulte bajo los factores de clasificación por naturaleza.

Es importante establecer los estados financieros de acuerdo a las diferentes decisiones del negocio que la empresa puede tomar en un periodo determinado por medio de las técnicas que nos ayudara a mejorar estudios de estos, tales como análisis horizontal, vertical, con el fin de diagnosticar la situación financiera de nuestra empresa y así mismo nos ayude a buscar

unas conclusiones y unas recomendaciones que serán de mucha importancia para la toma de una decisión correcta.

- El plan de negocio, está definido como “aquel proceso que le da a un negocio determinado una entidad, una vida propia, para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados obtenidos, resumiendo: la visión del proyecto. (RODRIGO, 1998)

Teniendo claridad a lo que refiere al plan de negocio se debe proceder a la planeación de su ejecución, lo cual incluye: actividades, tiempo, personal, recursos y objetivos para cada una de las etapas. (BAEZ, 2018)

- Al hablar de los derivados lácteos en este caso los quesos, no se conoce a ciencia cierta el lugar de sus procedencias, ya que probablemente el queso apareció después de producirse una serie de hechos fortuitos, como puede ser la acidificación natural de la leche después de varios días, el prensado de una leche acida con eliminación del suero etc. Además, data la existencia de muchas y lejanas civilizaciones, no conectadas entre sí, el queso pudo aparecer en distintas épocas y continentes, lo que sí está claro suponer es que el queso apareció cuando el hombre dejó de ser nómada y se hizo sedentario, con la cría de animales y cultivos de campo. En esta época de la prehistoria surgió seguramente el ordeño de estos animales y con ello la producción del queso. (CENZANO, 1992)

En el mundo las empresas que lideran este sector son Alpina, Nestlé, Salival entre otras. La recolección de la leche se realiza principalmente en las empresas procesadoras hoy en día no como inicialmente se realizaba ya que este proceso se realizaba en transportadores particulares. El uso de estos medios de transporte permite mantener refrigerada la leche y sus cualidades como también se genera un nivel aceptable de higiene.

Hoy en día encontramos en el mercado grandes empresas que cumplen con los sistemas de aseguramiento de la calidad ISO y sistemas de inocuidad como HACCP.

Para el año 1945 se reportan en el censo industrial, 63 establecimientos que producían para la época queso las cuales empleaban aproximadamente 854 personas. La producción de quesos madurados se inicia en nuestro país en la década de los cincuenta, cuando los europeos presentes en Colombia iniciaron a producirlos sin tener la tecnología requerida para este proceso.

El queso es un elemento importante en la dieta alimenticia de los seres humanos por su calidad nutritiva, natural, por lo cual las empresas lo ven como una alternativa viable para producir, más cuando este producto es fácil de producir en cualquier lugar, lo que permite la adquisición de la leche en cualquier época y lugar.

## MARCO CONCEPTUAL

Para una mayor comprensión del proceso a ejecutar se procede a contextualizar los términos más utilizados y practicados en el estudio de factibilidad de una procesadora de productos lácteos, los cuales se expone a continuación.

**Queso:** Es uno de los principales derivados de la leche, rico en proteínas y calcio; es el resultado obtenido por la maduración de la cuajada de leche, con características propias en cada una de sus clases. Comenzó siendo un producto artesanal y con la evolución tecnológica se comenzaron a utilizar elementos diseñados para lograr una eficiencia en su producción manejando estándares de calidad desde la selección de la leche hasta los procesos necesarios para la obtención del producto final. (Estudio de factibilidad para el montaje de una planta productora y comercializadora de queso costeño en pacado al vasio en la ciudad de Sincelejo, 2018)

**Estrategia:** Son los medios por los cuales se logran los objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo. Estas estrategias incluyen factores geográficos, demográficos, culturales y económicos que permiten la diversificación, adquisición, el desarrollo de productos y la penetración al mercado, la reducción de costos entre otros.

**Diversificación:** Consiste en la adición de productos nuevos pero relacionados con el producto inicial.

**Diferenciación:** Estrategia que pretende obtener una ventaja competitiva mediante la diferenciación de la oferta de servicio, en donde el cliente que la oferta perciba una distinción frente a los competidores dado a partir del añadimiento de característica innovadoras o a través de la actuación sobre la imagen ya preinscrita. (Bengoechea)

**Segmentación:** Consiste en dividir el mercado en grupos más o menos homogéneos teniendo en cuenta el nivel de sus necesidades.

En Colombia el DANE a través del código CIU identifica los productos el cual identifica el queso como un derivado lácteo con el código 0121. El decreto 2437 hace referencia a la producción, procesamiento, comercialización y transporte de leche. Reglamentada parcialmente con la ley 9ª de 1979

**Decreto 1997 del 96:** Por el cual se establece el certificado de profesionalidad de la ocupación de elaborar quesos.

## METODOLOGIA

El desarrollo de la propuesta del proyecto de emprendimiento, se realiza parte de tiempo en la Universidad, como también en la casa tiempo que quede durante el día, aprovechando las tutorías que se tiene en la modalidad como opción de grado.

Para el avance del proyecto de emprendimiento como propuesta de la factibilidad de la empresa productora y comercializadora de quesos San Sebastián S.A.S enfocada en el sector lácteo, brindando los servicios con la venta del producto de todos los derivados de la leche comprada y transformada en San Sebastián Cauca, fortaleciendo el sector económico de la zona y apoyo de las familias residentes que tienen en propiedad ganado.

Esta metodología que para cada estudiante es muy constructiva y se centra en su interés en el aprendizaje a través de la interacción de los docentes, tutor de emprendimiento, para ello se desarrollara con los siguientes pasos.

- Resultados del estudio de mercado identificando las demandas y necesidades a implementar dentro del entorno competitivo.
- Establecer el estudio financiero para determinar la factibilidad económica del proyecto.
- Revisar el estudio ambiental de este proyecto.
- Resultados de un estudio técnico para determinar los requerimientos del montaje de la planta de transformación.
- Evaluar los impactos de este proyecto tanto sociales, económicos, culturales y ambientales derivados de la creación de la empresa.

## **TIPO DE ESTUDIO**

El estudio se realizara teniendo en cuenta los métodos cualitativos y cuantitativos claves para determinar la factibilidad de proyectos de este índole y es ahí donde Bernal en su libro de “Metodología de la Investigación” expone al método cuantitativo como medición de características de los fenómenos sociales derivando de un todo el problema a analizar generando así postulados en los cuales se establece relaciones visibles entre las variables estudiadas cuyo fin es generalizar y normalizar resultados (Augusto, 2006).

La recopilación de los datos necesarios se dio a partir de las encuestas que estuvieron dirigidas a la población enmarcada dentro los estratos 1, 2 y 3 dentro de la ciudad de Popayán, de forma tal que los resultados obtenidos cumplan con las características cuantitativas expuestas por Bernal. Por otro lado, dentro de la encuesta se pueden observar interrogantes cualitativos necesarios para la caracterización de los posibles clientes y con ello las necesidades a satisfacer.

El desarrollo de diferentes estudios para determinar el nivel de factibilidad de este hace que cada uno de ellos contenga una correlación dirigida a la captación de información clave y primordial para darle dirección y vida al proyecto por ello cabe mencionar que la determinación del nivel de población objeto de estudio al igual que la perspectiva financiera os permiten darle una óptica diferencial al proyecto expuesto. Las herramientas claves para el desarrollo de cada uno de los estudios es el paquete de Microsoft Office en el cual se desarrollarán cada una de las etapas para darle vida a la estructura del presente.

## **FUENTES DE ESTUDIO**

### **Fuentes De Información**

El presente trabajo está documentado con datos primarios y secundarios los cuales contiene cifras y estudios de diferentes fuentes; al igual que base de datos con referentes estadísticos aplicados para obtener e interpretar información cualitativa y cuantitativa. Las entrevistas son una de las técnicas cualitativas aplicadas en el presente cuyo fin consiste en la evaluación y obtención de información de levante para determinar la factibilidad de lente con único propuesto desde una visión anticipada resultante de los procesos estadísticos.

#### ***Fuente Primaria***

Tomando como universo las familias del municipio de Popayán, clasificadas en los estratos 1, 2 y 3 se aplicaron una encuesta a la muestra obtenida siendo este inicialmente el instrumento para obtener respuestas las cuales sirvan de criterio fundamental para determinar la viabilidad y con ella la aceptación de la presente propuesta.

Teniendo en cuenta lo mencionado por Bernal<sup>2</sup> el método de muestreo de elementos probabilísticos y no probabilísticos es uno de los más utilizados a la hora de evaluar este tipo de estudios; el cual tiene como objetivo seleccionar al azar para que cada una de las unidades que conforman la muestra tenga la misma probabilidad de pertenecer a ella.

#### ***Fuente Secundaria***

Como se ha mencionado anteriormente la documentación del proyecto la conforman textos, revistas, informes, que tengan relación directa o indirecta con el tema a evaluar.

### **Población Y Muestra**

La población objeto de esta investigación se haya determinada por los hogares de la ciudad de Popayán ubicadas en el dentro de los estratos 1, 2 y 3, tomando como referencia las comunas ubicadas al norte, sur y occidente de la ciudad, de las cuales se extrajo la muestra a la cual se le aplico la encuesta y así poder determinar el nivel de aceptación del producto objeto de estudio.

---

<sup>2</sup> Cesar Augusto Bernal. Economista de la Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia; magíster en Educación de la Universidad de La Sabana, Chía, Colombia, y doctorado en Newport University. Docente investigador en las áreas de calidad y servicio.



Tabla 1. Población Objeto

HOGARES EN EL CAUCA			408611
POBLACION TOTAL			284737
Comuna	Población total	%Estracto 1,2,3	N. de habitantes
1	10794	0%	0
2	36452	80%	29161.6
3	26159	17%	4447.03
4	31149	4.20%	1308.258
5	16090	80%	12872
6	20263	100%	20263
7	29307	100%	29307
8	23125	100%	23125
9	16923	100%	16923
TOTAL			137,406.89

Numero de personas por hogar		3.8	36,159.71
Comuna 2,6,8	79840	93%	67712.96
Numero de personas por hogar		3.8	17819.2

Fuente:

([http://www.academia.edu/16796115/comunas\\_en\\_popayan\\_y\\_numero\\_de\\_personas\\_en\\_popayan](http://www.academia.edu/16796115/comunas_en_popayan_y_numero_de_personas_en_popayan), 2018)

### *Determinación Del Tamaño De La Muestra*

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó herramientas estadísticas tales como el muestreo aleatorio simple<sup>3</sup>; con la siguiente formula:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2 pq}}$$

---

<sup>3</sup> Muestreo Aleatorio Simple. El muestreo aleatorio simple es un método de selección de n unidades sacadas de N, de tal manera que cada una de las muestras tiene la misma probabilidad de ser elegida.

Tabla 2. Calculo Tamaño de Muestra

<b>Tamaño de Muestra</b>		
n: Tamaño de la muestra	?	67.3985287
N: Tamaño de la población	17819.2	
p: Proporción estimada de éxito	50%	
q: Proporción estimada de fracasos	50%	
e: Error estadístico	10.00%	
Z: Nivel de confianza	90%	1.645

$$n = \frac{17819.2}{1 + \frac{10\%^2 * (17819 - 1)}{1.645^2 * 0.50\% * 0.50\%}}$$

$$n = 67.3985$$

Fuente: (Propia, 2018)

El resultado obtenido determina una muestra de la población de 67 personas a las cuales hay que practicarle la encuesta en la ciudad de Popayán.

El trabajo de campo se desarrolló en las siguientes comunas<sup>4</sup>. (Exford Dictionaries, 2018).

### ***Procedimiento Y Ejecución Del Muestreo***

Los días 29 y 30 de abril del 2018 en un horario de 8.00am a 5:00pm; logrando una buena aceptación de la muestra. Las personas a cargo de realizar la encuesta fueron. Alicer Fernández Chilito y Arles Alvares Uní.

### **Diseño Del Cuestionario**

Para el diseño del cuestionario (Encuesta) se trabajó bajo los siguientes parámetros.

Inicialmente se elaboró un diseño el cual implicó establecer límites definidos al orden y números de interrogantes especificados en la encuesta con el fin de que pudieran estar en la condición y capacidad de contestar por parte del encuestado, además, se tuvo en cuenta fundamentalmente que todo instrumento recolector de datos debe contener dos requisitos

---

<sup>4</sup> Comunas. Conjunto de personas que viven en comunidad económica, a veces sexual, y con unas reglas de convivencia al margen de la sociedad organizada

esenciales tales como la validez y la confiabilidad. De otra parte, se tuvo en cuenta la relación existente entre los datos lo que facilitó la investigación.

Otro parámetro fundamental fue la claridad a la hora de buscar de forma sistemática la información la cual fuera pertinente para que el encuestador preguntara a los encuestados y así obtener los datos necesarios que posteriormente conjuntamente con la totalidad de encuestados permitiera evaluar datos agrupados. El cuestionario realizado contenía el mismo número y orden de preguntas para todos los encuestados; de modo que las diferencias presentadas son atribuibles a la autonomía individual que difiere a los entrevistados.

### ***Formato De Preguntas***

La encuesta está estructurada por dos tipos de preguntas; pregunta de respuesta múltiple<sup>5</sup> y pregunta cerrada<sup>6</sup>, (Centro de Asistencia , 2018), (Ejemplos de Preguntas , 2018). El formato de encuesta se encuentra ubicado en el anexo.

### ***Encuesta y Análisis de la Información.***

#### **¿CONSUME USTED QUESO?**

*Tabla 3. Encuestados que consumen queso.*

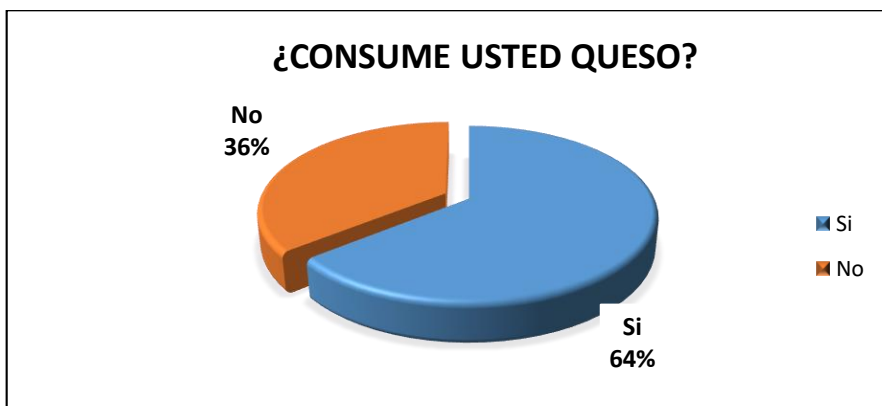
DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Si	43	43	64%	64%
No	24	67	36%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (propia, 2018)

<sup>5</sup> Pregunta de Respuesta Múltiple. La **opción múltiple** es un tipo de pregunta cerrada simple que les permite a los encuestados seleccionar una respuesta de una lista definida de opciones.

<sup>6</sup> Pregunta de Respuesta Cerrada. Las **preguntas cerradas** son aquellas que ya han configurado las opciones que tendrá el encargado de responder, que solo deberá optar entre una de ellas. Las preguntas cerradas, entonces, desde su formulación están afirmando que están buscando una respuesta clara y concisa, que en muchas ocasiones serán **respuestas de 'sí' o 'no'**

*Ilustración 1. Consume usted queso?*



Fuente: (Propia E. , Consume usted queso?, 2018)

Interpretación.

El 64% de los encuestados afirman consumir queso y el 36% restante manifiestan no consumir queso, esta información es de gran importancia dado que esto nos indica que la mayoría de personas a las cuales estos dirigidos el producto lo consumen.

**¿EN SU HOGAR HABITUALMENTE SE CONSUME QUESO?**

*Tabla 4. ¿En su hogar habitualmente se consume queso?*

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Si	43	43	64%	64%
No	24	67	36%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (Propia F. E., 2018)

Ilustración 2. En su hogar habitualmente se consume queso?



Fuente: (Propia F. E., 2018)

Interpretación.

El 64% de la muestra encuestada manifiesta consumir queso en su hogar, corroborando la información resultante de la primera pregunta contenida en la encuesta y tan solo un 36% de ellos no hacen al queso parte de su canasta familiar. Indicando así que este producto tiene una amplia demanda que puede ser cubierta con nuestro producto.

¿CUÁNTAS PERSONAS CONFORMAN SU NÚCLEO FAMILIAR\_\_\_\_\_ DE ESAS PERSONAS HABITUALMENTE CONSUMEN QUESO\_\_\_\_\_?

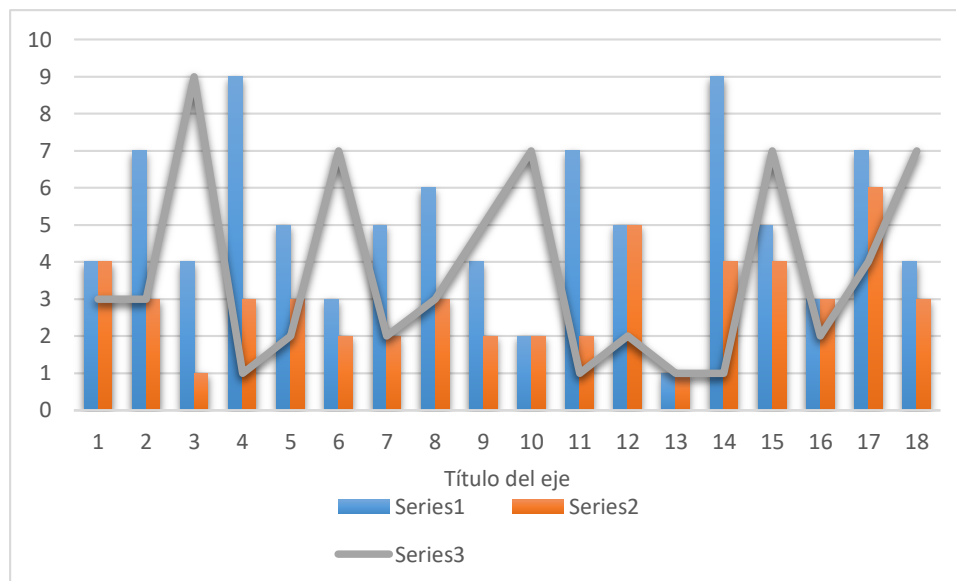
Tabla 5. Núcleos familiares.

DATOS		FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Núcleo F.	N.P.C.Q.				
4	4	3	3	4%	4%
7	3	3	6	4%	9%
4	1	9	15	13%	22%
9	3	1	16	1%	24%
5	3	2	18	3%	27%
3	2	7	25	10%	37%
5	2	2	27	3%	40%
6	3	3	30	4%	45%

4	2	5	35	7%	52%
2	2	7	42	10%	63%
7	2	1	43	1%	64%
5	5	2	45	3%	67%
1	1	1	46	1%	69%
9	4	1	47	1%	70%
5	4	7	54	10%	81%
3	3	2	56	3%	84%
7	6	4	60	6%	90%
4	3	7	67	10%	100%
TOTAL		67		100%	

Fuente: (Propia F. E., 2018)

Ilustración 3. ¿Cuántas personas conforman su núcleo familiar \_\_\_\_ de esas personas habitualmente consumen queso \_\_\_\_?



Fuente: (Propia F. E., 2018)

### Interpretación

Se evidencia que las familias incluyen en su canasta familiar al queso como un alimento de primera necesidad.

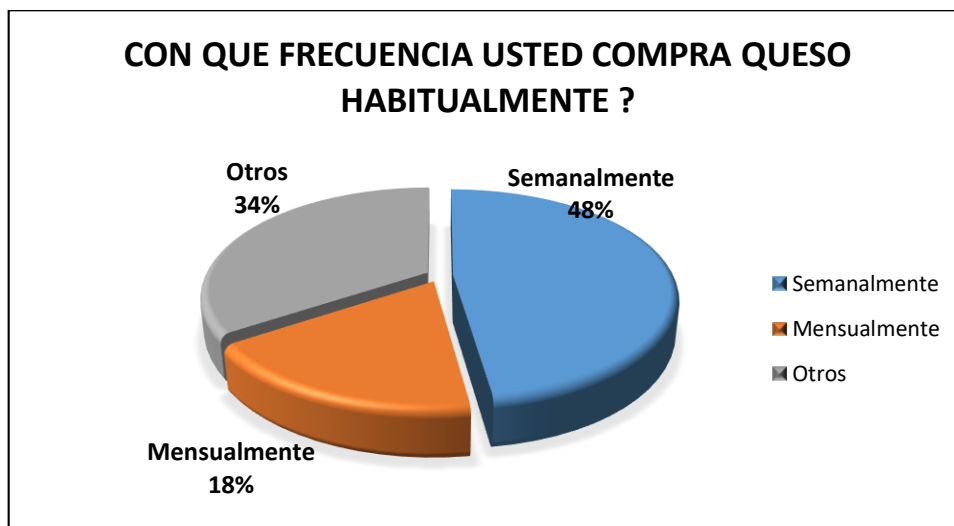
**¿CON QUE FRECUENCIA COMPRAN QUESO HABITUALMENTE?**

*Tabla 6. Con qué frecuencia compran queso habitualmente?*

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Semanalmente	32	32	48%	48%
Mensualmente	12	44	18%	66%
Otros	23	67	34%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (propia E. E., 2018)

*Ilustración 4. Con qué frecuencia usted compra queso habitualmente*



Fuente: (propia E. E., 2018)

**Interpretación**

Los encuestados manifiestan en su gran mayoría que consumen queso semanalmente con un 48% y en un 34% en otros lapsos de tiempo, con lo cual se identifica que los productos a ofertar tienen gran demanda y un amplio mercado.

