

**PLAN DE NEGOCIOS: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PALITOS DE QUESO
CONGELADOS**

VERÓNICA ALEXANDRA DÍEZ PINILLO

**TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
UNIDAD DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2012**

**PLAN DE NEGOCIOS: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PALITOS DE QUESO
CONGELADOS**

VERÓNICA ALEXANDRA DÍEZ PINILLO

**Trabajo de grado para optar al título de Tecnólogo (a) en Producción
Industrial**

**Asesora Técnica y Metodológica
GISELA PATRICIA MONSALVE FONNEGRA
Ingeniera Industrial Especialista en finanzas**

**TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
UNIDAD DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2012**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, 31 de Mayo de 2012

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, educadores y asesores, por aportarme grandes enseñanzas en mi proceso de aprendizaje mediante el transcurso del proceso de investigación y elaboración del proyecto de producción y comercialización de Palitos de Queso congelados.

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos a la educadora Gisela Patricia Monsalve Fonnegra, por su aporte y acompañamiento en la elaboración del plan de negocio para la producción de Palitos de Queso.

A mis padres por su acompañamiento en la elaboración del proyecto de Producción y Comercialización de Palitos de Queso Congelados.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
2. JUSTIFICACIÓN	15
3. OBJETIVOS	16
3.1 OBJETIVO GENERAL	16
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
4. REFERENTES TEÓRICOS	17
4.1 MERCADO	17
4.1.1 Investigación de mercados	17
4.1.2 Estrategias de mercado	17
4.1.3 Proyección de ventas	18
4.2 OPERACIÓN	18
4.2.1 Operación	18
4.2.2 Plan de compras	19
4.2.3 Infraestructura	19
4.3 ORGANIZACIÓN	19
4.3.1 Estrategia organizacional	19
4.4 FINANZAS	20

	pág.
4.4.1 Costos administrativos	20
4.5 IMPACTO	20
4.5.1 Impacto económico, regional, social y ambiental	20
5. METODOLOGÍA	21
5. METODOLOGÍA	21
5.1 EL TIPO DE ESTUDIO	21
5.2 MÉTODO	21
5.3 POBLACIÓN	21
5.4 MUESTRA	21
5.5 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	21
5.6 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	22
6. RESULTADOS DEL PROYECTO	23
6.1 PLAN DE MERCADO	23
6.1.1 Investigación de mercados	23
6.1.2 Estrategias de mercado	27
6.2 PLAN DE OPERACIONES	36
6.2.1 Operación	36
6.2.2 Metas sociales	36
6.2.3 Control de calidad	37
6.2.4 Plan de compras	40

	pág.
6.2.5 Necesidades y requerimientos	40
6.2.6 Infraestructura	41
6.3 PLAN ORGANIZACIONAL	43
6.3.1 Estrategia organizacional	43
6.3.2 Estructura organizacional	44
6.4 PLAN LEGAL	46
6.5 PLAN FINANCIERO	48
6.5.1 Costos administrativos	48
6.5.2 Fuentes de consulta de precios	48
6.5.3 Punto de equilibrio	49
6.5.4 Estado de resultados	50
6.6 IMPACTO	51
6.6.1 Impacto	51
6.7 EQUIPO DE TRABAJO	51
7. CONCLUSIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	53

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Análisis dela competencia	26
Cuadro 2. Costos de estrategias de comunicación	29
Cuadro 3. Plan operativo	36
Cuadro 4. Ficha técnica del producto o servicio	38
Cuadro 5. Diagrama descripción del proceso	39
Cuadro 6. Plan de compras	40
Cuadro 7. Costos administrativos	48
Cuadro 8. Gastos de personal	49
Cuadro 9. Gastos mensuales de administración	49
Cuadro 10. Estado de resultados	50
Cuadro 11. Integrantes equipo de trabajo	51

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Balanza	41
Figura 2. Cilindro industrial	42
Figura 3. Escabilador	42
Figura 4. Mesa en acero inoxidable	42
Figura 5. Organigrama de la empresa	44

RESUMEN

El presente Plan de Negocios busca determinar la viabilidad de una empresa Productora de Palitos de Queso Congelados en el municipio de Necoclí.

Surgió la idea de crear una empresa productora de Palitos de Queso, ya que en la actualidad se ofrecen variedad de productos de panadería, pero no se ha creado otro tipo de pasa bocas o alimentos utilizando como materia prima principal el queso, que aporta otros valores nutricionales como lo es el mozzarella. Teniendo en cuenta lo anterior, se busca ofrecer un sustituto con queso mozzarella, el cual va dirigido a un público exigente en cuanto al sabor y valor nutricional, ya que es un producto con bajos niveles de endulzantes artificiales y con grandes propiedades en calcio y vitamina A

En los diferentes mercados y tiendas se encuentran el tradicional pandebono, pandequeso, almojábana y pastel de queso, pero no existe actualmente productos a base de queso mozzarella; esto nos lleva a creer en la posibilidad de crear dicho producto y atender otro segmento de personas que satisfagan sus necesidades, y que se logre un desarrollo económico ofreciendo oportunidad laboral y de crecimiento empresarial.

Se conocen todos los aspectos económicos y de operación también los aspectos legales los cuales comprenden permisos, licencias, patentes, seguros y demás herramientas al alcance para hacer todo bien desde el primer día; la legalidad es la llave de la prosperidad comercial.

- Plan de negocio
- Investigación de mercados
- Estrategia organizacional
- Plan operativo

INTRODUCCIÓN

Uno de los principales propósitos en la realización de éste trabajo es informarme y aprender conceptos básicos sobre el manejo de la creación de empresa, todo esto implementado en una técnica sencilla pero compleja a la vez como lo es el plan de negocio, ya que las exigencias que se requieren a diario en el mundo constan de una persona íntegra que proporcione la garantía de brindar una mayor calidad en el desarrollo de adquirir u obtener un producto o servicio.

Éste trabajo lo he realizado con el fin de adquirir la capacidad de análisis para evaluar situaciones desde los diversos departamentos que conforman una empresa como producción, marketing, recursos humanos, entre otros, de tal manera que se trabaja en cadena buscando soluciones inmediatas pero eficaces, implementando una buena planeación y así poder brindar a los clientes la comodidad y seguridad de recibir un excelente producto que se asemeje a las exigencias de cada ser, de esta forma puedo conservar mi imagen en el mercado y ser accesible a él.