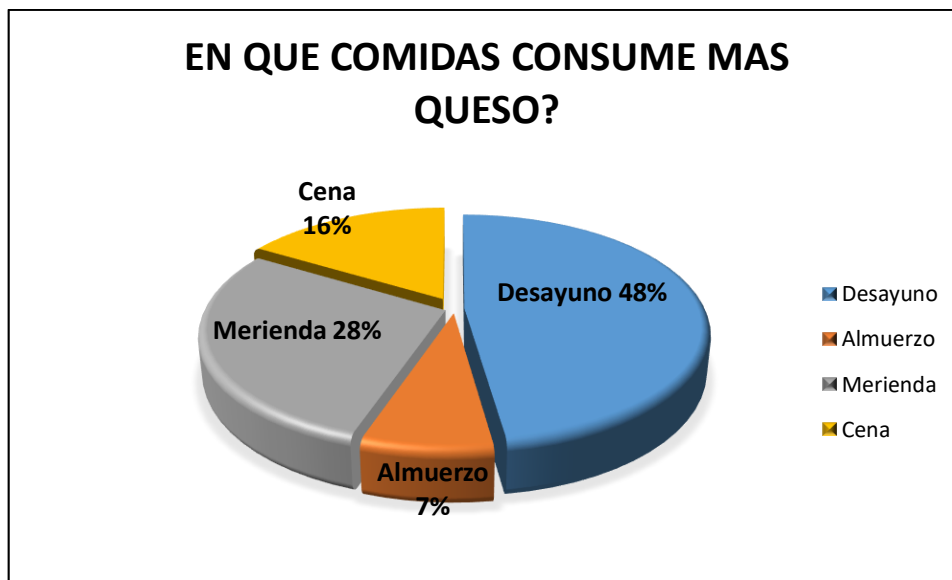
## ¿EN QUÉ COMIDAS CONSUME MÁS QUESO?

Tabla 7. ¿En qué comidas consume más queso?

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Desayuno	32	32	48%	48%
Almuerzo	5	37	7%	55%
Merienda	19	56	28%	84%
Cena	11	67	16%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (E.Propia, 2018)

Ilustración 5. En que comidas consume más queso?



Fuente: (Propia p. ..., 2018)

Interpretación.

La gran parte de la muestra encuestada manifiesta consumir queso en el desayuno con un 48%, seguido de la merienda con un 28% y con poco índice de consumo al almuerzo. Con ello se podría establecer entregar los pedidos en horas de la mañana para cubrir la alta demanda.



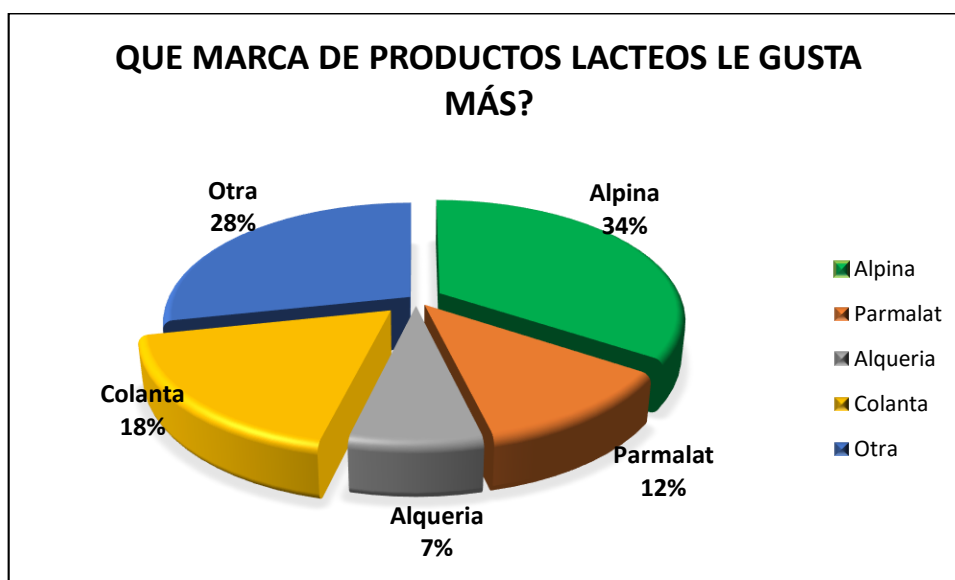
## ¿QUÉ MARCA DE PRODUCTOS LÁCTEOS LE GUSTA MÁS?

Tabla 8. Que marca de producto lácteos le gusta más ?

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Alpina	23	23	34%	34%
Parmalat	8	31	12%	46%
Alquería	5	36	7%	54%
Volanta	12	48	18%	72%
Otra	19	67	28%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (.Propia, 2018)

Ilustración 6. ¿Que marca de productos lácteos le gusta más?



Fuente: (.Propia, 2018)

Interpretación.

Alpina representa la marca de mayor preferencia para la muestra encuestada con un 34%, seguida de Volanta con un 18% y con tan solo un 7% encontramos a alquería; por lo cual se establece que el competidor potencial en el mercado con un trayecto previamente establecido es Alpina. Las estrategias de mercado estarán encaminadas a mitigar y poder darles valor agregado a nuestros productos para poder ser competentes.

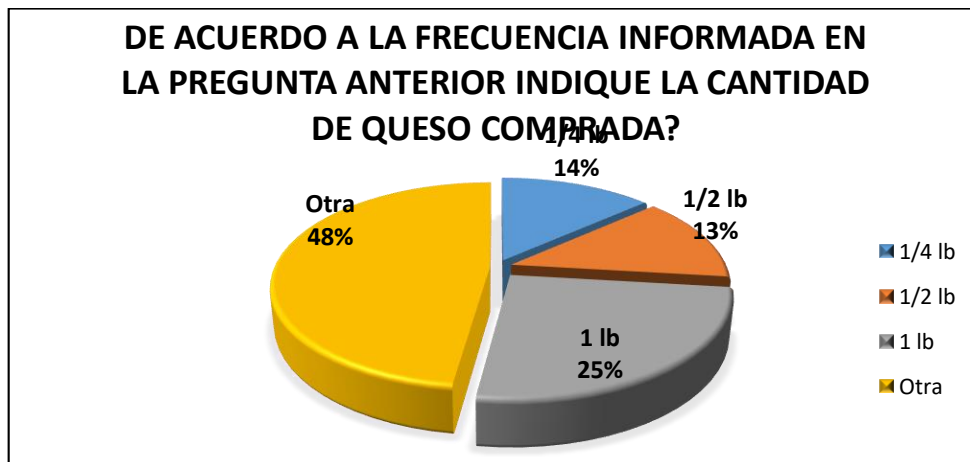
**¿DE ACUERDO A LA FRECUENCIA INFORMADA EN LA PREGUNTA ANTERIOR INDIQUE LA CANTIDAD DE QUESO COMPRADA?**

*Ilustración 7. De acuerdo a la frecuencia informada en la pregunta anterior indique la cantidad de queso comprada?*

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
1/4 lb	9	9	13%	13%
1/2 lb	9	18	13%	27%
1 lb	17	35	25%	52%
Otra	32	67	48%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente : (Propia..., 2018)

*Ilustración 8. De acuerdo a la frecuencia informada en la pregunta anterior indique la cantidad de queso comprada ?*



Fuente: (Propia..., 2018)

**Interpretación**

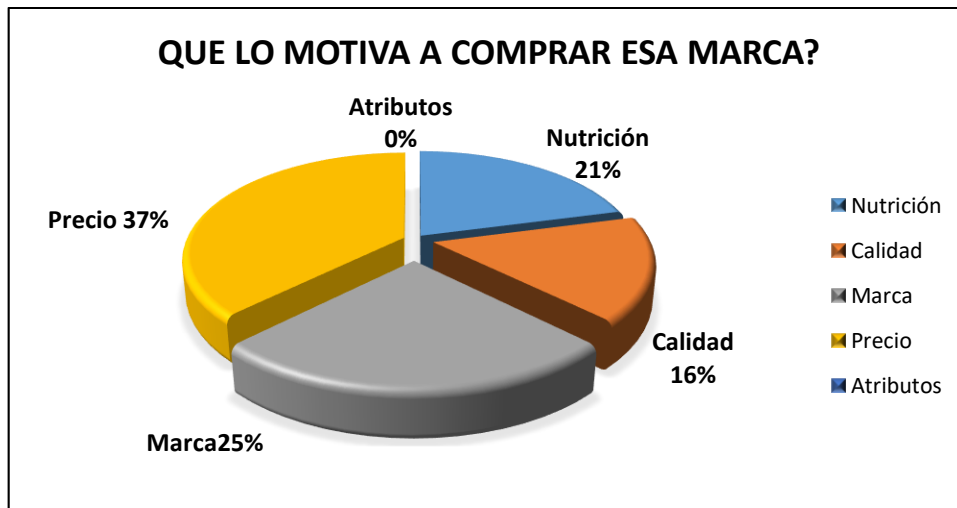
La muestra encuestada afirma que en su gran mayoría adquieren queso por libra, con una participación del 25%, y con 48% manifiestan comprar queso en una cantidad diferente a la expresada en la encuesta; por ello se define que los productos ofertados se venderán en una presentación de 1 lb.

## ¿QUÉ LO MOTIVA A COMPRAR DETERMINADA MARCA?

Tabla 9. ¿Que lo motiva a comprar determinada marca?

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Nutrición	14	14	21%	21%
Calidad	11	25	16%	37%
Marca	17	42	25%	63%
Precio	25	67	37%	100%
Atributos	0	67	0%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente : (Propia p. E., 2018)



Fuente: (Propia p. E., 2018)

Interpretación.

El precio con un 37% es el motivo por el cual establece la muestra comprar determinada marca, seguida del godo Wells<sup>7</sup>; es por ello que se estable manejar precios bajos entre 4700-5000 por lb dependiendo del tipo de queso a adquirir.

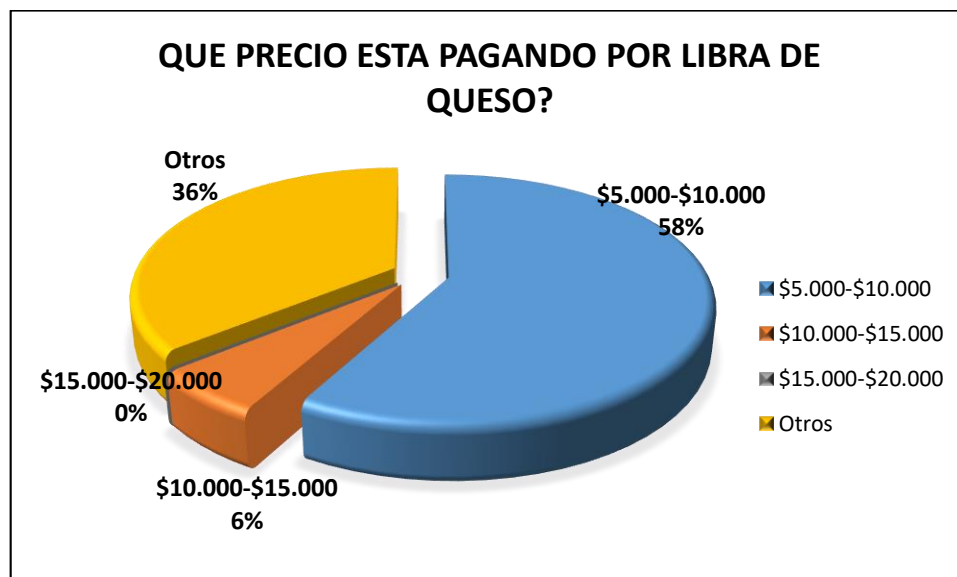
### ¿QUÉ PRECIO ESTÁ PAGANDO POR LIBRA DE QUESO?

Tabla 10. Que precio está pagando por libra de queso?

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
\$5.000-\$10.000	39	39	58%	58%
\$10.000-\$15.000	4	43	6%	64%
\$15.000-\$20.000	0	43	0%	64%
Otros	24	67	36%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (Propia..., 2018)

Ilustración 9. Que precio está pagando por libras de queso?



Fuente: (Propia..., 2018)

<sup>7</sup> Good Well. Intangible adquirido por el buen nombre.

## Interpretación

Como se expresó anteriormente el precio con el cual se pretende ingresar en el mercado es el más apto, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el presente ítem, donde los encuestados manifiestan que por lb de queso están pagando un rubro entre \$5.000- \$10.000.

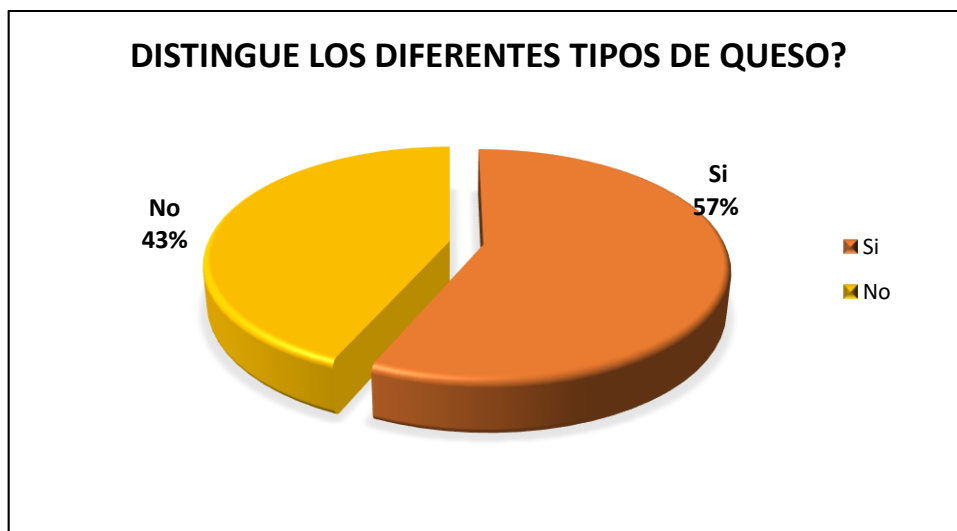
### ¿DISTINGUE LOS DIFERENTES TIPOS DE QUESO?

Tabla 11. Distingue los diferentes tipos de queso

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Si	38	38	57%	57%
No	29	67	43%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (Propia E. E., 2018)

Ilustración 10. Distingue los diferentes tipos de queso?



Fuente: (Propia E. E., 2018)

## Interpretación.

La muestra encuestada afirma conocer en su porcentaje de 57% los diferentes tipos de queso, lo cual permite a la empresa ingresar a un sector donde no habría que hacer mayor esfuerzo

por educar a los clientes sobre los diferentes tipos de queso que puede encontrar en el mercado.

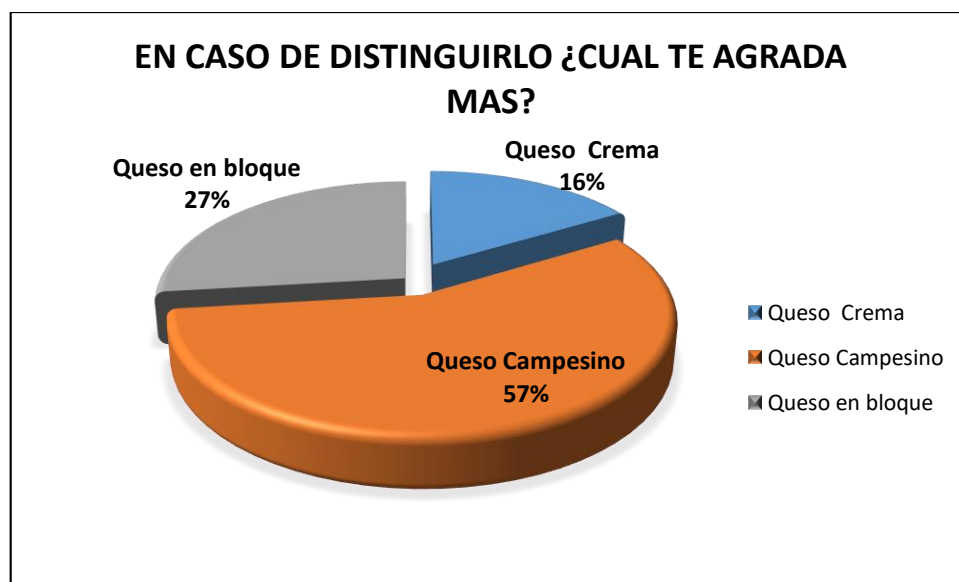
### **EN CASO DE DISTINGUIRLO ¿CUÁL TE AGRADA MÁS?**

*Tabla 12. En caso de distinguirlo ¿Cuál te agrada más?*

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Queso Crema	11	11	16%	16%
Queso Campesino	38	49	57%	73%
Queso en bloque	18	67	27%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (Propia F. E., 2018)

*Ilustración 11. En caso de distinguirlo ¿Cuál te agrada más?*



Fuente: (Propia F. E., 2018)

Interpretación

La muestra encuestada da a conocer que les agrada más el queso campesino con un rango del 57%, seguido del queso en bloque y finalmente el queso crema; por lo cual se decide tener mayor producción del queso campesino como producto de primera línea.

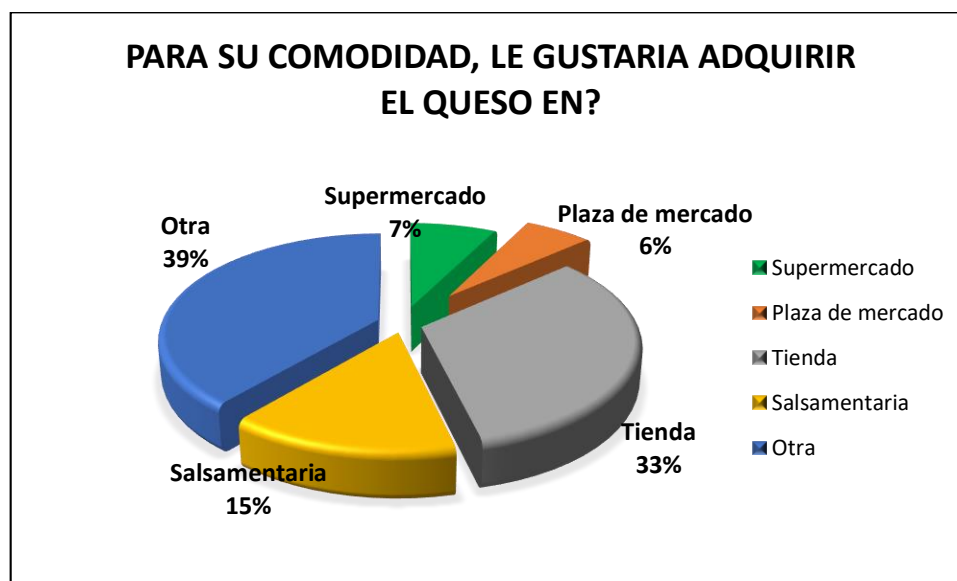
### ¿PARA SU COMODIDAD, LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL QUESO EN?

Tabla 13. ¿Para su comodidad, Le gustaría adquirir el queso en?

DATOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACOMULADA	FRECUENCIA RELATIVA (%)	FRECUENCIA RELATIVA ACOMULADA (%)
Supermercado	5	5	7%	7%
Plaza de mercado	4	9	6%	13%
Tienda	22	31	33%	46%
Salsamentaría	10	41	15%	61%
Otra	26	67	39%	100%
TOTAL	67		100%	

Fuente: (Propia F. E., Para su comodidad. le gustaria adquirir el queso en ?, 2018)

Ilustración 12. Para su comodidad, le gustaría adquirir el queso en ?



Fuente: (Propia F. E., Para su comodidad. le gustaria adquirir el queso en ?, 2018)

Interpretación.

La muestra encuestada manifiesta que le gustaría poder adquirir los productos ofertados en las tiendas con un 33% del total, y con poca afluencia en las plazas de mercado; por lo cual se debe definir unas estrategias de venta en las tiendas para poder llegar a los clientes finales.

## ESTUDIO DE MERCADO

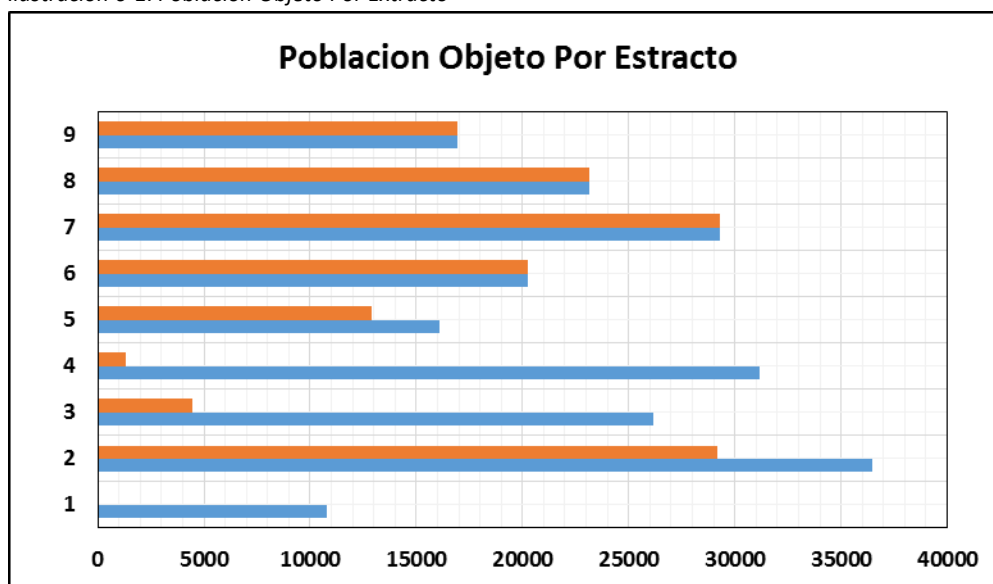
### Cientes Y Potencial De La Empresa

Se ha segmentado el mercado y se determinó que el área a la cual va dirigida la unidad económica de producción y distribución de productos lácteos es aquella ubicada en los estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Popayán como la muestra la tabla 1. Población Objeto.

### Comportamiento Del Sector

Siendo el mercado objeto la población perteneciente a los estratos 1, 2 y 3 del municipio de Popayán el cual tiene una densidad poblacional urbana el 88%. Cuenta con nueve comunas de las cuales las comunas 2, 6 y 8 son el nicho<sup>8</sup> poblacional tomado como eje de partida con una población total de 36.452, 20.263 y 23.125 respectivamente; con un porcentaje de representación del 80%, 100% y 100% de los estratos marcados en el estudio. Se determina según el último censo poblacional del 2005 realizado por el DANE<sup>9</sup> los hogares estaban compuestos aproximadamente en promedio por 3.8 individuos lo cual nos permite identificar una muestra poblacional de 17.819 familias tenidas en cuenta como población potencial.

Ilustración 0-1. Población Objeto Por Extracto



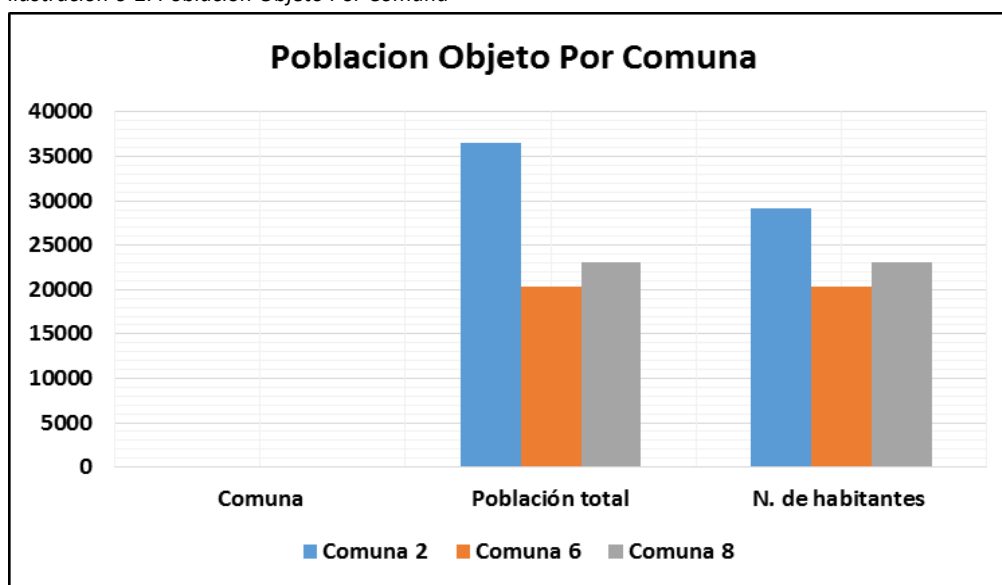
<sup>8</sup> Nicho. *Mercados de nicho o nichos de mercado* son grupos de personas que comparten características similares, a los cuales puede ofrecer su producto o servicio de manera específica porque sabe que tienen exactamente la necesidad que usted o su negocio resuelven.

<sup>9</sup> DANE. Departamento Administrativo Nacional De Estadística



Fuente:  
([http://www.academia.edu/16796115/comunas\\_en\\_popayan\\_y\\_numero\\_de\\_personas\\_en\\_popayan](http://www.academia.edu/16796115/comunas_en_popayan_y_numero_de_personas_en_popayan), 2018)

Ilustración 0-2. Población Objeto Por Comuna



Fuente:  
([http://www.academia.edu/16796115/comunas\\_en\\_popayan\\_y\\_numero\\_de\\_personas\\_en\\_popayan](http://www.academia.edu/16796115/comunas_en_popayan_y_numero_de_personas_en_popayan), 2018)

## Estructura Actual Del Mercado

Las empresas productoras y comercializadoras de lácteos para el 2015 presentaron crecimiento del 8% pasando de 1.9 millones de litros a 2.1 millones de litros procesados lo que ratifica el crecimiento expuesto. (Centro de Asistencia , 2018)

Uno de los boom<sup>10</sup> en el sector lácteo son las cooperativas quienes han tomado fuerza gracias a los modelos de éxito basados en técnicas asociativas y procesos de transformación con el fin de fortalecer este sector y darle la importancia que se merece al área agropecuaria quine tal vez es el punto más importante.

<sup>10</sup> Boom. Se llama **boom al estallido de popularidad** que experimenta algo. Se trata de un **éxito súbito** y, muchas veces, sorprendente.

## **Generalidades Del Sector.**

El municipio de Popayán, capital del departamento del Cauca ubicado al sur occidente de Colombia fundada por San Sebastián de Benalcázar el 13 de enero de 1537; cuya población estimada teniendo en cuenta el censo del 2005 es de 270.000 en su área urbana equivalentes aproximadamente al 80% de la población total.

Por el sector geográfico que rodea al municipio de Popayán, este limita con:

Note: Catibia y Tutoró

Oriente: Tutoró, Paraca y el departamento del Huila

Sur: Soltará y Paraca

Occidente: El Tambo y Timbo

## **Participación Del Sector En El PIB**

El DANE para el 2014 expidió un boletín técnico en el cual se refleja que para este año el PIB nacional fue de 515.5 billones de pesos presentándose así un crecimiento del 3.1% respecto al año anterior. El departamento del cauca presenta una tasa de crecimiento del 6.1% del cual solo 0.07% corresponden al sector agropecuario eje de estudio en el cual estaría clasificado el ente.

Aproximadamente genera 717.434 empleados directos a nivel nacional representando el 20% del total de empleados generados en el sector agropecuarios.

## **Mercado Proveedor**

Para la producción de los bienes demandados se hace necesario de un proveedor que cumpla con los estándares de calidad por ello se a contar con los productores de leche de resguardo Indígena Etnia Yanacona de San Sebastián quienes actualmente cuenta con una producción de 10000 litros de leche mensuales los cuales no tienen un mercado de explotación que satisfaga lo ofertado debido a ello los productores de San Sebastián vendrían a constituir y ser los mayores proveedores de esta materia prima. La productora y comercializadora de productos lácteos de San Sebastián tendrán en un comienzo como único proveedor de materia prima los Indígenas del cabildo Etnia Yanaconas de San Sebastián Cauca, quienes producen aproximadamente 10000 litros de leche mensual, ellos serán el único proveedor en primera instancia pues el proyecto está dirigido a potenciar la economía de la región y así poder favorecer a esta comunidad, al igual hay que tener presente el costo de la materia prima que ellos ofrecen el cual es de \$1000 por litro; precio que favorece la puesta en marcha de la unidad económica ya que al momento se realizan cotizaciones con otros proveedores los cuales ofrecen un precio promedio por litro de leche de \$1800 sin contar con los costos indirectos que se incurren en el traslado de esta materia prima al lugar de procesamiento.

## Mercado Distribuidor

Otros proveedores de diferentes insumos, propiedad planta y equipo son:

*Tabla 14 Proveedores de propiedad, planta y equipo.*

DESCRIPCIÓN	PROVEEDORES	UBICACIÓN
Empaques Al Vacio	Sirviempack	Cali - Valle del Cauca (Cr26B1 75-39)
	Diferencial pack	Cali - Valle del Cauca (Cl 22 # 5-42 Brr. San Nicolás)
	Ecoempack	Cali - Valle del Cauca (Cll 81 N. 26 P-110 Barrio Bonilla)
Propiedad Planta y Equipo	Superpack S.A.S	Cali - Valle del Cauca
	Agri-Lac	Chía Cund. - Colombia Calle 16 # 12 - 20
	Centro Agro Lechero	Bogotá D.C.-Colombia Carrera 14A No. 71-35
Calderas	Frios Y Tanques S.A.S	Medellin (Cll 9A N. 58-18 )
Elementos de Proteccion Personal	Seinpa S.AS	Popayán - Cauca (Cll 1n N. 9 -49)
	Ditsa	Popayán - Cauca
	Cmg Dotaciones	Cali - Valle del Cauca (Cra 2 N. 23-38)
Elementos de Aseo	Almacen el Aseo	Popayán - Cauca (Cra 4 N. 6-34)
Equipos de Computo	Compunota	Popayán - Cauca (Cra 6)
	La Casa del Computador	Popayán - Cauca (Cll 5 N. 11-24)
Muebles de Oficina	Deco Artes Muebles	Popayan-Cauca(Cll 6 N.4-14)
	Maderarte Popayán	Popayan-Cauca(Av. Panamericana)

Fuente: (Propia E. , 2018)

## Análisis De La Demanda

Teniendo en cuenta el último reporte de Acopio de leche en el Cauca para el 2015 de la zona pacifica de la cual hace parte el Cauca presenta un incremento del 8% al pasar de 1,9 millones de litros a 2,1 millones de litros demandados para diversos procesos industriales; así lo reveló la Asociación Colombiana de Procesadores de la Leche (Asole che); En cuanto a la comercialización se observa que ya los productos derivados de la leche tan solo representan el 3% a nivel nacional, con un 5% de participación por la producción de quesos .Finalmente bajo este estudio se refleja que para los años 2014 y subsiguientes el precio del litro de leche presenta un incremento del 1% pasando de \$905 a \$911 por litro.

En el último año se observa que el consumo per cápita <sup>11</sup> de queso en cualquiera de sus presentaciones fue de 1,4 Kg, según Nielasen<sup>12</sup> el país alcanza un consumo anual de 62.566 kg; a finales del 2016 los quesos frescos<sup>13</sup> tuvieron una tasa anual de crecimiento del 2,8% y con ello lograron posesionarse como el segundo producto lácteo de mayor consumo en el país.

### ***Productos Sustitutos Y Productos Complementarios***

El queso en sus diferentes presentaciones, tiene productos sustitutos y complementarios que tienen similar composición o realizan la misma función en el metabolismo del ser humano tales productos sustitutos y complementarios son:

- La soja, las nueces y algunos de los aceites que se utilizan en estos productos contienen proteínas vegetales que pueden suministrar algunos de los mismos aminoácidos de una forma muy saludable. (Comerbeber, 2018).
- Los sustitutos de queso a base de tofú también son una opción popular. El tofú es especialmente bueno como sustituto del queso fresco o del queso estilo ricota. La textura es muy similar y el sabor se puede mejorar con hierbas. El tofú es puede ser la base de muchos otros tipos de queso de soja, pueden encontrarse sustitutos del queso parmesano, de la *mozzarella*, incluso del queso Cheddar, hechos con tofú. (Comerbeber, 2018)

### ***Comportamientos De Precios Versus Comportamientos De La Demanda***

Según la Unidad de Seguimiento de Precios del Ministerio de Agricultura “en el país predomina el consumo de los quesos frescos -como el campesino o el doble crema-, ubicándose como el segundo producto lácteo de mayor demanda, con una tasa anual promedio de crecimiento del 3,9%. Esta preferencia obedece a que una gran cantidad de colombianos lo consumen a la hora del desayuno. Sin embargo, el mercado y la variedad de este producto están aumentando con un mayor consumo de quesos Semiduros y Maduros”. (GRUPO EXITO, 2018)

---

<sup>11</sup>**PIB Per Cápita.** indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población. Para ello, se divide el Producto Interior Bruto (PIB) de dicho territorio entre el número de habitantes (Economipedia, 2018)

<sup>12</sup>**Nielsen.** compañía líder global en información y medición, provee investigación de mercado, hallazgos e información de los que la gente ve, escucha y compra. (Nielsen, 2018)

<sup>13</sup>**Quesos Frescos.** Son aquellos que luego de su elaboración no son sometidos a procesos de maduración ni fermentación. Tienen mayor contenido de agua que los quesos madurados, por su frescura y sabor suave pueden ser incluidos en la alimentación diaria. (Alpina, 2018)

Teniendo en cuenta cifras de Nielasen, en Colombia el crecimiento del sector quesos en el último año móvil -en ventas- es de un 12%, representado en más de 102 mil millones de pesos.

En el departamento del Cauca a pesar del desconocimiento generalizado de procesos industrializados para producir queso, mantienen su permanencia en el mercado con la producción artesanal y con un consumo del 34% en la mayoría de hogares de derivados lácteos; el 46% de estos consumidores adquieren estos productos en las tiendas, el 24% en expendedores ambulantes y el 27% los compran en las salsamentarías.

### ***Demanda Potencial***

#### ***Mercado Objeto***

Para el año 2017 la población está compuesta por 284737 de los cuales se establece la existencia de 36159 hogares ubicados en las nueve comunas del municipio de Popayán para el presente estudio el mercado objeto son las comunas 2, 6 y 8 ubicadas estratégicamente con una demografía y estratificada entre 1 y 3; con una densidad poblacional de 67712 cuya composición por hogar se ubica en una escala promedio de 3.8% para un total de hogares de 17819.

#### ***Perfil Del Consumidor***

Al ser el mercado objeto la población ubicada entre los estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Popayán estos presentan la siguiente característica sociodemográfica:

- El 50% está compuesto por mujeres y el restante por hombres. De estos el 59% está conformado relativamente por jóvenes cuyas edades oscilan entre los 16 y 45 años.
- En cuanto al nivel educativo la mayor parte de las personas de las comunas objeto de estudio presentan un nivel máximo de escolaridad de básica secundaria con un 37.29% seguido por el universitario con un 26.28%.
- Si bien en Popayán es la capital del departamento del Cauca tan solo se reporta el 1% de población indígena categorizada en la población objeto.
- Las actividades realizadas por estos hogares se clasifican desde oficios varios, oficios del hogar, construcción y actividades técnicas.

#### **Análisis De La Oferta**

De acuerdo a la actividad económica de la productora y comercializadora de derivados lácteos esta entraría a ofertar dentro de la categoría comercial dentro de las empresas caucanas. El mayor número de empresas del departamento de la cuaca se concentran en el comercio al por mayor y al por menor con una participación del 51%, seguido encontramos las empresas de alojamiento y servicios de comida con un 12% y tan solo el 10% corresponde a actividades industriales en la cual estaría enmarcada este ente.



Fuente: (ICER, 2017)

#### ***Factores Que Determinan La Oferta***

En el municipio de Popayán no una cantidad razonable de unidades económicas que ofrezcan queso campesino, doble crema y queso en bloque en excelentes condiciones y a un precio asequible para que haga parte esencial de la canasta familiar; en si la oferta en su gran mayoría se encuentra ubicada en los supermercados con marcas como alpina, Volanta entre otras marcas que no son propias del sector productor del Cauca; al igual este tipo de quesos son distribuidos en las salsamentarías. A continuación se relacionan las empresas con registro INVIMA <sup>14</sup> propias del Cauca:

---

<sup>14</sup> INVIMA. es el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, es una entidad de vigilancia y control de carácter técnico científico, que trabaja para la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria.

Tabla 15. Productores de derivados lácteos en el CAUCA

PRODUCTORES DE DERIVADOS LÁCTEOS REGISTRADOS EN LA BASE DE DATOS DEL INVIMA A				
MUNICIPIO	RAZON SOCIAL	DIRECCION O UBICACION DEL ESTABLECIMIENTO	TELEFONO	PRODUCTOS ELABORADOS
PATIA	IBARRA GUERRERO LUIS FERNANDO ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO LACTEOS PATIA	CL 5 No 7 – 25 BR EL LIMONAR	8262077;3152607779	QUESO DOBLE CREMA; QUESO FRESCO SEMI GRASO; SEMI DURO QUESILLO; MOZARELLA; CUAJADA; SEMI DURO CAMPESINO; SEMI DURO PERA; DURO COSTENO
PIENDAMO	MUELAS DE PILLIMUE ANA MYRIAM ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO QUESERA LA VACA LOLA DE TUNIA	VDA EL PINAR VIA POPAYAN CALI 2 KM ANTES DEL PEAJE	3235976651;3002069830	QUESO FRESCO; DULCE DE LECHE TIPO MANJAR BLANCO; YOGUR; KUMIS
POPAYAN	GOMEZ PAZ ANA LUCIA ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO LA COCINA DE MAMA LOMBRIZ	KM 1 VIA A CALI VDA RIO BLANCO PARCELAACION EL TABLON POPAYAN	3164828655;3155030202	YOGURT; KUMIS; QUESOS
PURACE	ALQUEDAN GALINDRES GLORIA ALICIA	ENTRADA ESTACION DE SERVICIO BIOMAX BR TOMAS CIPRIANO DE MOSQUERA CABECERA MUNICIPAL COCONUCO	3113607486;3218768130	QUESO FRESCO DOBLE CREMA
SILVIA	JOSE HOWER FERNANDEZ	VDA EL JARDIN VIA USENDA	3155139374	QUESO CAMPESINO
SILVIA	MARIA DEL SOCORRO OTERO	VDA EL ALTO DEL CALVARIO	3174714243	QUESO CAMPESINO
SILVIA	VIDAL VELASCO ISAURA	VDA LA ESTRELLA KM 14	3156778235;3207437428	QUESO CAMPESINO
SILVIA	FERNANDO PILLIMUE PILLIMUE	FIRECUPERACION VDA AGOYAN, 600 METROS DEPUES DE LA ESCUELA	3215452084	QUESO FRESCO
SILVIA	JAIME EUSSAT ROCHEZ	VDA TAPIAS	3205302320;3148497095	QUESO FRESCO
SILVIA	MORALES CHAVACO JOSE DAVID	VDA DELICIAS RESGUARDO GUAMBIA SEDE 1	3105165597;3148258640	QUESO FRESCO
SILVIA	PECHENE RIVERA ARNULFO	FIAGOYAN VDA AGOYAN	3217115849	QUESO FRESCO
SILVIA	OTERO CALAMBAS DEISY JASMIN	VDA EL JARDIN COR DE USENDA, TOMAR DESVIO USENDA, CASA DOS KM DE LA ESCUELA	3186899233;3173115782	QUESO FRESCO BLANDO MOLIDO (QUESO TIPO CAMPESINO)

en las comunas 2, 6 y 8 siendo el mercado objeto y por ende clientes potenciales con los cuales se va determinar el nivel de aceptación.

## Plaza

El producto será distribuido en las tiendas de las comunas 2, 6 y 8 al igual que en los pequeños supermercados que se encuentran ubicados en dichos sectores y demás clientes institucionales quienes los venderán al consumidor final con el fin de limitar la integración de intermediarios a mayor escala; el producto será transportado en vehículos con contenedores térmicos que mantengan las características propias del producto en las fechas establecidas dentro del cronograma de ventas.



Fuente: (Propia E. , Cronograma De Ventas, 2018)

### **Promoción**

La promoción del producto (Doble Queso, Queso Crema Y Queso en Bloque) se realizara en primer instancia tiendas, pequeños supermercados y otros clientes institucionales de forma directa por medio del administrador quien luego se asegurara de entregar y cumplir con cada uno de los requisitos solicitados por las empresas a las cuales se les oferta el producto; de tal forma que el trabajo de promoción se realice conjuntamente y así se fortalezcan las relaciones institucionales, al igual se entregara de manera permanente y gratuita publicidad en las tiendas y en los diferentes lugares donde exhiba el producto.

Se realizaran individualmente otras campañas en los diferentes centros comerciales de la ciudad de Popayán con el uso de promotora e impulsadora del producto, los medios de información masiva como el internet jugaran un papel importante en esta promoción ya que cabe la posibilidad de crear una página web con el fin de captar nuevos clientes a nivel nacional y porque no internacional; los vínculos con el gobierno y otras instituciones de carácter público se realizara por medio del fomento de cada una de las características, bondades y beneficios de los productos expuestos anteriormente en la alimentación de los individuos y como esta aporta al crecimiento económico de la ciudad de Popayán.

### **Precio.**

Se establecen los siguientes precios, con el fin de que el producto ofertado pueda ser adquirido por la población objeto:

- **Libra queso campesino. \$5.000**
- **Libra queso doble crema. \$4.700**



## VENTAS PROYECTADAS

<b>CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1</b>	153,000
----------------------------------	---------

INCREMENTO ANUAL	
<b>Año 2</b>	2%
<b>Año 3</b>	4%
<b>Año 4</b>	6%
<b>Año 5</b>	8%

CAPACIDAD UTILIZADA PROYECTADA					
Item	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Asesorías Anuales</b>	153,000	156,060	162,302	172,041	185,804

TOTAL VENTAS PROYECTADAS			
AÑO	NÚMERO DE ASESORIAS ESTIMADAS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO	NÚMERO DE ASESORIAS MINIMAS X CUMPLIR
1	153,000	60%	91,800
2	156,060	60%	93,636
3	162,302	60%	97,381
4	172,041	60%	103,224
5	185,804	60%	111,482

### Conclusiones Estudio de Mercado.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el presente estudio se pudo determinar que el producto a oferta tiene gran demanda en el mercado objeto, pues se pretende acoger a un gran porcentaje de la población inmersa en la ciudad de Popayán en especial a los habitantes de las comunas 2.4.6 y 9 de la ciudad.