Es así como en éste trabajo pretendo presentarles a ustedes la elaboración y redacción de una gran investigación, para que así por medio de ésta fuente puedan comprender un poco que actitud se debe tomar y cómo deben enfrentar cada uno de los componentes que conforma una compañía, de cierto modo que por medio de un método podamos descifrar lo que nos impide la evolución en la compañía y evitar que en un futuro se presente nuevamente estos acontecimientos, de tal forma que busca ser una ayuda didáctica, para descubrir la verdadera influencia que posee la creación de un plan de negocio antes de crear una empresa.

Ésta actividad tan completa me refuerza el conocimiento intelectual que tengo acerca de la realización de un plan de negocio para una empresa que promete un buen progreso para el futuro, permitiéndome una mejor actitud a la hora de formular un gran plan y obtener la solución más indicada y llegar a una respuesta sólida.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Necoclí fue fundado en el año 1509 por el conquistador Alonso de Ojeda. Fue declarado municipio en el año 1978. Necoclí cuenta con una población aproximada de cincuenta mil habitantes y está situado en la latitud norte a 8°25'39", con una altura sobre el nivel del mar de 8 metros, longitud oeste 76°46'58", a una distancia de 383 kilómetros de la ciudad de Medellín y un clima promedio de 28°C.

Su principal actividad económica se centra en la ganadería, la pesca, la agricultura y el turismo. Los principales cultivos que se desarrollan en el Municipio son: yuca, maíz, arroz, plátano, cacao, caucho, hortalizas y productos forestales. De otro modo se incentiva la explotación de las especies menores como: carneros, gallinas ponedoras y pollos de engorde; también buscan el repoblamiento de cuerpos de agua con especies nativas como: bocachico, liseta, mojarra amarilla, dorada, bagre, entre otras.

En el sector alimenticio Necoclí cuenta con una amplia gama de restaurantes comerciales y caseros, cafeterías y dos panaderías, también se puede evidenciar en las fincas la extracción de la leche del ganado y la fabricación de algunos derivados lácteos como quesos, quesitos y quesillos. La poca variedad que se halla en el sector alimenticio, se debe a que sus actividades económicas son algo limitadas a la hora de ofrecer a la población nuevos productos, todo esto se refleja en las necesidades y exigencias del mercado que día a día es más amplio y busca la satisfacción en el hallazgo de nuevos productos.

El mundo actual reclama y exige propuestas innovadoras que cubran sus necesidades y ofrezcan nuevas alternativas a la hora de adquirir un nuevo producto, pero al no encontrar nuevas ofertas, continua el consumo de alimentos tradicionales, el cual es en muchas ocasiones diferente a lo que desean tener.

Con lo anteriormente descrito, se puede evidenciar que no existen empresas industriales dedicadas al sector alimenticio, por ende hace falta una empresa dedicada a la producción y comercialización de palitos de queso refrigerados, puesto que la oferta en el rango alimenticio es muy reducida y poco innovadora para el mercado.

Uno de los factores que provocan una menor oferta es que los habitantes del Municipio son poco exigentes para la ampliación y búsqueda de nuevos productos, es decir no obligan a la comunidad a investigar y brindar productos diferentes para Necoclí.

Todo esto se ve reflejado en el atraso económico que presenta el Municipio de Necoclí, ya que es poco innovador para la creación de empresa. De otro lado se nota cuando llega la temporada alta de turismo, donde sus principales visitantes son de la ciudad y encuentran un mercado tan reducido, que simplemente tienen que conformarse con lo que el pueblo ofrece.

2. JUSTIFICACIÓN

Los avances en las empresas han llevado a plantear teorías de tal forma que permitan argumentar nuevos esquemas y soluciones prácticas, para brindar grandes construcciones sociales dispuestas al servicio del hombre y la sociedad, propiciando decisiones que son tomadas por personas que luchan día a día en diversos campos laborales, lo que ha llevado a descifrar diversos rumbos, debido al buen manejo de la información lo que produce grandes aciertos.

Gracias al progreso de la industria alimenticia, los productos que las empresas brindan deben ir acompañados de alternativas novedosas que fortalezcan su participación activa del negocio de los alimentos, es enseñar otros estilos o tendencias que motiven al ser humano hacia lo experimental y lo desconocido, es por esto que los alimentos tradicionales solo se quedarán en esa calificación; tradición, pero este aspecto en el mercado es riesgoso y estos errores son los que en el mercado llevan a los compradores a querer algo diferente y atractivo sin salirse de sus expectativas. Todo lo que se encuentre en el sector alimenticio, será siempre bien recibido por aquellos que prefieran una buena presentación, olor y sabor en la innovación de productos. Por tal razón se debe crear en el Municipio de Necoclí una empresa y una marca que determine nuevos alimentos, pero manteniendo la inclinación que puedan mostrar los compradores a futuro, es brindarle un sabor novedoso y exquisito introduciéndole en tiendas de barrio, supermercados, distribuidoras, cafeterías y panaderías, un fortalecimiento en sus ventas diarias.

El proceso de educación brindado por el Instituto Tecnológico Pascual Bravo Institución Universitaria, intervendrá en el estudio, creación y desarrollo de este plan de negocio cumpliendo con el objetivo trazado por la futura egresada encargada de sacarlo adelante y hacerlo efectivo, para que a futuro ofrezca las garantías suficientes de rentabilidad y crecimiento económico que es la finalidad de cualquier pequeño empresario.

Una de las características importantes en la creación de esta empresa es que se generará empleo a 6 personas, beneficiando a sus núcleos familiares, por aparte se proporciona una serie de empleos indirectos para el personal de las fincas, otros aspectos fundamentales es la obtención de la materia prima como harina, levadura, grasa, agua, azúcar, esencias, empaques y envolturas.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Estudiar la viabilidad de un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de palitos de queso refrigerados en el Municipio de Necoclí.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar una investigación de mercados en el sector alimenticio para identificar posibles clientes.
- Calcular costos financieros para la implementación del proyecto.
- Especificar la estructura organizacional de una forma clara y detallada de las funciones para cada cargo que sea necesario en la ejecución del plan de negocio.
- Analizar la infraestructura requerida para la puesta en marcha del proyecto.