Con el fin de establecer un precio que no afecte la canasta familiar y que el queso no sea un producto de lujo si no de bienestar, se pretende ofertar con precios que estén entre los \$4.700 y los \$10.000. Este bien se distribuirá inicialmente en las tiendas de los barrios para empezar desde ahí a dar a conocer este bien.

### ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

Se pretende alcanzar al crear la unidad económica la unión de dos personas; que, al poseer conocimientos claros e innatos, tecnicados en procesos de transformación de derivados de lácteos y manejo de clientes, de igual forma con un capital suficiente para la generación de un excelente producto que satisfaga la necesidad insatisfecha, obteniendo así un beneficio económico e internamente fuentes generadoras de mejoramientos de estilos de vida.

## Marco Legal.

### *Unidad Económica.*

- Según la ley 590 del 2000 en el Art. 2 la define como “toda unidad de explotación económica, realizada por personas naturales o jurídicas, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana” (Publico, 2000)
- En el Art. 25 del código del comercio define la empresa los siguientes términos “se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizara a través de uno o más establecimientos” (Codigo de Comercio )
- El decreto único reglamentario de las reglas de contabilidad, de información financiera y de aseguramiento de la información definen al negocio como “un conjunto integrado de actividades y activos susceptibles de ser dirigidos y gestionados con el propósito de gestionar una rentabilidad en forma de dividendos, menores costos u otros beneficios económicos directamente a los inversores u otros propietarios, miembros o partícipes” (Publica, 2015).

## Clasificación De Las Empresas.

*Tabla 16. Clasificación De Las Empresas*

<b>CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS</b>	
<b>Según Su Objetivo</b>	
<b>Con Ánimo De Lucro</b>	Personas naturales
	Personas jurídicas
<b>Con el desarrollo de su objeto social pretenden una utilidad</b>	Sociedades comerciales
	Instituciones del sector financiero y asegurador
	Instituciones del mercado de valores
	Instituciones de mercado cambiario
	Empresas uniformes
<b>Sin Ánimo De Lucro</b>	Sector cooperativo
	Cajas de compensaciones familiar
<b>El objeto social se fundamenta en la prestación de un servicio específico como salud, educación y otros.</b>	Fondos de empleados
	Sindicatos
	Fundaciones de beneficencia
	Fondos mutuos de inversión
	Cooperativas civiles
	Asociaciones mutuales
	Otros
<b>Otras</b>	Sociedades de hecho
<b>Con el desarrollo de su objeto social pretenden una utilidad. Sin embargo desde el punto de vista legal, no se encuentran constituidas como sociedades</b>	Cuentas de participación
	Patrimonio autónomo
	Consortios
	Uniones temporales

Fuente: (<https://www.contabilizalo.com/clasificacion-de-las-empresas>, 2018)

Tabla 17. Clasificación De Las Empresas

<b>SEGÚN SU PROCEDENCIA DE CAPITAL</b>	
<b>Empresas Privadas</b>	Son las que para su constitución y funcionamiento necesitan aportes de personas o entidades particulares
<b>Empresas De Economía Mixta</b>	Son las que reciben aportes de los particulares y del Estado.
<b>Empresas Oficiales O Publicas</b>	Son las que para su funcionamiento reciben aportes del Estado.

Fuente: (<https://www.contabilizalo.com/clasificacion-de-las-empresas>, 2018)

Tabla 18. Clasificación De Las Empresas

<b>SEGÚN EL TAMAÑO</b>	
Pymes: Pequeñas y medianas entidades que no tienen la obligación pública de rendir cuentas y publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos. (FIANCIERA, 2015)	
<b>Microemoreasaas</b>	Son unidades económicas con no mas de diez trabajadores, y cuyos activos totales son inferiores a los 501 salarios mínimos legales vigentes.
<b>Pequeñas Empresas</b>	Son unidades económicas que tiene entre 11 y 50 trabajadores, y cuyos activos totales deben estar entre 501 y menos de 5001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
<b>Medianas Empresas</b>	Son unidades económicas que tiene entre 51 y 200 trabajadores, y cuyos activos totales se encuentran entre 5001 y 15000 salarios mínimos legales vigentes.
<b>Gran Empresas</b>	Es la unidad económica que supera los parametros anteriores; es decir, tiene mas de 200 trabajadores y cuenta con activos totales que superan los 15000 salarios mínimos legales vigentes.

Fuente: (<https://www.contabilizalo.com/clasificacion-de-las-empresas>, 2018)

## Las Sociedades.

Teniendo en cuenta el artículo 98 el Contrato de Sociedad está definido como el contrato de sociedad o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social. (CODIGO DE COMERCIO ,ART.98 DECRETO 410 DE 1971, 1971).

La sociedad al ser constituidas legalmente, forma una persona jurídica diferente de los socios individualmente considerados.

### Clasificación De Las Sociedades.

Tabla 19. Clasificación De Las Sociedades

CLASES DE SOCIEDADES EN COLOMBIA						
Clase	Nombre	Denominación De Los Socios	Ingreso Y Exclusion De Socios	No. De Socios	Responsabilidad	Capital Social y Votos Para Decisiones
Personas	Sociedad Colectiva	Socios	Consentimiento de la mayoría	Min: 2	Solidaridad e ilimitada	Participacion. Todos los socios tiene un voto sin importar la participación que tenga en la sociedad.
	Sociedad Limitada	Socios	Ingreso o exclusion de socios con consentimineto de la mayoría.	Min: 2 Max:25	Limitada hasta el monto de sus aportes	Cuotas de igual valor. Todos los socios tienen un voto sin importar las cuotas que posea.
	Sociedad En Comandita Simple	Gestores Y Comanditarios	Las decisiones de los administradores se tomaran por voto de la mayoría de ellos, y encaso de empate, decidiran los socios.	Gestores. Min: 1; Max: 25 Comanditarios Min:1	Gestores: Solidaria e ilimitada. Comanditarios: Hasta el monto de aportes	Cuotas de igual valor. Las decisiones las toman los socios gestores en igualdad de votos.
Capital	Sociedad Anónima Simplificada	Accionistas	Solo al adquirir acciones y no se prevén causas de exclusion de socios.	Min: 1	Hasta el monto de aportes	Cuotas de igual valor. De acuerdo a lo establecido en documento de constitución
	Sociedad Anónima Simplificada	Accionistas	Solo al adquirir acciones y no se prevén causas de exclusion de socios.	Min: 5	Gestores: Solidaria e ilimitada. Comanditarios: Hasta el monto de aportes	Acciones de igual valor, los votos de los accionistas será de acuerdo al numero de acciones.
	Sociedad En Comandita Por Acciones	Gestores Y Comanditarios	Solo al adquirir acciones y no se prevén causas de exclusion de socios.	Min: 1 Min:5	Hasta el monto de aportes	Acciones de igual . Las decisiones las toman los socios gestores en igualdad de votos.

Fuente: (<https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>)

### Tipos De Sociedades.

El ente se constituirá bajo la modalidad de una Sociedad por Acciones Simplificas, ya que esta ofrece mayor flexibilidad a la hora de crear una empresa. Desde que se avaló este tipo de sociedad según las investigaciones realizadas más del 54% de las empresas creadas en el

país lo han hecho bajo esta figura, ya que esta modalidad permite a los emprendedores a simplificar inicialmente los trámites e iniciar su proyecto con un bajo presupuesto; ya que para estas figuras se permite tener estatutos flexibles que se adapten a las necesidades y condiciones requeridas por el empresario, en cuanto a su creación es más fácil ya que este proceso se hace mediante documento privado, lo que implica para la empresa ahorro en tiempo y dinero, lo que ha llamado mayor la atención de los empresarios es que en este tipo de sociedades el objeto social puede ser indeterminado lo que implica que los posibles clientes que demanden un servicio de estas sociedades no necesariamente tienen que consultar el listado de actividades que ofrece el ente para identificar si estas tienen la capacidad de desarrollar determinada operación.

Teniendo en cuenta las ventajas expuestas anteriormente las cuales hacen parte del compendio inmerso en la ley 1258 del 05 de diciembre de 2008, se elige este tipo de sociedad regidos sus estatutos teniendo en cuenta los lineamientos del Código de Comercio que se tienen para este tipo de figura jurídica. La unidad económica está conformada inicialmente por dos personas, las cuales deberán hacer el aporte de capital social teniendo en cuenta los resultados obtenidos a partir del estudio financiero y cuyo objeto radica en la producción y distribución de productos derivados lácteos en la ciudad de Popayán.

La razón comercial es Productora y Comercializadora de productos lácteos derivados San Sebastián S.A.S., administrada bajo la responsabilidad de los accionistas, los cuales a su vez harán parte del área administrativa de la unidad económica, quienes pretenden mantenerse en el mercado y proyectarse como una empresa al servicio de la comunidad generando empleo para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que hagan parte de su equipo de trabajo.

A continuación, se expone de manera más detallada las ventajas que trae consigo constituir esta unidad económica con figura jurídica S.A.S:

### ***Simplificación De Trámites.***

- Creación: Las S.A.S como figura jurídica permite a los entes formalizarse por medio de un documento privado lo que inicialmente le ahorra tiempo y dinero a los empresarios; cuya responsabilidad de los socios se limita a sus aportes, es decir que de ninguna forma por motivo de disolución y quiebra de la empresa tocara el capital individual de los socios.
- Carácter Comercial: En el artículo 3 de la Ley 1258 de 2008 se establece que a las sociedades con figura jurídica de S.A.S se les aplicara el derecho comercial independientemente de su objeto social, lo que las difiere de los demás tipos de sociedades pues en muchos de los casos según la legislación comercial se les aplica

el derecho civil<sup>15</sup>, lo que elimina la dicotomía<sup>16</sup> del derecho privado. (Significados, 2018), (Significados , 2018)

- No hay un mínimo de personas para conformar una sociedad según lo contemplado en el decreto 1258 de 2008 quien hace parte del marco jurídico que regula este tipo de sociedad.

### ***Limitación De Las Responsabilidad***

En los estatutos previos para la creación de una S.A.S se hace claridad sobre la limitación del riesgo de las accionistas al monto del capital aportado por cada uno de ellos; pero hay que hacer hincapié a lo plasmado en el artículo 42 de la Ley 1258 de 2008 , en el cual se expresa que en caso de fraude los accionistas deberán responder solidariamente, al igual en este se menciona que los socios no son de ninguna manera responsables de las obligaciones laborales, tributarios o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad como tal.

### ***Autonomía Para Estipular Libremente Las Normas Que Más Se Ajusta A La Empresa.***

- Inicialmente como ya se mencionó en los párrafos anteriores al fijar estatutos flexibles que se adaptan a las condiciones y requerimientos de los empresarios, con ello se inicia a la instauración de reglas las cuales rigen el funcionamiento de la sociedad.
- En cuanto a las acciones las acciones de las S.A.S no se pueden cotizar en la Bolsa de Valores; estas se clasifican en acciones ordinarias las cuales pueden ser con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con voto múltiple y las acciones privilegiadas acciones con dividendo fijo o denominadas acciones de pago.
- Tendrán la obligación de tener Revisor Fiscal las S.A.S cuyos ingresos del año inmediatamente anterior sean o excedan los tres mil salarios mínimos legales vigentes, por el contrario no están obligados a contemplar en su estructura organizacional a los Revisores Fiscales.
- Permite regular los derechos patrimoniales existiendo la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales y de prohibir la enajenación de las acciones por un lapso de tiempo de 10 años periodos económicos.
- Las S.A.S no están obligadas a tener junta directiva, salvo si en los estatutos así lo contempla y la totalidad de las funciones administrativas y la representación legal estarán a cargo del representante legal designado por la asamblea.
- En caso de liquidación de liquidación no se requiere de la aprobación de inventarios ante la Superintendencia de Sociedad.

---

<sup>15</sup> Derecho Civil. Se denomina derecho civil al sistema de principios y normas que regula las relaciones y vínculos jurídicos que establecen entre sí los ciudadanos en sus vidas privadas.

<sup>16</sup> Dicotomía. En términos generales, es la división de un objeto o concepto en dos partes complementarias pero separadas.

## **Requisitos Para El Establecimiento Comercial.**

Los requisitos contemplados en el Código de Comercio para que se permita el funcionamiento del establecimiento comercial son las siguientes:

- Inscripción ante la Cámara de Comercio CIIU<sup>17</sup>. (Gerencie.com, 2018)
- Obtener el concepto de bomberos
- Tramitar la identificación tributaria.
- Permiso de Uso de suelos, ubicación y destinación expedida por la Secretaria de Planeación Municipal.
- Normas de Seguridad
- Actualización de requisitos ante la Súper de Sociedades.
- Certificado de manipulación de alimentos.

## **Requisitos Para Constituir Una S.A.S**

Al realizar el registro ante la Cámara de Comercio del Cauca, se debe tener clara la siguiente información: nombre, documento de identidad y domicilio de accionistas (ciudad o municipio), razón social o denominación de la sociedad, seguida de las siglas S.A.S. El domicilio principal de la sociedad se debe contemplar y el de las distintas sucursales que se definen en la acta de constitución; la durabilidad si no está preestablecida se entenderá como constituida por término indefinido; seguido se ubican las actividades a desarrollar a menos que se especifique que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial. Entre otros requisitos que hacer parte del formulario del Registro Mercantil.

El documento de constitución debe ser autenticado previamente a la inscripción en el registro mercantil de la cámara de comercio por quienes participe en su suscripción, esta podrá hacerse directamente o a través de un apoderado si se realiza mediante acta, no se requiere de autenticación previa.

## **Estructura Organizacional.**

La unidad económica tendrá como eje de partida para la estructura organizacional los principios de Fayol quien plantea en su modelo administrativo enfoca su teoría hacia tres aspectos fundamentales, tales como la división de trabajo, la aplicación de un proceso

---

<sup>17</sup> CIIU. es una clasificación uniforme de las actividades económicas por procesos productivos. Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar al elaborar estadísticas sobre ellas.

administrativo y la formulación de los criterios técnicos orientados a la función administrativa. (apuntes facultad, 2018).

Las funciones administrativas expuestas por este autor son:

- Planear. Visualización de un horizonte y así trazar un programa de acción.
- Organizar. Construir un organismo social como material de la unidad económica.
- Dirigir. Tomar las riendas de la unidad económica orientando y dirigiendo al personal así un mismo horizonte.
- Coordinar. Unir, armonizar cada uno de los procesos para generar lazos entre el personal de la empresa.
- Controlar. Evaluar que cada proceso este ceñido a los estándares y reglamentos internos y externos.

### ***Ficha Administrativa.***

LOGOTIPO	LEMA
	TU EMPRESA EFICIENTE

Fuente: (Propia E. , 2018)

### ***Planeación Estratégica.***

La unidad económica Productora y Comercializadora de Derivados Lácteos San Sebastián tiene contemplado en su plan estratégico de crecimiento generar un valor agregado mediante el manejo de una estrategia corporativa medida a largo plazo donde se tomen en cuenta elementos tales como: la misión, la visión, principios los cuales darán vida en la medida que los clientes califiquen al producto y se pueda establecer una medición de aceptación.

### **Visión.**

La Productora y Comercializadora de Derivados Lácteos San Sebastián .S.A.S en los próximos diez años será una marca reconocida y certificada por sus más altos índices de



calidad como producto originario del Cauca, logrando posicionarse en todas los supermercados de la región e incursionando en nuevos mercados nacionales como un producto innovador hecho en Popayán Cauca.

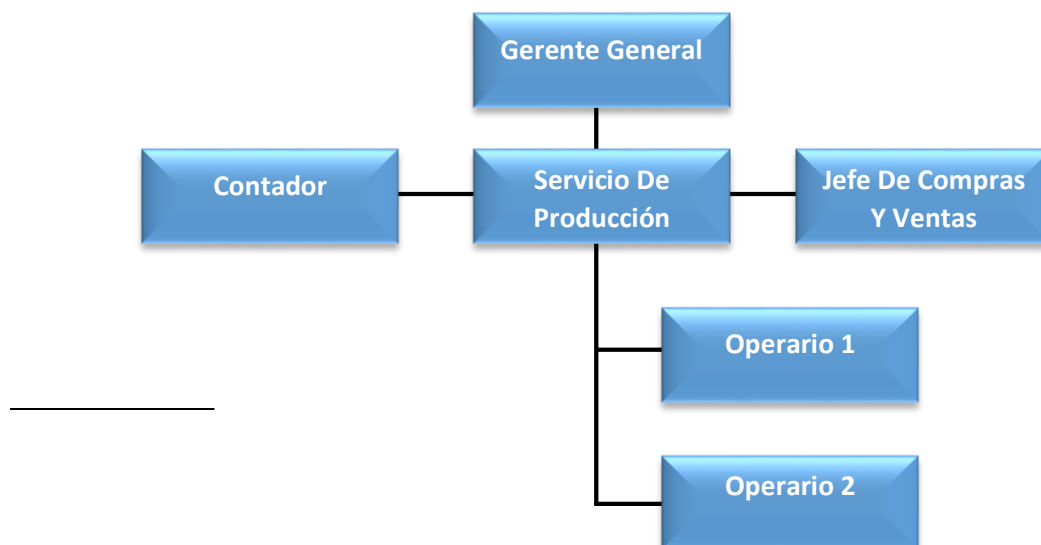
### **Misión.**

La Productora y Comercializadora de Derivados Lácteos San Sebastián .S.A.S es una empresa dedicada a la producción y comercialización de queso doble crema , queso en bloque y queso campesino elaborados artesanalmente cumpliendo los más altos estándares de calidad con el fin de satisfacer las exigencias de nuestros clientes.

### **Valores.**

- Responsabilidad. Somos pioneros en el cumplimiento de nuestros deberes así el personal, asociados y clientes, pues uno de nuestros pilares es el trabajo en armonía para general resultados trascendentales.
- Confianza. Siempre pensando en el bienestar y la satisfacción de nuestros clientes, por ello ofrecemos los mejores productos a un precio razonable.
- Participación. Somos un ente en el cual se practica la democracia, en donde cada uno de los individuos de la empresa están en la capacidad de presentar sus objeciones y proponer medidas de mejoramiento para dar excelentes resultados al final de cada proceso.
- Mística. La ejecución del trabajo se hace desde la convicción de entregar siempre lo mejor cliente final.

### **Organigrama.**



Fuente: (Propia E. , 2018)

## **Recursos.**

La Productora y Comercializadora de Productos Derivados Lácteos, para su adecuado funcionamiento debe contar con los siguientes recursos.

### ***Recursos Humanos.***

El recurso humano es el recurso más importante contemplado en la organización , con el cual se pretende cumplir las expectativas del mercado objeto , es un personal altamente calificado a nivel intelectual con una calidad humana innigual, garantizando un grado de productividad adecuado para cada una de las etapas de crecimiento de la unidad económica.

Para dar cumplimiento a los objetivos propuestos La Productora y Comercializadora de Derivados Lácteos San Sebastián S.A.S deberá contar con la siguiente planta de personal , con el fin de satisfacer las necesidades requeridas del momento, definiendo claramente el nivel autoridad y el área al cual pertenece cada uno de ellos.

### ***Manual De Funciones.***

Con el fin de que la operación productiva sea optima y así obtener altos niveles de eficiencia se ha elaborado un manual de funciones en el cual se especifica los cargos, funciones, requerimientos, habilidades y aptitudes que deben tener cada uno de los colaboradores.

Es de resaltar que este manual debe estar a conocimiento de todo los colaboradores que hacen parte de la empresa.

## Identificación Del Cargo.

Tabla 20. Identificación De Cargo

MANUAL DE FUNCIONES		
<b>Cargo:</b>	Gerente General	<b>Conocimientos:</b>
<b>Categoría:</b>	Nivel Gerencial	<b>Educación Formal:</b> Estudios universitarios en
<b>Experiencia Previa:</b>	2 a 5 años	Administración de Empresas Agropecuarias,
<b>Edad:</b>	25 a 48 años	Administración de Empresas o Ingeniería de
<b>Sexo:</b>	Indiferente	Alimentos.
<b>Horario De Trabajo:</b>	Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a p.m.	

**OBJETIVOS DEL CARGO:** Administrar los recursos financieros y humanos para el desarrollo de un excelente funcionamiento de la producción y comercialización de los productos ofertados por la empresa, trabajando arduamente para el fortalecimiento y posicionamiento de estos en el mercado asegurándose de mantener un nivel considerable de remanente para la empresa.

FUNCIONES DEL CARGO:	CARACTERISTICAS PERSONALES:
<ul style="list-style-type: none"><li>● Elaborar diariamente los registros de producción</li><li>● Mantener una relación cordial y oportuna con los empleados</li><li>● Liderar el equipo</li><li>● Planear, organizar y dirigir todas las actividades de la empresa</li><li>● Verificar el despacho de pedidos a tiempo y en orden</li><li>● Analizar e interpretar los registros financieros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Liderazgo</li><li>● Planeación, organización y control de proyectos</li><li>● Facilidad de trabajar en equipo</li><li>● Responsabilidad</li><li>● Innovación y apertura al cambio</li><li>● Capacidad de tomar decisiones</li></ul>

Fuente: (Propia E. , 2018)

Tabla 21. Identificación de Cargo

MANUAL DE FUNCIONES			
<b>CATEGORIA</b>	Nivel Administrativo	<b>CONOCIMIENTO</b>	
<b>CARGO</b>	Contador	<b>EDUCACIÓN FORMAL</b>	Estudios
<b>EXPERIENCIA</b>	5 años		universitarios en
<b>EDAD</b>	25 a 35 años		Contaduría
<b>SEXO</b>	Indiferente		Publica
<b>HORARIO DE TRABAJO</b>	4 horas a la semana		

**OBJETIVOS DEL CARGO.**

Proporcionar información de carácter financiera de la empresa con el fin de evaluar la gestión realizada para el cumplimiento de las proyecciones iniciales.

FUNCIONES DEL CARGO	CARACTERISTICAS PERSONALES
Elaborar el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados . Realizar informes financieros mensualmente. Presentar y cumplir las obligaciones tributarias de la empresa. Realizar los tramites pertinentes ante los entes de control y otras entidades a las cuales se les deba general algún tipo de reporte ya sea financiero como fiscal.	Capacidad de trabajar en equipo  Facilidad para analizar las situaciones presentadas Creatividad,autoestima,estabilidad emocional

**JEFE INMEDIATO** GERENTE GENERAL

Fuente: (Propia E. , 2018)

Tabla 22. Identificación de Cargo

MANUAL DE FUNCIONES			
<b>CATEGORIA</b>	Nivel Administrativo	<b>CONOCIMIENTO</b>	
<b>CARGO</b>	Contador	<b>EDUCACIÓN FORMAL</b>	Estudios
<b>EXPERIENCIA</b>	5 años		universitarios en
<b>EDAD</b>	25 a 35 años		Contaduría
<b>SEXO</b>	Indiferente		Publica
<b>HORARIO DE TRABAJO</b>	4 horas a la semana		

**OBJETIVOS DEL CARGO.**

Proporcionar información de carácter financiera de la empresa con el fin de evaluar la gestión realizada para el cumplimiento de las proyecciones iniciales.

FUNCIONES DEL CARGO	CARACTERISTICAS PERSONALES
Elaborar el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados . Realizar informes financieros mensualmente. Presentar y cumplir las obligaciones tributarias de la empresa. Realizar los tramites pertinentes ante los entes de control y otras entidades a las cuales se les deba general algún tipo de reporte ya sea financiero como fiscal.	Capacidad de trabajar en equipo  Facilidad para analizar las situaciones presentadas Creatividad,autoestima,estabilidad emocional

**JEFE INMEDIATO** GERENTE GENERAL

Fuente: (Propia E. , 2018)

Tabla 23. Identificación de Cargo

MANUAL DE FUNCIONES		
<b>Cargo:</b>	Jefe de Compras y Ventas	<b>Conocimientos:</b>
<b>Categoría:</b>	Departamento de Compras	Educación Formal: Estudio Técnico o universitarios en Administración Pública,
<b>Experiencia Previa:</b>	1 a 3 años	Administración de Empresas y
<b>Edad:</b>	25 a 45 años	Contabilidad o Economía.
<b>Sexo:</b>	Indiferente	
<b>Horario De Trabajo:</b>	Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a p.m.	

**OBJETIVOS DEL CARGO:** Gestionar la adquisición de materiales, y servicios que soliciten las diferentes unidades administrativas de la empresa, de conformidad con la Ley de Compras y Contrataciones del Estado. Así como de mantener existencias en niveles adecuados en el Almacén, para satisfacer las necesidades de las dependencias de la Empresa.

FUNCIONES DEL CARGO:	CARACTERISTICAS PERSONALES:
<ul style="list-style-type: none"><li>● Recibir y tramitar los pedidos que hacen las diferentes dependencias de la Empresa, para la compra de artículos e insumos necesarios para la ejecución de sus actividades.</li><li>● Preparar el plan general de abastecimiento para el año, con base a las programaciones de materiales y suministros requeridos por las diferentes unidades administrativas de la empresa.</li><li>● Velar por el correcto cumplimiento de los sistemas y procedimientos establecidos, para la compra y suministro de materiales.</li><li>● Mantener constante información sobre proveedores nuevos y sustitutos.</li><li>● Efectuar las compras en el menor tiempo posible, cumplir con los procedimientos legales establecidos y procurar los mejores precios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Habilidad para realizar presentaciones y resolver problemas en su área.</li><li>● Actitud para dirigir y liderar un grupo de trabajo.</li><li>● Capacidad para trabajar en equipo.</li><li>● Habilidad de gestión de proyectos para el desarrollo de la empresa</li><li>● Capacidad de organizar, supervisar.</li></ul>

Fuente: (Propia E. , 2018)

Tabla 24. Identificación de Cargo

MANUAL DE FUNCIONES		
<b>Cargo:</b>	Operario	<b>Conocimientos:</b>
<b>Categoría:</b>	Producción	Educación Formal: Bachiller o
<b>Experiencia Previa:</b>	1 a 2 años	Técnico en la elaboración de
<b>Edad:</b>	20 a 43 años	productos derivados lácteos.
<b>Sexo:</b>	Indiferente	
<b>Horario De Trabajo:</b>	Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a p.m.	

**OBJETIVOS DEL CARGO:** Cumplir con los objetivos de producción, tanto en calidad, cantidad y tiempo, así como verificar el uso adecuado de la maquinaria y equipo asignado al personal.

FUNCIONES DEL CARGO:	CARACTERISTICAS PERSONALES:
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Velar por el cuidado y buen uso de las instalaciones y elementos de la empresa.</li> <li>● Operar de manera adecuada las unidades y equipos del área de desempeño.</li> <li>● Informar y realizar mantenimiento básico de equipos. Reportar oportunamente las fallas en los mismos con el fin de programar mantenimientos especializados.</li> <li>● Cumplir con las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el área de su desempeño.</li> <li>● Mantener el área de trabajo limpia y ordenada antes, durante y después de la operación con el fin de facilitar el desarrollo de las actividades y dar cumplimiento a los servicios solicitados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Vacación de servicio</li> <li>● Trabajo en equipo y bajo presión</li> <li>● Buenas relaciones interpersonales</li> <li>● Personal con buena actitud</li> </ul>

Fuente: (Propia E. , 2018)

### **Recursos**

### **físicos**

Los recursos físicos con los cuales debe contar la empresa están constituidos por la propiedad planta y equipo, con el fin de dar cumplimiento a la operatividad del objeto de la empresa.

En el estudio financiera se enlistaran con su respectiva cotización, pues esto hace parte del componente de inversión que los socios deben hacer para poner en marcha la idea de negocio.

### ***Recursos Logísticos***

La Productora y Comercializadora de Derivados Lácteos San Sebastián se hará conocer sus productos ofertados al consumidor por medio de los siguientes medios:

- Radio. Este medio de comunicación es de mucha afluencia por el mercado objeto ubicado en los estratos 1,2 y 3 de la ciudad de Popayán.
- Prensa. Es un medio de comunicación relativamente ambiguo, dirigido a los buenos lectores de fácil acceso y que no implica una inversión relativamente alta.
- Folletos directos. Hoy en día este medio se ha convertido en uno de los más frecuentes para este tipo de empresas y más cuando están en proceso de apertura.
- Vallas. Las cuales se ubicaran en zonas estratégicas de las comunas 2,6 y 8 de la ciudad de Popayán.
- Redes Sociales. Se creara un perfil en Facebook, Instagram pensando a largo plazo en tener una página web a través de la cual se pueda solicitar los productos ofertados que permitan abrir mercados.
- Correo electrónico corporativo. Él cual servirá de medio entre los clientes y el mercado en
- general.


### **Conclusiones del Estudio Administrativo y Legal.**

La empresa tendrá como nombre Productora, Comercializadora y Distribuidora de quesos San Sebastián S.A.S.

Sera constituida legalmente como una sociedad por acciones simplificada y tendrá como objeto la producción y comercialización de quesos, el número de socios es reducido para la apertura se inicia con dos socios los cuales harán sus aportes en el momento de realizarse el acta.

La Productora, Comercializadora y Distribuidora de quesos San Sebastián S.A.S., dentro como eje de partida la satisfacción de los clientes, para así poder incursionar en el mercado y competir.

# MATRIZ DOFA

 <p><b>Productora Y Distribidora De Derivados Lácteos</b></p> <p>30 años de tradición</p>	<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividad ganadera y lechera de la región</li> <li>- Tenencia de equipos para el procesamiento de la leche.</li> <li>- Sólida constitución y registro de la empresa, los terrenos propios de la empresa</li> <li>- Bajo costo de producción láctea en la región</li> <li>- Alto nivel de conocimiento en la actividad láctea</li> <li>- Calidad de los productos procesados</li> <li>- Mano de obra comprometida con los ideales de la empresa.</li> <li>- Aumento de la capacidad para incursionar en nuevos mercados.</li> <li>- Compromiso de los productores para la provisión segura de la materia prima</li> <li>- Evaluaciones de desempeño de los empleados</li> <li>- Conocimiento de la misión y visión empresarial</li> <li>- Respeto hacia la estructura administrativa</li> <li>- Claridad del manual de funciones</li> <li>- Buen nivel de comunicación interna y externa</li> <li>- Calidad en las decisiones en materia financiera</li> <li>- Solución a las quejas de los clientes</li> <li>- Calidad de la atención al cliente</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistema publicitario y promocional</li> <li>- Ubicación del punto de venta</li> <li>- Ausencia de un área de investigación y desarrollo en la empresa.</li> <li>- Inexistencia de una sólida y organizada cadena de distribución.</li> <li>- Escasas actividades de innovación en la producción</li> <li>- No se tiene conocimiento exacto de las amenazas y oportunidades del entorno.</li> <li>- Inexistencia de un plan estratégico</li> <li>- Costo elevado en la comercialización de leche fresca</li> <li>- Falta de organización productiva y empresarial de los productores.</li> <li>- Inexistencia de un programa de servicios al cliente</li> <li>- Escasas alternativas de financiamiento de los productores lecheros.</li> <li>- Deficiente valor agregado de los productos lácteos</li> <li>- Inexistencia de tanques de enfriamiento en la zona</li> <li>- Deficiente administración productiva y sanitaria de la materia prima desde el hato lechero</li> <li>- Poco reconocimiento de la marca en el mercado</li> <li>- Inexistencia de programas de capacitación de los empleados en temas de mercadeo y ventas.</li> <li>- Altos gastos de transporte en la comercialización de los productos lácteos</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento del consumo de lácteos en el mercado regional y nacional.</li> <li>- Diversificación de productos lácteos basados en el valor agregado.</li> <li>- Involucramiento del consumo de productos lácteos en programas alimentarios y sociales definidos por el gobierno nacional.</li> <li>- Innovación de sistemas y materiales de empaque</li> <li>- Innovación de técnicas biotecnológicas de mejoramiento genético en la región</li> <li>- Programas de asistencia técnica establecidos por el gobierno nacional y gestionados por organismos con experiencia rural</li> <li>- Concientización de la comunidad frente al consumo</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lograr una mayor comercialización de los productos entre los consumidores finales en un término de un año.</li> <li>- Ampliar y fortalecer el portafolio de productos y servicios, suministrando al consumidor y cliente, novedosas opciones teniendo en cuenta sus expectativas, necesidades, gustos y capacidad de compra.</li> <li>- Definir mecanismos tendientes a fortalecer la calidad de los productos y servicios, así como de la excelencia y eficiencia en los procesos de mejoramiento continuo.</li> <li>- Precisar y desarrollar sistemas de capacitación a los empleados en temas diversos e interesantes</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar mecanismos tecnológicos que permitan un mejor posicionamiento de los productos nuevos como los tradicionales, siendo de gran alcance para el consumidor final.</li> <li>- Trabajar en pro de la excelencia y el mejoramiento continuo, basados en el portafolio de servicios, la infraestructura, la calidad del servicio, la innovación y la solidez de la empresa en el entorno.</li> <li>- Proporcionar de manera permanente un trato justo a clientes, resolviendo sus inquietudes y necesidades con referencia a los productos y servicios que demanda.</li> <li>- Atender de manera diligente y oportuna las inquietudes y reclamaciones buscando su confianza</li> </ul>




## **ESTUDIOTECNICO**

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos del presente estudio se podrá tomar decisiones adecuadas en cuanto al tamaño del proyecto, localización, alternativas tecnológicas, procesos y lugar donde se inició a la idea de negocio.

Este proyecto está diseñado de acuerdo a los resultados obtenidos por el estudio de mercado y a la capacidad del proveedor directo que para el caso son los pequeños productores de leche del resguardo indígena Etnia Yanacona del municipio de San Sebastián, sin embargo se ha proyectado en un futuro tener mayor cobertura .Se estima que para poder satisfacer a los clientes se requieren de 333 litros de leche como materia prima para el proceso de transformación.

La planta tendrá la capacidad inicial de realizar un solo proceso, pero si el mercado demanda mayor producción esta se encontrara en la capacidad de realizar hasta tres procesos diariamente 72 metros cuadrados.

## Ficha Técnica del Producto

<b>FICHA TECNICA DE LA COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE DERIVADOS LACTEOS SAN SEBASTIAN</b>	
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	<b>QUESOS SAN SEBASTIÁN</b>
<b>VALOR AGREGADO</b>	<p>Son un producto alimenticio de alta calidad producido en la ciudad de Popayán, con precios asequibles y con toques innovadores que incitan a su consumo.</p>
<b>USO</b>	<p>Se encuentra incluido en la alimentación diaria por sus grandes propiedades alimenticias.</p>
<b>MATERIALES</b>	<p>Leche, Cuajo Y Sal</p>
<b>DIMENSIONES</b>	<p>El queso doble crema y el queso crema vendrá en paqueticos de 8 quesitos y en bloque el queso campesino o tradicional.</p>
<b>EMPAQUE</b>	<p>Serán empacados en bolsas de polietileno empacada al vacío; este llevara la marca, cantidad de queso, el valor nutricional, fecha de vencimiento y el elaborado por entre otras datos con el fin de cumplir con la norma NTC 512*.</p>

Norma NTC 512<sup>18</sup>. (Librería de la U (Contenido + Soluciones), 2018)

Fuente: (Propia E. , 2018)

<sup>18</sup> NTC 572. Establece los métodos a y b para la determinación del contenido de humedad en el azúcar crudo, refinado, blanco y blanco especial.

## **Descripción del producto**

El artículo 6 de la resolución 2310 de 1986 menciona los quesos “el producto obtenido por la coagulación de leche, de la crema de leche, de la crema de suero, del suero de la mantequilla o de la mezcla de algunos o todos estos productos, por la acción del cuajo u otros coagulantes aprobados”.

### ***Queso Crema***

El queso crema es una invención estadounidense desarrollada en la década de los setenta, es un queso muy similar al Neufchatel<sup>19</sup> francés , el cual está hecho a base de leche de vaca , pero difiere en su maduración y contiene emulsionantes<sup>20</sup> que le permiten dar firmeza y por ende les generan mayor vida. (Neufchatel AOC el queso francés con forma de corazón, 2018), (EcuRed (Conocimientos con todos y para todos), 2018)

El queso crema se clasifica como un queso fresco, por lo cual su vida útil es relativamente corta, después de que es retirado de su empaque; su sabor es suave, fresco y dulce; su presentación es en bloques.

### ***Queso Doble Crema***

Es un queso autóctono de la gastronomía española, esta clase de queso es una nata<sup>21</sup> que contiene un porcentaje de grasa mayor al habitual, se pueden identificar dos modalidades el de cocina el cual tiene un 18% de materia grasa y el nata un 30 % de materia grasa; es muy utilizado para montar y hacer coberturas, pues su aspecto cremoso y graso lo hace llamativo para elaboraciones y trabajos culinarios. (La nata definicion y tratamientos , 2018)

### ***Queso en Bloque***

Es una de las presentaciones en las cuales se va a ofrecer el queso campesino, el cual tendrá las dimensiones dependientes de los requerimientos de los clientes.

---

<sup>19</sup> Neufchâtel. es un queso francés fabricado en Pays de Bray, una región de Alta Normandía, y más concretamente en los alrededores de Neufchâtel-en-Bray.

<sup>20</sup> Emulsionantes. Aditivos que hacen posible que líquidos normalmente inmiscibles, por ejemplo aceite y agua, se mezclen y formen una emulsión.

<sup>21</sup> Nata. Es un producto de consistencia grasa y tonalidad blanca o amarillenta. Se ha definido como una leche rica en grasa con niveles bajos de proteínas y lactosa. Hay distintos tipos de nata, dependiendo de los contenidos en grasa, que oscilan entre un 12% y un 55% y del tipo de tratamiento térmico.

Diagrama de Bloques para el Queso Campesino.

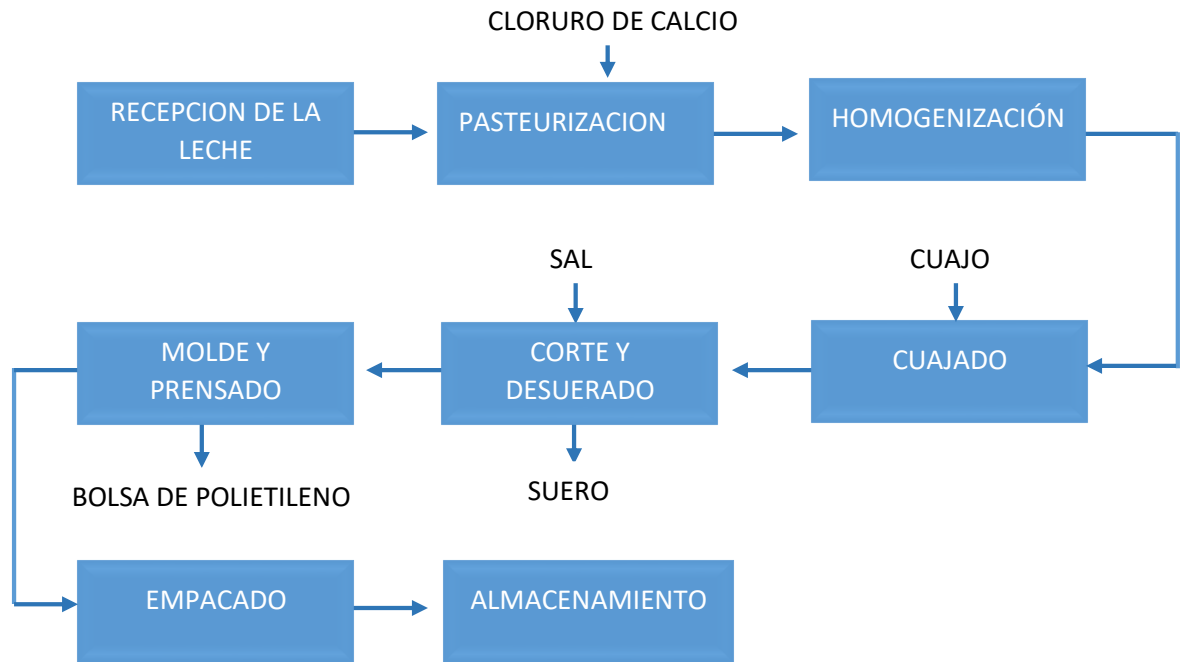
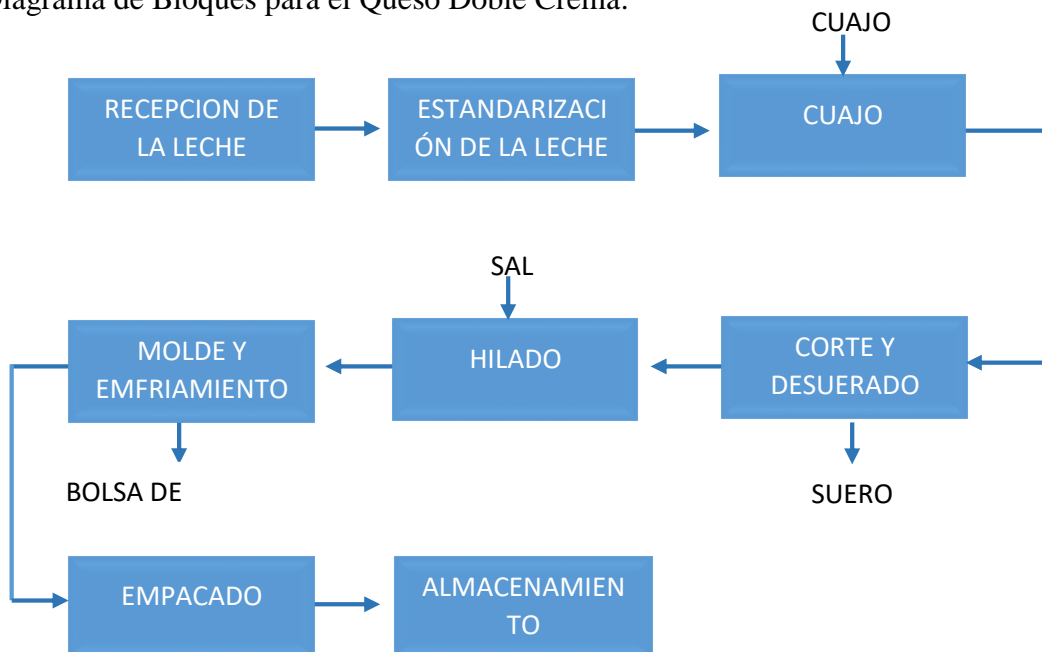


Diagrama de Bloques para el Queso Doble Crema.