4. REFERENTES TEÓRICOS

4.1 MERCADO

4.1.1 Investigación de mercados

Definición de objetivos: defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que usted considere relevantes.

Justificación y antecedentes del proyecto: justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto. Así mismo relacione los antecedentes del proyecto

Análisis del sector: consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.

Análisis del mercado: elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente.

Análisis de la competencia: identificación de principales participantes y competidores potenciales, análisis de empresas competidoras, relación de agremiaciones existentes, análisis de productos sustitutos.

4.1.2 Estrategias de mercado

Concepto del producto o servicio: descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio, diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia.

Estrategias de distribución: especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.

Estrategias de precio: presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, condiciones de pago, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.

Estrategias de promoción: explique ó describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio.

Estrategias de comunicación: explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.

Presupuesto de la mezcla de mercadeo: cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas (Producto, Precio, Plaza, Promoción).

Estrategias de aprovisionamiento: describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen. Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos.

4.1.3 Proyecciones de ventas

Proyección de ventas y políticas de cartera: explique cual es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado. Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.

4.2 OPERACIÓN

4.2.1 Operación

Cronograma de actividades: es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto.

Metas sociales: especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio.

Ficha técnica del producto o servicio: describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.

Necesidades y requerimientos: relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; mano de obra operativa especializada requerida.

4.2.2 Plan de compras

Plan de compras: identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema.

4.2.3 Infraestructura

Infraestructura: relacione las máquinas a adquirir, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo.

4.3 ORGANIZACIÓN

4.3.1 Estrategia organizacional

Análisis DOFA: el análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas.

Estado de desarrollo: identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de

definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.

Estructura organizacional: describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo.

Constitución empresa y aspecto: especifique el Tipo de sociedad que conformaría.

4.4 FINANZAS

4.4.1 Costos administrativos

Gastos de personal: registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales).

Gastos de puesta en marcha: relacione y cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

Gastos mensuales de administración: registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

Punto de equilibrio: es el lugar donde los ingresos de la empresa son iguales a los egresos totales de la empresa. Se calcula tanto para unidades físicas como monetarias.

Estado de resultado: está conformado por unos ingresos, costos y gastos. Cuando los ingresos o ventas son mayores que los costos y los gastos se me genera una utilidad, pero cuando los ingresos son menores que los costos y los gastos se me genera una pérdida.

4.5 IMPACTO

4.5.1 Impacto económico, regional, social y ambiental: describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto económico, social y ambiental.

5. METODOLOGÍA

5.1 EL TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio que se implementará en este proyecto es investigativo ya que comprende aspectos basados en el conocimiento de personas ajenas al proyecto y a la asesoría proporcionada por familiares para la formulación y el proceso de preparación para obtener el resultado esperado y a la investigación que se hará en la región.

5.2 MÉTODO

Dentro del proceso del método a utilizar se implementa aspectos como: observación, inducción, análisis y síntesis, para identificar fortalezas y posibles fallas en la ejecución, mostrando todos los elementos que hacen parte del proyecto con el fin de dar una visión integral de cada uno de estos elementos, y la forma en cómo se incluyen sobre el ejercicio mismo de la investigación.

5.3 POBLACIÓN

Son todos los habitantes del Municipio de Necoclí.

5.4 MUESTRA

Se elaborará una encuesta de 100 personas que comprenderá amas de casa, jóvenes en sitios de estudio, trabajadores, turistas, propietarios de tiendas, supermercados, panaderías, cafeterías y distribuidoras.

5.5 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información y los datos para la ejecución del proyecto, serán tomadas por medio de encuestas, entrevistas, observación directa y diarios de campo, ya que son técnicas más acertadas para la recolección de la información, proporcionando así veracidad en los datos que se recojan.

5.6 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se tabulara todo lo recolectado en las encuestas y observaciones para la realización de un estudio estadístico que pueda arrojar valoraciones más confiables para la toma de decisiones.

6. PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PALITOS DE QUESO CONGELADOS

6.1 PLAN DE MERCADO

6.1.1 Investigación de Mercados

Definición de objetivos: con la creación de esta empresa se buscará incursionar en el mercado del Municipio, ofreciendo a los futuros consumidores una opción de alimentos de panadería, con un producto innovador y llamativo. Se crearán estrategias de penetración, posicionamiento y económicas que accedan a la estabilidad y viabilidad del mismo proceso. Mediante la exploración de mercados se logra encontrar el agrado y satisfacción de los clientes en el consumo del producto, lo que lleva a implementar la idea plasmada en este proyecto.

Objetivo general: brindar a todas las personas un producto de excelente calidad, obteniendo resultados de agrado en los consumidores y propiciando los resultados económicos esperados.

Objetivos específicos

- **SOCIALES:** Ofrecer a los diferentes consumidores un producto de buen sabor y textura a través de los palitos de queso.
- **ECONOMICOS:** Propiciar una estabilidad económica para la persona dispuesta al desarrollo del plan de negocio y a la creación de la empresa palitos de queso congelados.
- **AMBIENTALES:** Establecer una producción con normas de aseo que aseguren la limpieza a través de la fabricación de los palitos de queso implementando los reglamentos alimenticios.

Justificación y antecedentes del proyecto: la idea de crear esta empresa de palitos de queso surge debido a la gran acogida que tiene este producto en algunas ciudades y municipios de nuestro país, actualmente en el municipio de Necoclí se ofrece variedad de productos de panadería cuya principal materia prima es el queso, es decir, productos tradicionales, pero no se ha creado un producto donde se encuentre un valor agregado de principio a fin que aporte otros nutrientes como lo es el queso. Apreciando lo anteriormente dicho, se busca ofrecer un palito de queso con queso mozzarella, el cual va dirigido a un público

exigente en cuanto al sabor y valor nutricional, ya que un producto con bajos niveles de endulzantes artificiales y con grandes propiedades en fibra y calcio.

En los diferentes mercados y tiendas se encuentran productos como el pastel de queso, pandebono, pandequeso, almojábana, pero no existe actualmente productos donde internamente estén rellenos por completo de queso, lo que nos da una gran posibilidad de crear dicho producto y fijarse otro segmento de personas que llenen sus necesidades, y se alcance una mayor posición en el desarrollo económico brindando oportunidad laboral y de crecimiento a nivel empresarial.