**Capacidad del proyecto.**  
**Capacidad Instalada-Proyectada y Utilizada.**

Tabla 25- Capacidad Instalada

Item	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Asesorías al año
libras de queso	10.200	10.200	10.200	15.300	15.300	15.300	10.200	15.300	15.300	15.300	10.200	10.200	153.000

<b>CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1</b>	153.000
----------------------------------	---------

INCREMENTO ANUAL	
Año 2	2%
Año 3	4%
Año 4	6%
Año 5	8%

CAPACIDAD UTILIZADA PROYECTADA					
Item	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Asesorías Anuales	153.000	156.060	162.302	172.041	185.804

Fuente: Elaboración propia.

La empresa estará en la capacidad de producir 10.200 libras mensuales promedio y al año 153.000 libras al año.









Se determina un incremento anual de producción para el primer año del 2%, para el año dos del 4%, para el año cuatro el 6% y para el año cinco el 8%, manteniéndose un incremento año a año de 2% por ciento.

**Necesidades y Requerimientos**

Teniendo en cuenta las características cualitativas y cuantitativas necesarias para el desarrollo adecuado del presente proyecto, se requiere de la siguiente estructura:

## Muebles y Enseres

### Descripción de Equipos de Oficina

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA						
Cantidad	Item	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Vida Util	Imagen
2	Portatil Corei 5	Procesador: Intel Corei 5 7ma generacion Sistema opertavo: Windows 10 Memoria RAM: 8GB Disco Duro: 500GB Pantalla: 14"	\$ 1.549.900	\$ 3.099.800	5	
1	Telefono Escritorio	Telefono Inalambrico ALCATEL T20 Indicar de llamada entrante Tono de volumen: 3 Función de Rediscado Llamada en Espera Selector Tono / Pulso Apto para escritorio / Pared Color: Negro	\$ 70.900	\$ 70.900	5	
2	Silla Giratoria	Silla giratoria cómoda y de fácil desplazamiento y ajuste de altura.	\$ 186.000	\$ 372.000	10	
4	Silla	Silla fija cómoda, tipo barra, de fácil desplazamiento.	\$ 71.990	\$ 287.960	10	
1	Escritorio	Escritorio de oficina tipo "L" Compuesto por modulo de CPU; 3 archivadores y guarda teclado extraible.	\$ 555.000	\$ 555.000	10	
2	Papelera	Basurera tipo cono con diseño de rejilla metalica	\$ 14.000	\$ 28.000	10	
1	Archivador	Kardex Cardex 3 gabetas Negro melaminico Medidas 47 x 50 cm altura 112 cm Fabricado en Melamina de18 mm	\$ 140.000	\$ 140.000	10	
1	Impresora Multifuncional	Marca: HP Modelo: Impresora Todo-en-Uno HP DeskJet GT 5820 Tipo: Multifuncional Características de Impresión: Imprima, copie, escanee, de manera inalámbrica / No Características de Escaneo (resolución) dpi: Windows® 10, Windows® 8.1, Windows® 8, Windows® 7, Windows Vista®, Windows® XP	\$ 459.000	\$ 459.000	5	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.046.790</b>	<b>\$ 5.012.660</b>		

### Equipos de Cómputo y Comunicación

MAQUINARIA Y EQUIPO						
Cantidad	Item	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil	Imagen
3	Tanque De Recepcion De Leche	Tanque para descarga y recibo de leche en acero inoxidable con tapa y tolva con una capacidad de 600 litros.	\$ 903.750	\$ 2.711.250	10	
4	Cantina Lechera	Cantina para transporte de leche de acero inoxidable capacidad de 40 litros con tapa de caucho.	\$ 380.000	\$ 1.520.000	10	
1	Marmita	Una marmita es una olla de acero inoxidable con tapa que queda totalmente ajustada para trabajar a alta presión o sin tapa para trabajar a presión atmosférica.	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	10	
1	Balanza Digital 60 Lb	Especificaciones: 30 kg * 5g Precisión: 1 / 3000F, S AC 110V y Built-in recargable Almacenamiento hasta 8 precios unitarios. Función de memoria clara Apagado automático función para ahorrar energía Total precio ventana: 6 dígitos	\$ 271.990	\$ 271.990	10	
2	Mesas Acero Inoxidable	Mesa de trabajo de acero inoxidable 153cm (60") x 77cm (30). Parte superior en acero inoxidable, patas y parrilla interior en galvanizado. Tipo: acero / galvanizado Dimensiones: 153cm x 77cm x 90cm alto	\$ 410.000	\$ 820.000	10	
1	Empacadora Al Vacío	Fácil alineación de bolsos con cámara de vacío extra ancha -Bloquea el aire para mantener la frescura en -Previene quemaduras por congelación -Controles versátiles: -Vacío y sellado para sellado tradicional -Sello solo para hacer bolsas de rollos -Aspire solo para alimentos delicados -Sello normal para comida seca -Sello extendido para alimentos húmedos.	\$ 434.000	\$ 434.000	10	
1	Extintor 30 Lb	Extintor de polvo químico seco Multipropósito - ABC - 30Lb Extintor Polvo Químico Seco - PQS o Multipropósitos. Fórmula QUÍMICA: Su ingrediente activo es el fosfato monoamónico (NH4H2PO4), el más eficiente y mejor conocido agente extintor multipropósito. USO DEL PRODUCTO: Extinción de fuegos clase ABC.	\$ 59.950	\$ 59.950	5	
1	Botiquín	Botiquín de primeros auxilios elaborado en lámina de alta calidad, pintura electrostática hornable, puerta en vidrio, con chapa y 2 llaves, 5 divisiones que permiten una mejor distribución de la dotación. Se entrega con señalización de Botiquín. Dimensiones: 50 cm de alto X 30 cm de ancho X 14 cm de fondo.	\$ 57.000	\$ 57.000	5	
1	Compresor De Aire	Compresor de aire con calderín de 100 litros, potencia de 2 HP y con una presión máxima de 8 bar. Pesa 48 kilos y es transportable gracias a sus ruedas y el apoyo delantero.	\$ 1.025.777	\$ 1.025.777	10	
1	Balanza Bascula de 300kg	LCD con luz de fondo (Verde) Capacidad máxima de 300 kg Acero tratado térmicamente Precisión de 100gr Plataforma plegable 100% portátil y fácil de guardar. Totalmente portátil Pantalla LCD, muestra peso, precio e importe Calcula el peso neto - Función TARA. Plataforma de pesaje: Reforzada Teclado resistente al agua y aceite Apagado automático, ahorra energía cuando no está en uso Batería recargable incorporada Unidades de pesaje seleccionables: kg	\$ 219.900	\$ 219.900	10	
1	Licudora Industrial	Potente motor de 1/2 caballo de fuerza   Capacidad 1,5 litros   Base satinada de diseño clásico, mas copulenta con pies de hule (caucho, goma) para mayor estabilidad   Comodo interruptor mejorado de una velocidad   Sistema de impulsión totalmente metálico All Metal Drive   Jara de vidrio (boro silicato), con asa integrada y pico vertedor   Reducida cuchilla pica hielo.	\$ 233.330	\$ 233.330	10	
1	Dosificadora	Máquina para dosificar toda clase de líquidos fluidos y viscosos tales como: agua, vino, aceite, vinagre, bebidas, zumos, etc. Volumen graduable. Está realizada en acero inoxidable y dispone de una tolva de 15-25 litros para recibir el producto o mediante abstracción de un recipiente.	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	10	
2	Termometro Digital	Termómetro digital capaz de medir temperaturas desde 50°C bajo cero hasta 300 °C. Incluye botones de apagado y encendido, para cambiar de grados centígrados a Fahrenheit así como botón de memoria que bloquea la lectura en el momento de apagarlo.	\$ 18.990	\$ 37.980	10	
1	Estufa Industrial x3	Completamente en acero inoxidable de 304 2B. 3 hornillas desmontables Llaves regulables El mueble descansa sobre un pedestal	\$ 610.000	\$ 610.000	10	
2	Paila Para Hilar En Aluminio	Paila para hilar la cuajada de aluminio o acero inoxidable con una capacidad de 35 kg	\$ 141.000	\$ 282.000	5	
1	Termo Lactodensimetro	1.015 - 1.040: 0.001 g/ml, T=20°C Termómetro 0 - 60°C - Longitud 290 x 22 mm Se utiliza para medir la cantidad de sólidos (grasa), así como la cantidad de agua que tiene la leche y su temperatura.	\$ 85.000	\$ 85.000	5	
6	Molde De Aluminio De 1 Lb	Molde de aluminio redondo de capacidad de 1 libra con fondo	\$ 19.500	\$ 117.000	5	
6	Molde De Aluminio De 1/2 Lb	Molde de aluminio redondo de capacidad de 1/2 libra	\$ 18.000	\$ 108.000	5	
4	Molde De Aluminio Retangular	Molde rectangular de aluminio de capacidad de 2 libras	\$ 16.500	\$ 66.000	5	
1	Juego De Ollas En Aluminio	Juego de ollas de acero inoxidable calidad de acero 304 con fondo difusor, en 35, 50, 70 y 100 litros.	\$ 330.733	\$ 330.733	5	
2	Ollas de 100 Lts	Olla de acero inoxidable de capacidad de 100 litros.	\$ 205.000	\$ 410.000	5	
4	Balde Plastico 12 Lts	Balde Plastico Volumen 12 lt Mango Plastico	\$ 28.900	\$ 115.600	5	
4	Recipiente Plastico 60 Lts	Tambor Boca Ancha Capacidad (L) (kg) 60 L Colores suitados Diámetro 402 mm. Alto 620 mm.	\$ 60.000	\$ 240.000	5	
8	Canastillas	Dimensiones: 60 x 40 x 25 cm. Resistencia al arrastre: 700 Kgr. Espacio para marcas: 12 x 4 cm. Volumen: 60 cm3 Temperatura: -30°C / 50°C. Apilamiento: 10 cajas. Capacidad: 25 Kgr.	\$ 8.500	\$ 68.000	5	
1	Punto Ecologico	Estructura metálica de color negro - gris o verde con pintura electrostática. Tres carcasas plásticas de Vaivén Marca EXTRA originales con los colores requeridos por el cliente de 53 litros.	\$ 197.000	\$ 197.000	5	
1	Descremadora	Descremadora Eléctrica este modelo tiene un motor 110v-60 Hz, de nueva generación que hace que el tiempo de descremado sea mayor. Capacidad de leche procesada: 100 litros por hora. Capacidad de tazón: 12 litros.	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	10	
1	Martillo	Martillo con mango de madera Cabeza conica de acero inoxidable Peso de cabeza: 20oz Uñas del martillo 15% mas largas para facilidad de extraccion de clavos	\$ 37.750	\$ 37.750	5	
1	Cafetera	cafetera eléctrica de marca Oster con capacidad de 8 tazas	\$ 69.900	\$ 69.900	5	
1	Termo	Termo bomba acero inoxidable capacidad 1.9 lts. Ampolla con vacío interno de vidrio, uso caliente o frío. Adecuado para transportar líquidos manteniendo la temperatura por varias horas. Ampolla de vidrio de doble pared con vacío interno.	\$ 84.900	\$ 84.900	5	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 20.427.370</b>	<b>\$ 24.713.060</b>		

## **Tipo de empresa**

Esta idea de negocio por las características propias a las cuales se ha hecho alusión, esta empresa es parte del área industrial y comercial, en la cual se pretende la transformación de materia prima para la obtención de derivados lácteos conservando en su gran mayoría las propiedades iniciales de la leche pero ya procesada.

## ***Tamaño de la Empresa***

El tamaño del ente económico viene determinado con la capacidad de inyección de capital por parte de los socios quienes son los encargados directos de estructurar la organización, con el fin de determinar la inversión en propiedad, planta y equipo, así como también el efectivo con el cual debe contar el ente para subsanar los gastos pre operativos y los subsiguientes.

## ***Factores que determinan el tamaño de la empresa***

### **Recurso Humano**

La entidad tendrá a su disposición un personal altamente calificado, con el fin de integrar un excelente equipo de trabajo, tanto desde el gerente hasta los operarios, garantizando así los grados de efectividad que se proyectan en el horizonte trazado.

### **Aspecto Tecnológico**

Una medida inicial que toma la empresa Productora y Comercializadora de Derivados Lácteos es la creación de una página Web, de manera que se pueda establecer una relación entre el cliente y el ofertar y así poder cumplir con las expectativas iniciales, de tal forma que los interesados en esta idea de negocio puedan acceder a ella.

### **Aspecto Financiero**

La empresa cuenta inicialmente con dos socios, los cuales aportan en partes iguales para financiar el 100% de la inversión requerida. Este tema tiene una mayor presentación.

### **Localización**



### ***Macro de Localización***

La planta productora y comercializadora estará ubicada al sur occidente de Colombia, en el departamento del Cauca, en la ciudad de Popayán.

Es una ciudad que se encuentra en constante desarrollo, lo cual permite para aperturas económicas, ya que la población patoja se encuentra a la espera de grandes ejecuciones que permitan innovar y así poder mejorar la calidad de vida tanto del personal como de nuestros clientes.

Conclusiones del Estudio Técnico.

A través de este estudio, se pudo determinar tanto la operatividad como el funcionamiento del proyecto , el cual cuenta con la posibilidad técnica de producir el bien necesario basado en el tamaño óptimo del proyecto, con la tecnología, demanda , instalaciones y maquinaria adecuada para la puesta en marcha de la idea de negocio.

Se logró determinar la mejor localización de la planta , el cual estará ubicado en la zona rural de la ciudad de Popayán , dado a que así se permitirá adecuar unas instalaciones que no afecten el ambiente de la zona urbana de la ciudad de Popayán .Al igual se determinó los requerimientos para brindar una adecuada producción de queso.

La empresa cuenta con una capacidad instalada para el primer año de 13.200 libras de queso, la cual presentara un incremento año a año de 2%,4%,6% y 8% respectivamente dentro del horizonte proyectado.

### **ESTUDIO FINANCIERO**

En el presente estudio se presenta las condiciones esenciales en las que se dará inicio a las actividades inmersas dentro de la empresa de acuerdo con lo acordado por los socios, de manera tal que se especifiquen las inversiones, fuentes de financiación , costos del producto , administración y ventas del bien.

## PROYECCION DE DEMANDA

Tabla 26.Demanda

CAPACIDAD INSTALADA MENSUAL													
Item	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Asesorias al año
libras de queso	10,200	10,200	10,200	15,300	15,300	15,300	10,200	15,300	15,300	15,300	10,200	10,200	153,000

<b>CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1</b>	153,000
----------------------------------	---------

INCREMENTO ANUAL	
<b>Año 2</b>	2%
<b>Año 3</b>	4%
<b>Año 4</b>	6%
<b>Año 5</b>	8%

CAPACIDAD UTILIZADA PROYECTADA					
Item	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Asesorias Anuales</b>	153,000	156,060	162,302	172,041	185,804

TOTAL VENTAS PROYECTADAS			
AÑO	NÚMERO DE ASESORIAS ESTIMADAS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO	NÚMERO DE ASESORIAS MINIMAS X CUMPLIR
1	153,000	60%	91,800
2	156,060	60%	93,636
3	162,302	60%	97,381
4	172,041	60%	103,224
5	185,804	60%	111,482

(Propia E. , Proyección de demanda, 2019)

## INGRESOS

Tabla 27.Ingresos

PORCENTAJE DE VENTA DE QUESOS SEGÚN SU TIPO						
PRODUCTO	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
QUESO DOBLE CREMA	20%	30,600	31,212	32,460	34,408	37,161
QUESO CAMPESINO	40%	61,200	62,424	64,921	68,816	74,322
QUESO EN BLOQUE	40%	61,200	62,424	64,921	68,816	74,322
<b>TOTAL ASESORIAS ANULES</b>	<b>100%</b>	<b>153,000</b>	<b>156,060</b>	<b>162,302</b>	<b>172,041</b>	<b>185,804</b>

INFLACIÓN HISTORICA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	3.17%	3.73%	2.44%	1.94%	3.66%	6.77%	5.75%	4.09%
<b>PROMEDIO DE INFLACION</b>	<b>3.94%</b>							

Inflación	3.94%
% Incremento del precio	10.00%

PRECIO DEL SERVICIO					
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
QUESO DOBLE CREMA	\$ 4,700	\$ 5,170	\$ 5,687	\$ 6,256	\$ 6,881
QUESO CAMPESINO	\$ 5,000	\$ 5,500	\$ 6,050	\$ 6,655	\$ 7,321
QUESO EN BLOQUE	\$ 5,000	\$ 5,500	\$ 6,050	\$ 6,655	\$ 7,321

PORCENTAJE DE PRODUCTO SEGÚN SU TIPO						
SERVICIO	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
QUESO DOBLE CREMA	20%	30,600	31212	32460	34408	37,161
QUESO CAMPESINO	40%	61,200	62424	64921	68816	74,322
QUESO EN BLOQUE	40%	61,200	62424	64921	68816	74,322
<b>TOTAL NOMINA</b>	<b>100%</b>	<b>153,000</b>	<b>156060</b>	<b>162302</b>	<b>172041</b>	<b>185,804</b>

INGRESOS DEL PROYECTO					
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
QUESO DOBLE CREMA	\$ 143,820,000	\$ 161,366,040	\$ 184,602,750	\$ 215,246,806	\$ 255,713,206
QUESO CAMPESINO	\$ 306,000,000	\$ 343,332,000	\$ 392,771,808	\$ 457,971,928	\$ 544,070,651
QUESO EN BLOQUE	\$ 306,000,000	\$ 343,332,000	\$ 392,771,808	\$ 457,971,928	\$ 544,070,651
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 755,820,000</b>	<b>\$ 848,030,040</b>	<b>\$ 970,146,366</b>	<b>\$ 1,131,190,662</b>	<b>\$ 1,343,854,507</b>

(Propia E. , Ingresos, 2019)

Tabla 28.Mano de obra directa

#### MANO DE OBRA DIRECTA

<b>Salario Minimo</b>	\$ 781,242
<b>Auxilio de Transporte</b>	\$ 88,211

FACTOR PRESTACIONAL	
CESANTIAS	8.33%
PRIMA	8.33%
VACACIONES	4.17%
INT. CESANTIAS	1.00%
SALUD	8.50%
PENSION	12.00%
ARL	0.52%
<b>PARAFISCALES</b>	
CAJA DE COMPENSACION	4.00%
<b>TOTAL FACTOR PRESTACIONAL</b>	<b>46.85%</b>

Nómina									
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BÁSICO	DÍAS LIQUIDADOS	DEVENGADO				NETO PAGADO	PAGO TOTAL
				BÁSICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	DOTACIÓN		
1	Gerente general	\$ 1,500,000	30	\$ 1,500,000	\$ 88,211	\$ 702,800		\$ 2,291,011	\$ 2,291,011
1	Contador	\$ 800,000	30	\$ 800,000	\$ 88,211	\$ 374,827		\$ 1,263,038	\$ 1,263,038
1	Jefe de producción	\$ 1,000,000	30	\$ 1,000,000	\$ 88,211	\$ 468,533		\$ 1,556,744	\$ 1,556,744
1	jefe de compras y venta	\$ 1,000,000	30	\$ 1,000,000	\$ 88,211	\$ 468,533		\$ 1,556,744	\$ 1,556,744
2	Operarios	\$ 781,242	30	\$ 781,242	\$ 88,211	\$ 366,038		\$ 1,235,491	\$ 2,470,982
<b>Total</b>				<b>\$ 5,081,242</b>	<b>\$ 441,055</b>	<b>\$ 2,380,731</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 7,903,028</b>	<b>\$ 9,138,519</b>

Proyección Nómina Área de Administración						
CANTIDAD	CAARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente general	\$ 27,492,132	\$ 28,942,146	\$ 30,468,637	\$ 32,075,640	\$ 33,767,401
1	Contador	\$ 15,156,452	\$ 15,955,847	\$ 16,797,404	\$ 17,683,347	\$ 18,616,017
1	Jefe de producción	\$ 18,680,932	\$ 19,666,218	\$ 20,703,470	\$ 21,795,430	\$ 22,944,984
1	jefe de compras y venta	\$ 18,680,932	\$ 19,666,218	\$ 20,703,470	\$ 21,795,430	\$ 22,944,984
2	Operarios	\$ 29,651,782	\$ 31,215,702	\$ 32,862,107	\$ 34,595,348	\$ 36,420,006
<b>Total</b>		<b>\$ 109,662,230</b>	<b>\$ 115,446,129</b>	<b>\$ 121,535,088</b>	<b>\$ 127,945,196</b>	<b>\$ 134,693,391</b>

(propia E. , Mano de obra directa, 2019)

## METERIA PRIMA

Tabla 29.Materia prima

Inflación	3.94%
-----------	-------

MATERIA PRIMA								
COSTO MATERIA PRIMA								
	PRODUCCIÓN	Consumo mensual	Consumo Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
QUESO DOBLE CREMA	2550	\$ 5,191,800	\$ 62,301,600	\$ 62,301,600	\$ 64,758,619	\$ 67,312,537	\$ 69,967,176	\$ 72,726,506
QUESO CAMPESINO	10200	\$ 39,555,600	\$ 474,667,200	\$ 474,667,200	\$ 474,667,200	\$ 474,667,200	\$ 474,667,200	\$ 474,667,200
<b>Total</b>			<b>\$ 536,968,800</b>	<b>\$ 536,968,800</b>	<b>\$ 539,425,819</b>	<b>\$ 541,979,737</b>	<b>\$ 544,634,376</b>	<b>\$ 547,393,706</b>

INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR	VALOR POR LB
QUESO CAMPESINO	LECHE	LTS	5	700
	BOLSA ETIQUETA	UND	1	60
	SAL	GR	0.018	1000
	CUAJO	CM	0.5	600
<b>TOTAL</b>				<b>3878</b>
QUESO DOBLE CREMA	CUAJO	CM	0.03	600
	SAL	GR	0.018	1000
	SUERO	LTS	5	400
<b>TOTAL</b>				<b>2036</b>

(propia E. , Materia Prima, 2019)

## INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS

Tabla 30. Inversión de activos fijos

### ACTIVOS FIJOS AREA ADMINISTRATIVA

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Item	Valor Unitario	Valor Total
2	Portatil Corei 5	\$ 1,549,900	\$ 3,099,800
1	Telefono Escritorio	\$ 70,900	\$ 70,900
2	Silla Giratoria	\$ 186,000	\$ 372,000
4	Silla	\$ 71,990	\$ 287,960
1	Escritorio	\$ 555,000	\$ 555,000
2	Papelera	\$ 14,000	\$ 28,000
1	Archivador	\$ 140,000	\$ 140,000
1	Impresora Multifuncional	\$ 459,000	\$ 459,000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3,046,790</b>	<b>\$ 5,012,660</b>

DEPRECIACION MUEBLES Y EQUIPOS										
Producto	Concepto	Vida Util	Valor Total	Depreciación anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Valor remanente ultimo año
Portatil	Equipo de Oficina	5	3,099,800	619,960	619,960	619,960	619,960	619,960	619,960	-
Telefono	Equipo de Oficina	5	70,900	14,180	14,180	14,180	14,180	14,180	14,180	-
Silla Giratoria	Equipo de Oficina	10	372,000	37,200	37,200	37,200	37,200	37,200	37,200	186,000
Silla	Equipo de Oficina	10	287,960	28,796	28,796	28,796	28,796	28,796	28,796	143,980
Escritorio	Equipo de Oficina	10	555,000	55,500	55,500	55,500	55,500	55,500	55,500	277,500
Papelera	Equipo de Oficina	10	28,000	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	14,000
Archivador	Equipo de Oficina	10	140,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	70,000
Impresora	Equipo de Oficina	5	459,000	91,800	91,800	91,800	91,800	91,800	91,800	-
<b>TOTAL</b>			<b>5,012,660</b>	<b>864,236</b>	<b>864,236</b>	<b>864,236</b>	<b>864,236</b>	<b>864,236</b>	<b>864,236</b>	<b>691,480</b>

(propia E. , Inversión activos fijos, 2019)

Tabla 31. Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Cantidad	Item	Valor Unitario	Valor Total
3	Tina De Recepcion De Leche	\$ 903,750	\$ 2,711,250
4	Cantina Lechera	\$ 380,000	\$ 1,520,000
1	Marmita	\$ 7,500,000	\$ 7,500,000
1	Balanza Digital 60 Lb	\$ 271,990	\$ 271,990
2	Mesas Acero Inoxidable	\$ 410,000	\$ 820,000
1	Empacadora Al Vacio	\$ 434,000	\$ 434,000
1	Extintor 30 Lb	\$ 59,950	\$ 59,950
1	Botiquín	\$ 57,000	\$ 57,000
1	Compresor De Aire	\$ 1,025,777	\$ 1,025,777
1	Balanza Bascula de 300 kg	\$ 219,900	\$ 219,900
1	Licuada Industrial	\$ 233,330	\$ 233,330
1	Dosificadora	\$ 5,500,000	\$ 5,500,000
2	Termometro Digital	\$ 18,990	\$ 37,980
1	Estufa Industrial x3	\$ 610,000	\$ 610,000
2	Paila Para Hilar En Aluminio	\$ 141,000	\$ 282,000
1	Termo Lactodensimetro	\$ 85,000	\$ 85,000
6	Molde De Aluminio De 1 Lb	\$ 19,500	\$ 117,000
6	Molde De Aluminio De 1/2 Lb	\$ 18,000	\$ 108,000
4	Molde De Aluminio Retangular	\$ 16,500	\$ 66,000
1	Juego De Ollas En Aluminio	\$ 330,733	\$ 330,733
2	Ollas de 100 Lts	\$ 205,000	\$ 410,000
4	Balde Plastico 12 Lts	\$ 28,900	\$ 115,600
4	Recipiente Plastico 60 Lts	\$ 60,000	\$ 240,000
8	Canastillas	\$ 8,500	\$ 68,000
1	Punto Ecologico	\$ 197,000	\$ 197,000
1	Descremadora	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000
1	Martillo	\$ 37,750	\$ 37,750
1	Cafetera	\$ 69,900	\$ 69,900
1	Termo	\$ 84,900	\$ 84,900
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 20,427,370</b>	<b>\$ 24,713,060</b>

(propia E. , Maquinaria y Equipo, 2019)

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO									
Producto	Concepto	Vida Util	Valor Total	Depreciación anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tina De Recepcion De Leche	Muebles y Enseres	10	2,711,250	271,125	271,125	271,125	271,125	271,125	271,125
Cantina Lechera	Muebles y Enseres	10	1,520,000	152,000	152,000	152,000	152,000	152,000	152,000
Marmita	Muebles y Enseres	10	7,500,000	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000
Balanza Digital 60 Lb	Muebles y Enseres	10	271,990	27,199	27,199	27,199	27,199	27,199	27,199
Mesas Acero Inoxidable	Muebles y Enseres	10	820,000	82,000	82,000	82,000	82,000	82,000	82,000
Empacadora Al Vacio	Muebles y Enseres	10	434,000	43,400	43,400	43,400	43,400	43,400	43,400
Extintor 30 Lb	Muebles y Enseres	5	59,950	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990
Botiquín	Muebles y Enseres	5	57,000	11,400	11,400	11,400	11,400	11,400	11,400
Compresor De Aire	Muebles y Enseres	10	1,025,777	102,578	102,578	102,578	102,578	102,578	102,578
Balanza Bascula de 300 kg	Muebles y Enseres	10	219,900	21,990	21,990	21,990	21,990	21,990	21,990
Licudadora Industrial	Muebles y Enseres	10	233,330	23,333	23,333	23,333	23,333	23,333	23,333
Dosificadora	Muebles y Enseres	10	5,500,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
Termometro Digital	Muebles y Enseres	10	37,980	3,798	3,798	3,798	3,798	3,798	3,798
Estufa Industrial x3	Muebles y Enseres	10	610,000	61,000	61,000	61,000	61,000	61,000	61,000
Paila Para Hilar En Alumino	Muebles y Enseres	5	282,000	56,400	56,400	56,400	56,400	56,400	56,400
Termo Lactodensimetro	Muebles y Enseres	5	85,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000
Molde De Aluminio De 1 Lb	Muebles y Enseres	5	117,000	23,400	23,400	23,400	23,400	23,400	23,400
Molde De Aluminio De 1/2 Lb	Muebles y Enseres	5	108,000	21,600	21,600	21,600	21,600	21,600	21,600
Molde De Aluminio Retangular	Muebles y Enseres	5	66,000	13,200	13,200	13,200	13,200	13,200	13,200
Juego De Ollas En Aluminio	Muebles y Enseres	5	330,733	66,147	66,147	66,147	66,147	66,147	66,147
Ollas de 100 Lts	Muebles y Enseres	5	410,000	82,000	82,000	82,000	82,000	82,000	82,000
Balde Plastico 12 Lts	Muebles y Enseres	5	115,600	23,120	23,120	23,120	23,120	23,120	23,120
Recipiente Plastico 60 Lts	Muebles y Enseres	5	240,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
Canastillas	Muebles y Enseres	5	68,000	13,600	13,600	13,600	13,600	13,600	13,600
Punto Ecologico	Muebles y Enseres	5	197,000	39,400	39,400	39,400	39,400	39,400	39,400
Descremadora	Muebles y Enseres	10	1,500,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
Martillo	Muebles y Enseres	5	37,750	7,550	7,550	7,550	7,550	7,550	7,550
Cafetera	Muebles y Enseres	5	69,900	13,980	13,980	13,980	13,980	13,980	13,980
Termo	Muebles y Enseres	5	84,900	16,980	16,980	16,980	16,980	16,980	16,980
<b>TOTAL</b>			<b>24,713,060</b>	<b>2,704,189</b>	<b>2,704,189</b>	<b>2,704,189</b>	<b>2,704,189</b>	<b>2,704,189</b>	<b>2,704,189</b>

ACTIVOS DIFERIDOS	
Constitución	\$ 300,000
Publicidad	\$ 1,200,000
Portafolio de servicios	\$ 60,000
Estudio del proyecto	\$ 200,000
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1,760,000</b>

ACTIVOS INTANGIBLES	
SOFTWARE (world office)	\$ 1,000,000
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 1,000,000</b>

INVERSION TOTAL EN ACTIVOS FIJOS	
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 29,725,720
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1,760,000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 1,000,000
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>\$ 32,485,720</b>

## GASTOS

Tabla 32. Gastos

Inflación	3.94%
-----------	-------

CANON DE ARRENDAMIENTO		
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRENDAMIENTO	\$ 1,200,000	\$ 14,400,000

PROYECCIÓN ARRENDAMIENTO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 14,400,000	\$ 14,967,900	\$ 15,558,197	\$ 16,171,773	\$ 16,809,547

### SERVICIOS PÚBLICOS

SERVICIO PUBLICO							
Proyección Servicios Públicos							
Servicio	Consumo mensual	Consumo Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía	200,000	2,400,000.00	2,400,000	2,494,650	2,593,033	2,695,295	2,801,591
Agua	350,000	4,200,000.00	4,200,000	4,365,638	4,537,807	4,716,767	4,902,785
Internet y Teléfono	120,000	1,440,000.00	1,440,000	1,496,790	1,555,820	1,617,177	1,680,955
<b>Total</b>		<b>8,040,000</b>	<b>8,040,000</b>	<b>8,357,078</b>	<b>8,686,660</b>	<b>9,029,240</b>	<b>9,385,331</b>

MANTENIMIENTO								
Porcentaje Mantenimiento	8%	Porcentaje tomado	3%	Inflación	3.94%			
MANTENIMIENTO ÁREA DE PRODUCCIÓN				PROYECCION				
MAQUINARIA Y EQUIPO	N° EQUIPOS	PERIODICIDAD	VALOR EQUIPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Portatil Corei 5	2	1 V. al año	\$ 3,099,800	-	\$ 92,994	\$ 96,661	\$ 100,474	\$ 104,436
Impresora Multifuncional	1	1 V. al año	\$ 459,000	-	\$ 13,770	\$ 14,313	\$ 14,878	\$ 15,464
Marmita	1	1 V. al año	\$ 7,500,000	-	\$ 225,000	\$ 233,873	\$ 243,097	\$ 252,684
Balanza Digital 60 Lb	1	1 V. al año	\$ 271,990	-	\$ 8,160	\$ 8,481	\$ 8,816	\$ 9,164
Compresor De Aire	1	1 V. al año	\$ 1,025,777	-	\$ 30,773	\$ 31,987	\$ 33,248	\$ 34,560
Dosificadora	1	1 V. al año	\$ 5,500,000	-	\$ 165,000	\$ 171,507	\$ 178,271	\$ 185,302
Estufa Industrial x3	1	1 V. al año	\$ 610,000	-	\$ 18,300	\$ 19,022	\$ 19,772	\$ 20,552
Descremadora	1	1 V. al año	\$ 1,500,000	-	\$ 45,000	\$ 46,775	\$ 48,619	\$ 50,537
<b>Total mantenimiento anual</b>		<b>9</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 598,997</b>	<b>\$ 622,620</b>	<b>\$ 647,175</b>	<b>\$ 672,697</b>

SUMINISTRO DE OFICINA			
CANTIDAD	ITEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
6	Papelería	9,600.00	57,600.00
5	Vasos desechables x 100	4,800.00	24,000.00
4	Mezcladores x 100	2,000.00	8,000.00
4	Azúcar en sobre x 100	5,000.00	20,000.00
2	Botellón de agua	24,000.00	48,000.00
1	Trapero	8,000.00	8,000.00
1	Escoba	5,000.00	5,000.00
1	Recogedor	4,500.00	4,500.00
6	Servilletas	4,500.00	27,000.00
4	Limpia vidrios	8,500.00	34,000.00
6	Aromatizante	12,000.00	72,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 87,900</b>	<b>\$ 308,100</b>



PROYECCIÓN SUMINISTROS DE OFICINA					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
57,600.00	59,871.60	62,232.79	64,687.09	67,238.19	
24,000.00	24,946.50	25,930.33	26,952.95	28,015.91	
8,000.00	8,315.50	8,643.44	8,984.32	9,338.64	
20,000.00	20,788.75	21,608.61	22,460.80	23,346.59	
48,000.00	49,893.00	51,860.66	53,905.91	56,031.82	
8,000.00	8,315.50	8,643.44	8,984.32	9,338.64	
5,000.00	5,197.19	5,402.15	5,615.20	5,836.65	
4,500.00	4,677.47	4,861.94	5,053.68	5,252.98	
27,000.00	28,064.81	29,171.62	30,322.07	31,517.90	
34,000.00	35,340.88	36,734.63	38,183.35	39,689.21	
72,000.00	74,839.50	77,790.98	80,858.86	84,047.74	
<b>\$ 308,100</b>	<b>\$ 320,251</b>	<b>\$ 332,881</b>	<b>\$ 346,009</b>	<b>\$ 359,654</b>	

PUBLICIDAD			
PROMOCIÓN	VALOR UNITARIO	N° DE VECES AL AÑO	VALOR ANUAL
Pendón	\$ 300,000		\$ 300,000
Tarjetas de Presentación x 400	200,000	3	\$ 600,000
Volantes	100,000	3	\$ 300,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 600,000</b>		<b>\$ 1,200,000</b>

PROYECCIÓN PUBLICIDAD					
PUBLICIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 1,200,000	\$ 1,247,325	\$ 1,296,516	\$ 1,347,648	\$ 1,400,796

(propia E. , Gastos, 2019)

## CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 33.Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo Local	14,400,000	14,967,900	15,558,197	16,171,773	16,809,547
Salarios	109,662,230	115,446,129	121,535,088	127,945,196	134,693,391
Materia Prima	536,968,800	539,425,819	541,979,737	544,634,376	547,393,706
Gastos de administración	9,548,100	10,523,650	10,938,677	11,370,071	11,818,478
<b>TOTAL</b>	<b>670,579,130</b>	<b>680,363,499</b>	<b>690,011,699</b>	<b>700,121,415</b>	<b>710,715,122</b>

INVERSIÓN REQUERIDA		
CONCEPTO	TOTAL	PORCENTAJE
Capital de trabajo	670,579,130	95%
Activos fijos	30,725,720	4%
Activos Diferidos	1,760,000	0%
<b>Total</b>	<b>703,064,850</b>	<b>100%</b>

FINANCIACIÓN		
Ítem	% Participación	Valor Total
Socio 1	30%	210,919,455
Socio 2	30%	210,919,455
Crédito Bancario	40%	281,225,940

<b>Inversión fija</b>	
Activos fijos	30,725,720
Activos Diferidos	1,760,000
<b>Total</b>	<b>32,485,720</b>

<b>CAPITAL SOCIAL</b>	421,838,910
<b>CREDITO</b>	281,225,940

(propia E. , Capital de trabajo, 2019)

## FINANCIACIÓN

Tabla 34. Financiación

Socio 1	30%	210,919,455
Socio 2	30%	210,919,455
Credito Bancario	40%	281,225,940

<b>CREDITO BANCARIO</b>	
<b>Monto de Crédito</b>	281,225,940
<b>Duración del Crédito</b>	5 años
<b>Interés anual</b>	17.5%
<b>Periodo de Pago</b>	Mensual
<b>Pago Mensual</b>	\$ 6,868,962.67
<b>Cantidad de Periodos</b>	60
<b>Tasa Mensual Efectiva:</b>	1.35%

RESUMEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Abono a capital	39,730,187	46,667,078	54,815,150	64,385,875	75,627,649	281,225,940
Intereses	\$ 42,697,365	\$ 35,760,474	\$ 27,612,402	\$ 18,041,677	\$ 6,799,903	130,911,820

Obligación Financiera	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO \$
	281,225,940	241,495,753	194,828,674	140,013,524	75,627,649	0

PERIODO	CUOTA	INTERES	ABONO	SALDO
0				<b>281,225,940</b>
1	\$ 6,868,962.67	3,796,821	\$ 3,072,141.21	\$ 278,153,798.81
2	\$ 6,868,962.67	3,755,345	\$ 3,113,618.08	\$ 275,040,180.73
3	\$ 6,868,962.67	3,713,308	\$ 3,155,654.93	\$ 271,884,525.80
4	\$ 6,868,962.67	3,670,703	\$ 3,198,259.31	\$ 268,686,266.49
5	\$ 6,868,962.67	3,627,524	\$ 3,241,438.90	\$ 265,444,827.59
6	\$ 6,868,962.67	3,583,761	\$ 3,285,201.45	\$ 262,159,626.14
7	\$ 6,868,962.67	3,539,408	\$ 3,329,554.84	\$ 258,830,071.31
8	\$ 6,868,962.67	3,494,456	\$ 3,374,507.04	\$ 255,455,564.27
9	\$ 6,868,962.67	3,448,897	\$ 3,420,066.14	\$ 252,035,498.13
10	\$ 6,868,962.67	3,402,722	\$ 3,466,240.33	\$ 248,569,257.79
11	\$ 6,868,962.67	3,355,925	\$ 3,513,037.92	\$ 245,056,219.87
12	\$ 6,868,962.67	3,308,495	\$ 3,560,467.32	\$ 241,495,752.55
13	\$ 6,868,962.67	3,260,426	\$ 3,608,537.06	\$ 237,887,215.49
14	\$ 6,868,962.67	3,211,707	\$ 3,657,255.80	\$ 234,229,959.69
15	\$ 6,868,962.67	3,162,330	\$ 3,706,632.28	\$ 230,523,327.42
16	\$ 6,868,962.67	3,112,287	\$ 3,756,675.39	\$ 226,766,652.03
17	\$ 6,868,962.67	3,061,569	\$ 3,807,394.13	\$ 222,959,257.90
18	\$ 6,868,962.67	3,010,165	\$ 3,858,797.62	\$ 219,100,460.28
19	\$ 6,868,962.67	2,958,068	\$ 3,910,895.11	\$ 215,189,565.17
20	\$ 6,868,962.67	2,905,267	\$ 3,963,695.97	\$ 211,225,869.20
21	\$ 6,868,962.67	2,851,753	\$ 4,017,209.69	\$ 207,208,659.51
22	\$ 6,868,962.67	2,797,517	\$ 4,071,445.89	\$ 203,137,213.61
23	\$ 6,868,962.67	2,742,548	\$ 4,126,414.34	\$ 199,010,799.27
24	\$ 6,868,962.67	2,686,838	\$ 4,182,124.91	\$ 194,828,674.36
25	\$ 6,868,962.67	2,630,375	\$ 4,238,587.64	\$ 190,590,086.72
26	\$ 6,868,962.67	2,573,150	\$ 4,295,812.66	\$ 186,294,274.07
27	\$ 6,868,962.67	2,515,152	\$ 4,353,810.27	\$ 181,940,463.79
28	\$ 6,868,962.67	2,456,372	\$ 4,412,590.91	\$ 177,527,872.88
29	\$ 6,868,962.67	2,396,798	\$ 4,472,165.14	\$ 173,055,707.74
30	\$ 6,868,962.67	2,336,419	\$ 4,532,543.69	\$ 168,523,164.05
31	\$ 6,868,962.67	2,275,225	\$ 4,593,737.40	\$ 163,929,426.65
32	\$ 6,868,962.67	2,213,205	\$ 4,655,757.29	\$ 159,273,669.37
33	\$ 6,868,962.67	2,150,348	\$ 4,718,614.50	\$ 154,555,054.87
34	\$ 6,868,962.67	2,086,642	\$ 4,782,320.35	\$ 149,772,734.52
35	\$ 6,868,962.67	2,022,076	\$ 4,846,886.28	\$ 144,925,848.24
36	\$ 6,868,962.67	1,956,639	\$ 4,912,323.93	\$ 140,013,524.31
37	\$ 6,868,962.67	1,890,318	\$ 4,978,645.04	\$ 135,034,879.27
38	\$ 6,868,962.67	1,823,101	\$ 5,045,861.55	\$ 129,989,017.73
39	\$ 6,868,962.67	1,754,977	\$ 5,113,985.55	\$ 124,875,032.18
40	\$ 6,868,962.67	1,685,933	\$ 5,183,029.28	\$ 119,692,002.90
41	\$ 6,868,962.67	1,615,957	\$ 5,253,005.18	\$ 114,438,997.72
42	\$ 6,868,962.67	1,545,037	\$ 5,323,925.82	\$ 109,115,071.90
43	\$ 6,868,962.67	1,473,159	\$ 5,395,803.95	\$ 103,719,267.96
44	\$ 6,868,962.67	1,400,310	\$ 5,468,652.51	\$ 98,250,615.45
45	\$ 6,868,962.67	1,326,478	\$ 5,542,484.59	\$ 92,708,130.86
46	\$ 6,868,962.67	1,251,649	\$ 5,617,313.48	\$ 87,090,817.38
47	\$ 6,868,962.67	1,175,810	\$ 5,693,152.63	\$ 81,397,664.75
48	\$ 6,868,962.67	1,098,947	\$ 5,770,015.68	\$ 75,627,649.06
49	\$ 6,868,962.67	1,021,046	\$ 5,847,916.46	\$ 69,779,732.60
50	\$ 6,868,962.67	942,094	\$ 5,926,868.97	\$ 63,852,863.63
51	\$ 6,868,962.67	862,075	\$ 6,006,887.42	\$ 57,845,976.21
52	\$ 6,868,962.67	780,976	\$ 6,087,986.20	\$ 51,757,990.01
53	\$ 6,868,962.67	698,783	\$ 6,170,179.88	\$ 45,587,810.13
54	\$ 6,868,962.67	615,479	\$ 6,253,483.26	\$ 39,334,326.87
55	\$ 6,868,962.67	531,051	\$ 6,337,911.32	\$ 32,996,415.55
56	\$ 6,868,962.67	445,483	\$ 6,423,479.24	\$ 26,572,936.31
57	\$ 6,868,962.67	358,760	\$ 6,510,202.40	\$ 20,062,733.91
58	\$ 6,868,962.67	270,866	\$ 6,598,096.41	\$ 13,464,637.50
59	\$ 6,868,962.67	181,786	\$ 6,687,177.08	\$ 6,777,460.42
60	\$ 6,868,962.67	91,502	\$ 6,777,460.42	\$ 0.00