Análisis del sector: en el sector de los negocios que utilizan quesos para la elaboración de sus productos, se pueden identificar los negocios de pizzas, comidas rápidas (hamburguesa, perro caliente, arepa de queso) y finalmente las cafeterías y panaderías. Y para el sector de alimentos procesados, se puede encontrar una amplia gama de restaurantes caseros y comerciales, puestos en la plaza de mercado que elaboran tamales y productos tradicionales de la costa (bollos, arepa de huevo, carimañola), por mencionar algunos.

Debido a la alta variedad de subsectores que se encuentran en el sector alimenticio, aparte de la diversidad de insumos y productos que allí se utilizan, el sector de alimentos procesados y los relacionados con la elaboración de alimentos compuestos principalmente de queso y harinas, son clasificados de acuerdo con los factores de competitividad.

El subsector de elaboración de alimentos compuestos con queso y harinas muestran una alta variedad de procesos para la fabricación de alimentos, generando a su vez situaciones que afectan el bien común debido al gran consumo de agua y por ende a la gran generación de aguas residuales, especialmente por las actividades de lavado. De otro bando, los residuos sólidos componen un segundo problema ambiental, debido a la envoltura y/o cáscara y/o semilla, encontrado en el proceso mismo de alistamiento y preparación de los productos, en los cuales se proporcionan una cantidad de material que puede ser aprovechado, y que actualmente es clasificado como desperdicio.

Análisis del mercado: para determinar la viabilidad de incursionar en un mercado objetivo, se debe tener en cuenta que el municipio de Necoclí, no cuenta con una zona industrial, sino que esta básicamente conformado por negocios familiares pequeños dedicados al sector alimenticio donde podemos hallar las panaderías , evidenciando poco conocimiento de las peticiones del mercado local, razón por la cual es recomendable cuando se logre un mayor crecimiento y solidez en el mercado local, iniciar un proceso de expansión con los municipios cercanos y que pertenezcan a la zona de Urabá.

En la actualidad no existe información acerca del consumo per cápita de palitos de queso en la zona de Urabá.

El queso mozzarella data del siglo XVI, es un queso originario de la cocina Italiana, donde se extendió por toda Europa y es preparada con leche de búfala, cabra o vaca, luego se extendió a Latinoamérica y se prepara la mozzarella con leche de vaca y se le da uso en múltiples recetas culinarias.

En Antioquia el desarrollo de éste queso se presenta en muchas fincas dedicadas a la ganadería, en Medellín y en algunos municipios cercanos se encuentran empresas dedicadas en alguno de sus procesos a la elaboración del queso mozzarella entre las mas destacadas encontramos a Colanta, Alpina, Colquesos y el Zarzal.

Entre los alimentos de la categoría de los lácteos y derivados de la leche está el queso mozzarella que entre sus propiedades cabe destacar que tiene una alta cantidad de calcio, el queso mozzarella es un alimento bueno para los huesos y es muy recomendable su consumo durante el embarazo puesto que en esta etapa nuestro organismo lo consume en mayor medida. Es un alimento no apto para las personas que tienen intolerancia a los lácteos o que tengan problemas digestivos.

El queso mozzarella, al ser un alimento rico en fósforo ayuda a mantener nuestros huesos y dientes sanos así como una piel equilibrada ya que ayuda a mantener su PH natural. Por su alto contenido en fósforo éste queso ayuda a tener una mayor resistencia física. Éste mineral, contribuye también a mejorar las funciones biológicas del cerebro.

Partiendo de esto nos damos cuenta de la necesidad de ampliar el segmento de productos con queso y ofrecer una nueva variedad en dicho caso los palitos de queso con queso mozzarella, a través de una preparación sana de tal forma que una vez el cliente adquiera y frite el producto no pierda su forma y contenido.

En cuanto al mercado objetivo se quiere llegar a consumidores minoristas, tiendas de barrio, mini mercados, supermercados y distribuidoras del municipio de Necoclí. Se dispondrá del método de pedidos y distribuidor tienda a tienda.

Los palitos de queso con queso mozzarella es un producto innovador, de gran valor alimenticio, inicialmente nuestro mercado se concentrará en el área local con visión de expansión a la zona de Urabá en el departamento de Antioquia. Con base en mercados locales se tiene la facilidad de crecer en ésta zona, por conocimiento de la población, cercanía, por facilidad en tomas de muestras y encuestas, por gustos y preferencias analizadas de la población.

El perfil de nuestros principales consumidores son: amas de casa, niños, jóvenes, adultos, ancianos y estudiantes de todos los estratos; todo este conjunto

poblacional buscan siempre productos que además de su buen sabor proporcionen valor nutricional, alimenticio y vitamínico.

Los segmentos serán:

Segmento masivo: clientes minoristas de venta al detalle como escuelas, colegios, los cuales se presentaran como un exquisito acompañante a sus bebidas preferidas.

Panaderías y cafeterías: como alimento complementario.

Salas de juegos: como bocado especial para niños y jóvenes.

Segmento preferencial: ventas al por mayor (tiendas de barrio, mini mercados, supermercados y distribuidoras). Se buscará promocionar además como un pasabocas para fiestas infantiles, sociales y acompañante en las loncheras por su valor nutricional y energético.

Análisis de la competencia: la competencia está dada por panaderías productoras y comercializadoras de producto a base de queso, entre ellas encontramos los establecimientos expresados en el siguiente cuadro.

Cuadro 1. Análisis de la competencia

DATOS	COMPETENCIA			
	PANADERÍA RICURAS	PANADERÍA Y CAFETERÍA JUMARIS	REPOSTERÍA Y PANADERÍA DIANA VARGAS	PANADERÍA Y CAFETERÍA MIRAMAR
DIRECCIÓN	Carrera 50 # 50 - 49 Diagonal Iglesia	Carrera 50 # 51 - 17 Calle alcaldía	Calle 51 # 45 - 54 Calle cotizada	Calle 13 con carrera novena # 47 - 52
PRECIO PANDEQUESO	\$ 850	\$ 600	\$ 800	\$ 700
PRECIO ALMOJABANA	No aplica.	\$ 1200	\$1000	\$ 1000
PRECIO PANDEBONO	\$ 700	\$ 700	\$ 900	\$ 900
PRECIO PASTEL DE QUESO	\$ 1300	No aplica.	\$1200	\$ 1300

Básicamente son competencia por el tipo de producto, sin embargo para la producción de palitos de queso con queso mozzarella, no se percibe ningún tipo de competencia, ya que aún no existe en el municipio, se conocen algunos productos preparados a base de queso mozzarella, como las pizzas, lasañas y arepas de queso.