(propia E. , 2019)

## ESTADOS FINANCIEROS

Tabla 35.Estados Financieros

### DATOS DE ENTRADA

INGRESOS DEL PROYECTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 755,820,000	\$ 848,030,040	\$ 970,146,366	\$ 1,131,190,662	\$ 1,343,854,507
	\$ 453,492,000	\$ 508,818,024	\$ 582,087,819	\$ 678,714,397	\$ 806,312,704

MANO DE OBRA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>	\$ 109,662,230	\$ 115,446,129	\$ 121,535,088	\$ 127,945,196	\$ 134,693,391

GASTOS GENERALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>S.PUBLICOS</b>	\$ 8,040,000	\$ 8,357,078	\$ 8,686,660	\$ 9,029,240	\$ 9,385,331
<b>ARRENDAMIENTO</b>	\$ 14,400,000	\$ 14,967,900	\$ 15,558,197	\$ 16,171,773	\$ 16,809,547
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	\$ 308,100	\$ 320,251	\$ 332,881	\$ 346,009	\$ 359,654
<b>MANTENIMIENTO</b>		\$ 598,997	\$ 622,620	\$ 647,175	\$ 672,697
<b>PUBLICIDAD</b>	\$ 1,200,000	\$ 1,247,325	\$ 1,296,516	\$ 1,347,648	\$ 1,400,796
<b>TOTAL</b>	\$ 22,748,100	\$ 24,244,225	\$ 25,200,357	\$ 26,194,196	\$ 27,227,230

DEPRECIACION					
AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>DEPRECIACION</b>	\$ 3,568,425	\$ 3,568,425	\$ 3,568,425	\$ 3,568,425	\$ 3,568,425

FINANCIACION	
<b>TOTAL INVERSION</b>	\$ 703,064,850
<b>APORTE SOCIO</b>	
Socio 1 (30%)	\$ 210,919,455
Socio 2 (30%)	\$ 210,919,455
<b>CREDITO</b>	\$ 281,225,940
Tiempo en Meses	60
Tasa EA	17.46%
Cuota	\$ 6,868,963

RESUMEN	Total
<b>Abono a capital</b>	\$ 281,225,940
<b>Intereses</b>	\$ 130,911,820

RESUMEN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Saldo inicial</b>	\$ 281,225,940	\$ 241,495,753	\$ 194,828,674	\$ 140,013,524	\$ 75,627,649
<b>Abono a capital</b>	\$ 39,730,187	\$ 46,667,078	\$ 54,815,150	\$ 64,385,875	\$ 75,627,649
<b>Intereses</b>	\$ 42,697,365	\$ 35,760,474	\$ 27,612,402	\$ 18,041,677	\$ 6,799,903
<b>Saldo final</b>	\$ 241,495,753	\$ 194,828,674	\$ 140,013,524	\$ 75,627,649	\$ 0

BALANCE GENERAL						
CONCEPTO / CUENTA	PERIODO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Efectivo y equivalentes	\$ 676,396,024	\$ 771,568,142	\$ 908,706,704	\$ 1,249,982,270	\$ 1,612,155,661	
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 676,396,024</b>	<b>\$ 771,568,142</b>	<b>\$ 908,706,704</b>	<b>\$ 1,099,356,980</b>	<b>\$ 1,362,404,813</b>	
<b>Activo No Corriente</b>						
Activo Intangible	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	
Equipo de computo	\$ 5,012,660	\$ 4,148,424	\$ 3,284,188	\$ 2,419,952	\$ 1,555,716	
Depreciación acumulada	\$ 864,236	\$ 864,236	\$ 864,236	\$ 864,236	\$ 864,236	
Muebles y enseres	\$ 24,713,060	\$ 22,008,871	\$ 19,304,681	\$ 16,600,492	\$ 13,896,303	
Depreciación acumulada	\$ 2,704,189	\$ 2,704,189	\$ 2,704,189	\$ 2,704,189	\$ 2,704,189	
Activo diferido	\$ 1,200,000	\$ 1,247,325	\$ 1,296,516	\$ 1,347,648	\$ 1,400,796	
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>\$ 28,357,295</b>	<b>\$ 28,404,620</b>	<b>\$ 24,885,386</b>	<b>\$ 21,368,092</b>	<b>\$ 17,852,814</b>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 704,753,319</b>	<b>\$ 799,972,762</b>	<b>\$ 933,592,090</b>	<b>\$ 1,120,725,072</b>	<b>\$ 1,380,257,627</b>	
<b>PASIVOS</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
Cuentas por pagar a socios	\$ 381,090	\$ 30,839,466	\$ 71,530,434	\$ 126,138,565	\$ 199,247,541	
Impuesto por pagar	\$ 347,595	\$ 28,128,866	\$ 65,243,348	\$ 115,051,759	\$ 181,734,905	
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 728,685</b>	<b>\$ 58,968,333</b>	<b>\$ 136,773,782</b>	<b>\$ 241,190,325</b>	<b>\$ 380,982,446</b>	
<b>Pasivo No Corriente</b>						
Obligaciones Financieras	\$ 281,225,940	\$ 241,495,753	\$ 194,828,674	\$ 140,013,524	\$ 75,627,649	
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>\$ 281,225,940</b>	<b>\$ 241,495,753</b>	<b>\$ 194,828,674</b>	<b>\$ 140,013,524</b>	<b>\$ 75,627,649</b>	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 281,954,625</b>	<b>\$ 300,464,085</b>	<b>\$ 331,602,456</b>	<b>\$ 381,203,849</b>	<b>\$ 456,610,095</b>	
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 421,838,910	\$ 421,838,910	\$ 421,838,910	\$ 421,838,910	\$ 421,838,910	
Reserva legal	\$ 70,572	\$ 5,711,012	\$ 13,246,377	\$ 23,358,994	\$ 36,897,693	
Utilidad acumulada	\$ 254,060	\$ 20,559,644	\$ 47,686,956	\$ 84,092,377	\$ 132,831,694	
Utilidad del ejercicio	\$ 635,151	\$ 51,399,110	\$ 119,217,390	\$ 210,230,942	\$ 332,079,235	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 422,798,693</b>	<b>\$ 499,508,677</b>	<b>\$ 601,989,633</b>	<b>\$ 739,521,223</b>	<b>\$ 923,647,532</b>	
<b>TOTAL PASIVO &amp; PATRIMONIO</b>	<b>\$ 704,753,319</b>	<b>\$ 799,972,762</b>	<b>\$ 933,592,090</b>	<b>\$ 1,120,725,072</b>	<b>\$ 1,380,257,627</b>	
	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION						
CONCEPTO / CUENTAS	PERIODO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	\$ 755,820,000	\$ 848,030,040	\$ 970,146,366	\$ 1,131,190,662	\$ 1,343,854,507	
<b>COSTO DE VENTAS</b>	\$ 536,968,800	\$ 539,425,819	\$ 541,979,737	\$ 544,634,376	\$ 547,393,706	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 218,851,200	\$ 308,604,221	\$ 428,166,628	\$ 586,556,287	\$ 796,460,801	
<b>GASTOS</b>						
Mano de obra directa e indirecta	\$ 109,662,230	\$ 115,446,129	\$ 121,535,088	\$ 127,945,196	\$ 134,693,391	
Servicios públicos	\$ 8,040,000	\$ 8,357,078	\$ 8,686,660	\$ 9,029,240	\$ 9,385,331	
Arrendamiento	\$ 14,400,000	\$ 14,967,900	\$ 15,558,197	\$ 16,171,773	\$ 16,809,547	
Otros gastos	\$ 308,100	\$ 919,248	\$ 955,501	\$ 993,183	\$ 1,032,352	
Constitución	\$ 1,760,000					
Publicidad	\$ 1,200,000	\$ 1,247,325	\$ 1,296,516	\$ 1,347,648	\$ 1,400,796	
Amortización	\$ 39,730,187	\$ 46,667,078	\$ 54,815,150	\$ 64,385,875	\$ 75,627,649	
<b>TOTAL GASTOS</b>	\$ 175,100,518	\$ 187,604,758	\$ 202,847,111	\$ 219,872,915	\$ 238,949,065	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 43,750,682	\$ 120,999,463	\$ 225,319,517	\$ 366,683,372	\$ 557,511,736	
Gastos financieros	\$ 42,697,365	\$ 35,760,474	\$ 27,612,402	\$ 18,041,677	\$ 6,799,903	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ 1,053,318	\$ 85,238,989	\$ 197,707,115	\$ 348,641,695	\$ 550,711,833	
Provisión de impuestos 33%	\$ 347,595	\$ 28,128,866	\$ 65,243,348	\$ 115,051,759	\$ 181,734,904.78	
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO</b>	\$ 705,723	\$ 57,110,123	\$ 132,463,767	\$ 233,589,936	\$ 368,976,928	
Reserva legal 10%	\$ 70,572.30	\$ 5,711,012.26	\$ 13,246,376.70	\$ 23,358,993.58	\$ 36,897,692.79	
<b>UTILIDAD NETA ( del ejercicio)</b>	\$ 635,151	\$ 51,399,110	\$ 119,217,390	\$ 210,230,942	\$ 332,079,235	
- Distribución a socios	381,090	30,839,466	71,530,434	126,138,565	199,247,541	
<b>UTILIDADES RETENIDAS</b>	\$ 254,060	\$ 20,559,644	\$ 47,686,956	\$ 84,092,377	\$ 132,831,694	

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
CONCEPTO / CUENTA	PERIODO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos totales por ventas		\$ 755,820,000	\$ 848,030,040	\$ 970,146,366	\$ 1,131,190,662	\$ 1,343,854,507
Costos		\$ 536,968,800	\$ 539,425,819	\$ 541,979,737	\$ 544,634,376	\$ 547,393,706
<b>TOTAL INGRESOS</b>		\$ 218,851,200	\$ 308,604,221	\$ 428,166,628	\$ 586,556,287	\$ 796,460,801
<b>EGRESOS</b>						
Inversion inicial	\$ 703,064,850					
Mano de obra directa e indirecta		\$ 109,662,230	\$ 115,446,129	\$ 121,535,088	\$ 127,945,196	\$ 134,693,391
Servicios publicos		\$ 8,040,000	\$ 8,357,078	\$ 8,686,660	\$ 9,029,240	\$ 9,385,331
Arrendamiento		\$ 14,400,000	\$ 14,967,900	\$ 15,558,197	\$ 16,171,773	\$ 16,809,547
Otros gastos		\$ 308,100	\$ 919,248	\$ 955,501	\$ 993,183	\$ 1,032,352
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 703,064,850	\$ 132,410,330	\$ 139,690,355	\$ 146,735,445	\$ 154,139,392	\$ 161,920,621
<b>FLUJO ANTES DE IMPUESTOS</b>	703,064,850	\$ 86,440,870	\$ 168,913,866	\$ 281,431,183	\$ 432,416,895	\$ 634,540,180
Impuestos (33%)		\$ 28,525,487	\$ 55,741,576	\$ 92,872,291	\$ 142,697,575	\$ 209,398,260
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	\$ (703,064,850)	\$ 57,915,383	\$ 113,172,290	\$ 188,558,893	\$ 289,719,320	\$ 425,141,921
Mas saldo inicial de caja		-	57,915,383	171,087,673	359,646,566	649,365,886
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	\$ (703,064,850)	\$ 57,915,383	\$ 171,087,673	\$ 359,646,566	\$ 649,365,886	\$ 1,074,507,807

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
CONCEPTO / CUENTA	PERIODO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos totales por ventas		\$ 755,820,000	\$ 848,030,040	\$ 970,146,366	\$ 1,131,190,662	\$ 1,343,854,507
Costos		\$ 536,968,800	\$ 539,425,819	\$ 541,979,737	\$ 544,634,376	\$ 547,393,706
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>-</b>	<b>\$ 218,851,200</b>	<b>\$ 308,604,221</b>	<b>\$ 428,166,628</b>	<b>\$ 586,556,287</b>	<b>\$ 796,460,801</b>
<b>EGRESOS</b>						
Inversion inicial	\$	703,064,850				
Activos fijos	\$	29,725,720				
Activos intangibles	\$	1,000,000				
Activos diferidos	\$	1,760,000				
Capital de trabajo	\$	670,579,130				
Mano de obra directa e indirecta	\$		109,662,230	115,446,129	121,535,088	127,945,196
Servicios publicos	\$		8,040,000	8,357,078	8,686,660	9,029,240
Arrendamiento	\$		14,400,000	14,967,900	15,558,197	16,171,773
Otros gastos	\$		308,100	919,248	955,501	993,183
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$</b>	<b>1,406,129,700</b>	<b>\$ 132,410,330</b>	<b>\$ 139,690,355</b>	<b>\$ 146,735,445</b>	<b>\$ 154,139,392</b>
<b>FLUJO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(1,406,129,700)</b>	<b>\$ 86,440,870</b>	<b>\$ 168,913,866</b>	<b>\$ 281,431,183</b>	<b>\$ 432,416,895</b>
Impuestos (33%)	\$		28,525,487	55,741,576	92,872,291	142,697,575
<b>FLUJO DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>(1,406,129,700)</b>	<b>57,915,383</b>	<b>113,172,290</b>	<b>188,558,893</b>	<b>289,719,320</b>
Credito	\$	281,225,940	241,495,753	75,627,649	0	
- Amortizacion del credito	\$		39,730,187	46,667,078	54,815,150	64,385,875
- Intereses	\$		42,697,365	35,760,474	27,612,402	18,041,677
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$</b>	<b>(1,687,355,640)</b>	<b>(101,152,818)</b>	<b>\$ 119,972,193</b>	<b>\$ 270,986,445</b>	<b>\$ 372,146,872</b>
Mas saldo inicial de caja			-	(101,152,818)	18,819,376	289,805,821
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$</b>	<b>(1,687,355,640)</b>	<b>(101,152,818)</b>	<b>\$ 18,819,376</b>	<b>\$ 289,805,821</b>	<b>\$ 661,952,692</b>

(propia E. , Estados Financieros, 2019)

## CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO.

Este estudio arroja la siguiente información la cual será vital para tomar la decisión de colocar en marcha o no el proyecto, la empresa necesitara realizar una inversión inicial de \$703.064.850. Que provendrá de sus socios y de un crédito financiado a un periodo de cinco años. Sé pretende recuperar la inversión en un periodo no mayor a cinco año horizonte establecido para el presente proyecto.

## EVALUACIÓN ECONOMICA Y SOCIAL

El proyecto permitirá la generación de empleo directo e indirecto en los municipios de Popayán y San Sebastián a través de la compra de la materia prima en este caso la leche y el procesamiento y distribución del producto, para lo cual es necesario un personal calificado y que pertenezca a la región.

## **ASPECTOS AMBIENTAL.**

Para la empresa es de gran importancia el aspecto ambiental, por esta razón en el diseño y estructura por metro cuadrado de la planta de incluyo trampas , drenajes y un pozo séptico para los residuos sólidos y líquidos; Los desechos inorgánicos tales como envases plásticos y otros se almacenaran hasta el momento que sean recogidos por los entes encargados de este proceso en el municipio con el fin de evitar criaderos de insectos , de igual forma la empresa ha contemplado y asignado una zona verde para el proyecto de 80 metros que serán utilizados para sembrar árboles y plantas de la zona.



## **Bibliografía**

*apuntes facultad*. (2018). Obtenido de <http://www.apuntesfacultad.com/teoria-de-fayol-funciones-y-principios-de-administracion.html>

Augusto, B. C. (2006).

BAEZ, C. P. (2018). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE QUESOS EN LA CIUDAD DE TUNJA.

Bengoechea, B. P. (s.f.). *Diferenciacion* .

*Calidad e Inocuidad de Alimentos* . (04 de 2018). Obtenido de Calidad e Inocuidad de Alimentos : <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx>

*Centro de Asistencia* . (04 de 2018). Obtenido de Centro de Asistencia : <https://help.surveymonkey.com/articles/es/kb/Multiple-Choice>

CENZANO. (1992). LOS QUESOS. Madrid: AMV.

*Codigo de Comercio* . (s.f.).

*CODIGO DE COMERCIO ,ART.98 DECRETO 410 DE 1971*. (1971). BOGOTA.

Comerbeber. (04 de 2018). *Comerbeber*. Obtenido de <https://comerbeber.com/referencia/sustitutos-del-queso>

*EcuRed (Conocimientos con todos y para todos)*. (04 de 2018). Obtenido de EcuRed (Conocimientos con todos y para todos): <https://www.ecured.cu/Emulsionantes>

*Ejemplos de Preguntas* . (04 de 2018). Obtenido de Ejemplos de Preguntas : <http://www.ejemplos.co/30-ejemplos-de-preguntas-cerradas/>

*Estudio de factibilidad para el montaje de una planta productora y comercializadora de queso costeño en pacado al vasio en la ciudad de Sincelejo*. (04 de 2018). Obtenido de Estudio de factibilidad para el montaje de una planta productora y comercializadora de queso costeño en pacado al vasio en la ciudad de Sincelejo: <http://repositorio.unisucre.edu.co/bitstream/001/373/2/658.114P438.pdf>

*Exford Dictionaries*. (04 de 2018). Obtenido de Exford Dictionaries: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/comuna>

*Gerencie.com*. (04 de 2018). Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/codigos-ciiu.html>

GRUPO EXITO. (04 de 2018). *GRUPO EXITO*. Obtenido de GRUPO EXITO: <https://www.grupoexitoc.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/cuanto-queso-consumen-los-colombianos>

[http://www.academia.edu/16796115/comunas\\_en\\_popayan\\_y\\_numero\\_de\\_personas\\_en\\_popayan](http://www.academia.edu/16796115/comunas_en_popayan_y_numero_de_personas_en_popayan), E. P. (04 de 2018). Popayán: Elaboracion Propia.

<https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>, E. P. (s.f.). Clases De Sociedades En Colombia. *Clases De Sociedades En Colombia*.

<https://www.contabilizalo.com/clasificacion-de-las-empresas>, E. P. (04 de 2018). Clasificacion De Las Empresas . *Clasificacion De Las Empresas*.

ICER, E. P. (04 de 2017). Ppayán.

*La nata definicion y tratamientos* . (04 de 2018). Obtenido de La nata definicion y tratamientos: <http://lechedeoveja.es/la-nata/>

*Libreria de la U (Contenido + Soluciones)*. (04 de 2018). Obtenido de Libreria de la U (Contenido + Soluciones): <https://www.libreriadelau.com/ntc-572-azucar-metodos-de-ensayo-para-la-determinacion-de-humedad-icontec-null-ingenieria-de-alimentos/p>

*Neufchatel AOC el queso francés con forma de corazón*. (04 de 2018). Obtenido de Neufchatel AOC el queso francés con forma de corazón: <http://elportaldelchacinado.com/neufchatel-aoc-el-queso-frances-con-forma-de-corazon/>

Propia, E. (04 de 2018).

Propia, E. (04 de 2018). Cronograma De Ventas. *Cronograma De Ventas*.

Propia, E. (04 de 2018). Determinacion de la Muestra . Popayán: Elaboracion Propia.

Propia, E. (04 de 2018). Proveedores Propiedad, planta y equipo. Popayán.

Publica, C. T. (2015). *Decreto 2420*.

Publico, M. d. (2000).

RODRIGO, V. V. (1998). INNOVACIÓN EMPRESARIAL.

*Significados* . (04 de 2018). Obtenido de Significados : <https://www.significados.com/dicotomia/>

*Significados*. (04 de 2018). Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/derecho-civil/>