La principal ventaja competitiva, se establece debido a la creación innovadora de una empresa productora de un alimento conformado por un relleno de queso mozzarella como nutriente extraído del sector ganadero, rico en vitaminas y nutrientes. Las propiedades del queso mozzarella constituyen un valioso suplemento dietético, pues es muy rico en vitamina A, minerales, proteínas y calcio. Su valor calórico es de 348 kilocalorías.

6.1.2 Estrategias de mercado

Concepto del producto o servicio: el producto que se desea brindar son los palitos con queso mozzarella refrigerados como alternativa de consumo a los productos como el pandebono, pandequeso, entre otros, con características propias del producto, proporcionando una alta fuente de vitaminas y calorías. Se desea entrar en mercados de consumidores directos, tiendas de barrio, supermercados, distribuidoras, panaderías, cafeterías etc. Para ser consumido de forma directa o como acompañante en las comidas. Su presentación es en forma alargada conservando el color natural de la textura de la pasta del palito de queso con empaque realizado por los operarios de la empresa. Se identificará con el nombre de Refrigerados Díez, empacado en bandejas de icopor y cubierto con papel cristaflex con un contenido de 10 unidades.

Entre las principales fortalezas se tiene el sabor único que ofrece el producto el cual ha tenido muy buena percepción y acogida al momento de las degustaciones, además es un producto realizado bajo estrictas condiciones de aseo y limpieza.

La debilidad principal es la resistencia al cambio del consumidor con respecto al producto tradicional como los productos de panadería. Que ya se encuentran posicionados. Otra debilidad representativa es la consolidación de un proveedor constante en el envío de los bloques del queso mozzarella.

Estrategias de distribución: dentro de la cadena de valor, los eslabones más importantes para el producto son el comercializador de queso y el minorista, ellos suministran la materia prima para el producto y el segundo permite la distribución y venta del producto cuando ya se encuentra listo para el consumo.

Aunque la cadena parte de la realización del queso, este no será el foco de investigación ya que la producción en la región es alta y también se cuenta con

proveedores en el municipio de Apartadó, quienes pueden garantizar un suministro adecuado y sin costos de transporte.

El proveedor de queso es clave en el proceso. Los principales proveedores se concentran en Apartadó, allí ellos cuentan con un sector exclusivamente dedicado a la elaboración de queso mozzarella con la leche extraída al ganado de los municipios de Necoclí, Turbo, Carepa, Chigorodó y Apartadó, fuera de que hay proveedoras que comercializan productos de las marcas Colanta y Alpina. Uno de los principales beneficios que tiene para el producto es contar con este factor dentro de la cadena, es el acceso al queso mozzarella con un precio razonable. Esto respecto a la adquisición de la principal materia prima, la forma de distribución y comercialización del producto terminado se hará con un representante comercial, que se encargará de visitar tiendas, entregar degustaciones y promocionar el producto en los diferentes escenarios, el cual tomará pedidos tienda a tienda y al día siguiente, se envía a través de transporte de alimentos los pedidos a las diferentes tiendas, supermercados, etc. Lo que quiere decir que la comercialización del producto se hará directamente en los diferentes escenarios por el personal comercial y la distribución se hará posterior a la venta como tal a través de transporte de alimentos a los diversos sitios.

Se cuenta con que inicialmente se distribuirá mediante minoristas y se pretende llegar a través de ellos al consumidor final. Dentro de los minoristas que se utilizarán están las tiendas de barrio, las escuelas, mini mercados, entre otros.

En la producción de palitos de queso refrigerados, no se requiere de implementación de una planta de producción de gran tamaño, ni tecnologías sofisticadas, es un producto de fácil elaboración y no involucra elevados capitales.

Estrategias del precio: fijación de precios enmarcados en los rangos que se manejan para productos similares (almojábanas, pandequeso, pandebono, entre otros), teniendo en cuenta los costos de producción unitarios. Se tomará como base los precios de las diferentes materias primas y se calculan los diferentes costos fijos y variables para la producción. De esta manera se determinará el precio final que permita el equilibrio en la producción.

Estrategias del producto:

- Estandarización de la fórmula.
- Indicación de opciones para ayudar a la asociación del producto con usos diferentes.
- Entrenamiento sobre atributos del producto a las personas involucradas en el lanzamiento y promoción.

Estrategias de promoción: el producto se pretende introducir lentamente al mercado, lanzándolo a un precio alto y con gastos bajos de promoción ya que es un producto nuevo que no cuenta con competencia respecto a su ingrediente principal que es el queso mozzarella, ya que si existe competencia en productos con queso pero no mozzarella y otros ingredientes. Los esfuerzos se enfocarán en informar a los consumidores sobre el nuevo producto, inducir a la prueba de este y asegurar que el producto tenga una correcta distribución.

Estrategias de comunicación:

- Establecer la presentación e imagen de marca más conveniente para el producto.
- Introducir los palitos de queso refrigerados en todas las tiendas de barrio del Municipio de Necoclí.

Para lograr dichos objetivos se desarrollarán actividades de:

Diseño del producto: asesoría en diseño de empaque.

Definición de la marca: diseño de imagen dándole prioridad al queso mozzarella como ingrediente principal.

Diseño de material promocional: volantes, habladores y recetarios.

Introducir el palito de queso refrigerado en tiendas de barrios: visitas a diferentes tiendas, con degustaciones y material publicitario.

Presupuestos de la mezcla de mercados: el objetivo es dar a conocer los palitos de queso en todas las poblaciones del municipio. Esto se realizará a través de promociones directas con los tenderos, panaderías y cafeterías, por medio de afiches, volantes y en los supermercados y distribuidoras se tiene previsto enviar impulsadoras que estarán promocionando el palito de queso pero en este caso será frito y dando degustaciones. En cuanto a la publicidad también se realizarán cuñas en radio.

Para que la estrategia se lleve a cabo se estimarán los siguientes costos:

Cuadro 2. Costos de estrategia de comunicación

Degustaciones (100 unidades de 45gr)	60.000
Promotoras en los supermercados	400.000
Pautas en la radio	200.000
Volantes	100.000
Afiches	200.000
TOTAL	960.000

Estrategias de aprovisionamiento: para escoger nuestros proveedores tendremos en cuenta la calidad de sus productos, responsabilidad y puntualidad en su entrega.

La adquisición del queso mozzarella se hace a través de su compra a comercializadores por bloque de 2,5 Kilos.

La harina se compra por bultos de 50 Kilos.

Los pagos a los proveedores serán de contado para tener los beneficios de descuentos que serán trasladados al precio del consumidor final que permita mayor volumen de ventas.

Políticas de ventas: los palitos serán vendidos desde dos subdivisiones de ventas, ventas a supermercados y ventas urbanas.

Políticas de cartera: las ventas son el objetivo principal para aumentar constantemente la cifra de negocio, sin descuidar la rentabilidad y los riesgos que traen los costos.

En nuestra compañía haremos un análisis estricto y a fondo del cliente, los antecedentes crediticios son en parte la fuente de información que determinará en porcentaje, la venta a crédito. Se ofrecerá a clientes de gran volumen de ventas cupos de crédito sujetos a capacidad de pago y de endeudamiento con créditos a 30 días. Para clientes minorista el pago será de contado.

Proyección de ventas: la empresa se encargará de distribuir el producto a mayoristas y minoristas, por lo que hace más sencillo el proceso de logística de la empresa, por lo que las ventas estarán bajo la responsabilidad del departamento de ventas, los cuales tendrán como principales clientes los supermercados, distribuidoras y tiendas.

El departamento de ventas estará conformado por los socios de la empresa por lo que no se establecerán inicialmente comisiones por venta del producto.

La empresa tendrá dentro de sus promociones descuentos por volúmenes de compra y pronto pago a las empresas estrellas que tengan un crédito limpio y buenas referencias.

Refrigerados Díez ha escogido para sus proyecciones de ventas la técnica lineal ya que le permite calcular las proyecciones de venta de una manera rápida y confiable, utilizando como fuentes de datos las ventas realizadas, ya que esto nos permite contar con un apoyo a la toma de decisiones por parte de los jefes de mercadeo, contabilidad y producción al proveerlos con información congruente y exacta, la cual se calcula utilizando modelos matemáticos de pronósticos, datos históricos del comportamiento de las ventas y el juicio de los ejecutivos representantes de cada departamento involucrado de la empresa.

ENCUESTA:

LUGAR _____ FECHA _____
NOMBRE _____ ESTADO CIVIL _____
SEXO _____ OCUPACION U OFICIO _____
EDAD _____ LUGAR DE RESIDENCIA _____
NIVEL EDUCATIVO _____

Soy una estudiante de Tecnología en Producción Industrial, del Instituto Tecnológico Pascual Bravo, interesada en Introducir en el mercado un producto alimenticio nuevo, de gran valor nutricional y del cual le solicito después de degustarlo, conocer su opinión y recomendación con el propósito de llevar a cabo esta investigación. Agradezco su colaboración en la respuesta objetiva a la Encuesta que encuentra a continuación.

Al recibir la degustación del Palito de Queso por favor responder

1. ¿LE GUSTÓ SU APARIENCIA?

SI _____ NO _____ POR QUE _____

2. ¿LE GUSTÓ SU SABOR?

SI _____ NO _____ POR QUE _____

3. ¿COMPRARÍA DICHO PRODUCTO?

SI _____ NO _____

4. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍAS ESTE PRODUCTO?

UNA VEZ POR SEMANA _____ DOS VECES POR SEMANA _____

TRES VECES POR SEMANA _____ CUATRO VECES POR SEMANA _____

5. ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE PRODUCTO DE 100g UNIDAD, EMPACADOS EN BANDEJAS DE 10 UNIDADES?

\$8500 A \$9000_____

\$9000 A \$9500_____

\$9500 A \$10000_____

\$10000 A \$10500_____

6. ¿CÓMO LE GUSTARÍA CONSUMIRLO?

Como pasa bocas_____

De acompañante en las comidas_____

Otro ____cuál_____

7. ¿QUÉ PREFIERE USTED EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS A BASE DE QUESO MOZZARELLA?

Gusto_____

Sabor_____

Valor Nutricional_____

8. ¿CONOCE USTED EL VALOR NUTRICIONAL DE LOS PALITOS DE QUESO?

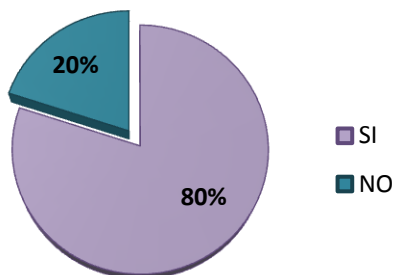
SI_____ NO_____

9. ¿HA OIDO HABLAR ALGUNA VEZ DE PALITOS DE QUESO?

SI_____ NO_____

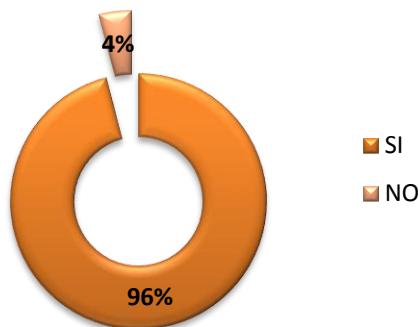
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

1. ¿LE GUSTÓ SU APARIENCIA?



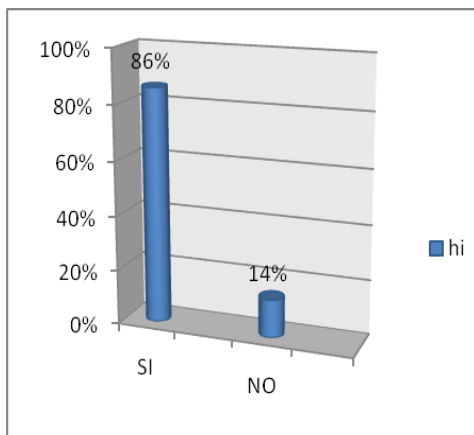
Xi	ni	hi
SI	80	80%
NO	20	20%
Totales	100	100%

2. ¿LE GUSTÓ SU SABOR?



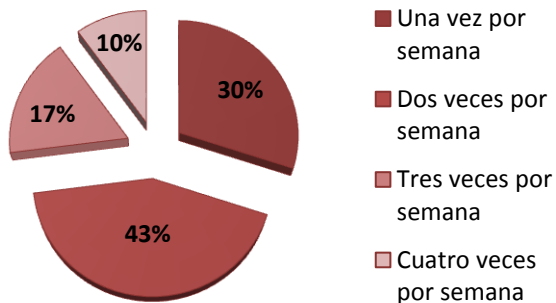
Xi	ni	hi
SI	96	96%
NO	4	4%
Totales	100	100%

3. ¿COMPRARÍA DICHO PRODUCTO?



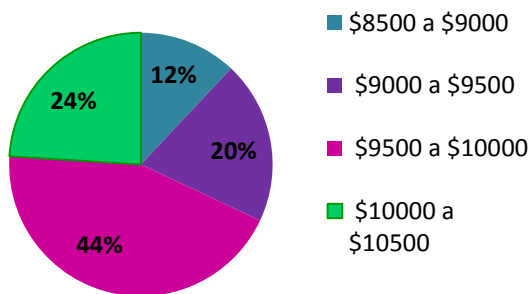
Xi	ni	hi
SI	86	86%
NO	14	14%
Totales	100	100%

4. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍAS ESTE PRODUCTO?



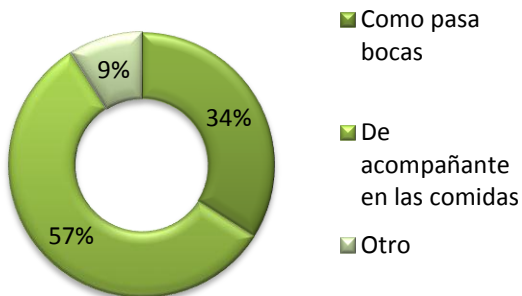
Xi	ni	hi
Una vez por semana	30	30%
Dos veces por semana	43	43%
Tres veces por semana	17	17%
Cuatro veces por semana	10	10%
Totales	100	100%

5. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE PRODUCTO DE 100g UNIDAD, EMPACADOS EN BANDEJAS DE 10 UNIDADES?



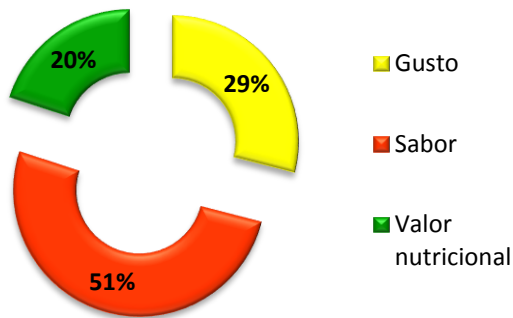
Xi	ni	hi
\$8500 a \$9000	12	12%
\$9000 a \$9500	20	20%
\$9500 a \$10000	44	44%
\$10000 a \$10500	24	24%
Totales	100	100%

6. ¿CÓMO LE GUSTARÍA CONSUMIRLO?



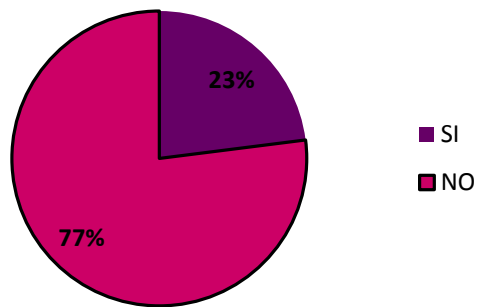
Xi	ni	hi
Como pasa bocas	34	34%
De acompañante en las comidas	57	57%
Otro	9	9%
Totales	100	100%

7. ¿QUÉ PREFIERE USTED EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS A BASE DE QUESO MOZZARELLA?



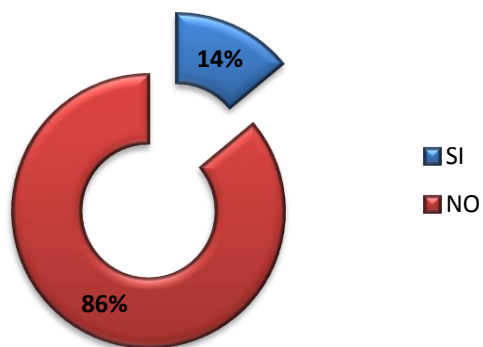
Xi	ni	hi
Gusto	29	29%
Sabor	51	51%
Valor nutricional	20	20%
Totales	100	100%

8. ¿CONOCE USTED EL VALOR NUTRICIONAL DE LOS PALITOS DE QUESO?



Xi	ni	hi
SI	23	23%
NO	77	77%
Totales	100	100%

9. ¿HA OIDO HABLAR ALGUNA VEZ DE PALITOS DE QUESO?



Xi	ni	hi
SI	14	14%
NO	86	86%
Totales	100	100%

6.2 PLAN DE OPERACIONES

6.2.1 Operación

Las actividades a realizar una vez sea aprobado el proyecto y los recursos obtenidos mediante el patrimonio de la familia son las enumeradas en el siguiente cronograma de actividades.

Cuadro 3. Plan Operativo

PRINCIPALES ACTIVIDADES	TIEMPO VALORADO												ENCARGADO DE LA ACTIVIDAD	
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12		
1. Trámite ante cámara de comercio, DIAN.	■													Jefe de Producción
2. Solicitud de Registro INVIMA.	■													Jefe de Producción
3. Adquisición de local en arriendo.	■													Jefe de Producción
4. Adecuaciones de local.	■	■												Jefe de Producción
5. Consecución de maquinaria.	■	■	■											Jefe de Producción
6. Consecución de muebles y enseres.		■												Jefe de Producción
7. Solicitud elaboración de publicidad.	■	■												Jefe de Producción
8. Consecución de Materias primas.		■												Jefe de Producción
9. Selección de personal.		■												Jefe de Producción
10. Puesta en marcha de la producción.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Jefe de Producción
11. Visita a clientes encuestados (muestra-pedido).	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Jefe de Mercadeo

6.2.2 Metas Sociales

- Con la puesta en marcha del plan de negocio generar empleos directos e indirectos para activar la economía local.

- Ingresar en el mercado local con nuestro producto innovador palitos de queso con mozzarella y posteriormente conquistar mercados en poblaciones cercanas.
- Ser una empresa con un proceso de producción seguro y limpio. Adecuando nuestras instalaciones con materiales como: acero inoxidable y aluminio para su fácil limpieza.
- Participar en el crecimiento de la producción de queso mozzarella en la región ya que este es la principal materia prima.
- Tener un buen manejo de los residuos evitando pérdidas y contaminación para el medio ambiente.
- Manejar los procesos con normas técnicas de seguridad para garantizar la calidad y confiabilidad del producto palitos de queso.
- Apoyar el desarrollo industrial en productos alimenticios en el municipio de Necoclí y participar en el crecimiento socioeconómico de sus habitantes generando así una mejor calidad de vida.

6.2.3 Control de calidad

En la materia prima: el queso que entra al proceso debe estar libre de golpes o descomposición y debe estar compacto para facilitar su corte.

Durante el proceso: controlar y establecer las cantidades de agua, azúcar y harina para la formación de la masa, de tal manera que al ser pasada por el cilindro permita un buen manejo de ésta.







En el producto final: verificar el tamaño y que no se encuentren partículas extrañas, así como las características organolépticas del producto.

Producto en bodega: para un efectivo control de calidad, deje muestras almacenadas por varios meses para establecer la vida útil del producto. La presencia de liquido en la superficie de los palitos de queso o la aparición de coloraciones extrañas son signos evidentes de deterioro, lo que indica que el producto no debe consumirse.

Cuadro 4. Ficha técnica del producto o servicio

NOMBRE	CONGELADOS DÍEZ		
DESCRIPCIÓN FÍSICA	Producto obtenido de la mezcla de harina de trigo con agua, azúcar y otros productos aptos para el consumo humano, con una barra de queso mozzarella en su interior. El cual se entrega preparado para luego freírlo. Debe estar libre de bacterias y sabores extraños, debe estar integro, blando y sin presencia de hongos.		
INGREDIENTES PRINCIPALES	Queso mozzarella, harina de trigo, azúcar, levadura y preservantes.		
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	COLOR	OLOR	TEXTURA
	BEIGE	DULCE	BLANDO
TEMPERATURA	De 2°C a 5°C.		
CARACTERÍSTICAS FISICOQUÍMICAS	Valores nutricionales por 100g de porción comestible.		
	Kilocalorías	348	
	Grasa total	14g	
	Grasa saturada	1g	
	Grasa trans	0g	
	Azúcares	1g	
	Hierro	3,5%	
	Carbohidratos totales	25g	
	Proteínas	12g	
	Fósforo	214mg	
	Calcio	316mg	
	Sodio	240mg	
	Vitamina A	82mg	
Zinc	3,5%		
EMPAQUE Y ROTULADO	El producto deberá ser empacado en material adecuado en su grado alimentario que asegure la buena conservación del producto. El empaque deberá tener etiqueta de producción con: el nombre del producto, fecha de producción, fecha de vencimiento y número de lote.		
PRESENTACIÓN	Bandejas de 10 unidades y cada unidad de 100 gramos.		
VIDA ÚTIL ESPERADA	Mínimo 4 meses.		

Cuadro 5. Diagrama descripción del proceso

Diagrama de proceso							
Nombre del proceso: Elaboración de palitos de queso.							
Inicia en: Pesar ingredientes.							
Termina en: Transporte y almacenamiento de producto terminado.							
Analista: Verónica Díez.							
Procesos							Cantidad de operaciones
Pesar ingredientes	●						1
cortar las barras de queso mozzarella	●						1
Mezclar harina, agua, azúcar, levadura, mantequilla, esencia	●						1
Homogenizar	●						1
Dejar en reposo				●			1
Coger masa y llevar al cilindro industrial	●		●				2
Pasar la masa por el cilindro industrial para estirar	●						1
Llevar masa estirada a la mesa.				●			1
Cortar tiras de masa.	●						1
Separar las tiras a un lado.	●		●				2
Coger tira de masa y extender.	●		●				2
Coger barra de queso y enrollar el queso con la tira de masa.	●						1
Poner el palito de queso en el charol.				●			1
Llevar charol a escabilador.				●			1
Dejar en reposo.					●		1
Llevar al refrigerador			●				1
TOTAL							19

6.2.4 Plan de compras

Cuadro 6. Plan de compras

PRODUCTO	MATERIA PRIMA, INSUMO, MERCANCÍA O SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA (\$)	¿PARA CUÁNTAS UNIDADES ALCANZA?	COSTO TOTAL (\$)	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA (\$)
PALITOS DE QUESO CON QUESO MOZZARELLA	QUESO MOZZARELLA	Gramo	32.814	100	328,14	429
	HARINA DE TRIGO	Gramo	43.329	100	43,32	
	AZÚCAR	Gramo	599,4	100	5,9	
	AGUA	Mililitro	500	100	5	
	LEVADURA	Gramo	482	100	4,82	
	ESENCIA DE MANTEQUILLA	Mililitro	296	100	2,96	
	MANTEQUILLA INDUSTRIAL	Gramo	3869	100	38,69	

6.2.5 Necesidades y requerimientos

Materia prima: las principales materias primas para la fabricación de palitos de queso es queso mozzarella, harina de trigo, agua y azúcar, los cuales dependerán de la capacidad de producción de la empresa. Los proveedores de la materia prima son seleccionados teniendo en cuenta la calidad del producto, su precio y tiempo de entrega.

Selección y especificación de equipos: para efectos de este proyecto los requerimientos de equipos y materiales se tienen en cuenta tanto para el proceso como para las actividades de control de calidad.

Se entiende como equipo las maquinas, herramientas, instrumentos y demás utensilios necesarios para poner en operación el proceso productivo.

Diseño: los muebles y utensilios que se utilizaran en la empresa congelados Díez, estarán diseñados en acero inoxidable por su fácil limpieza y alta durabilidad de tal manera que impidan la acumulación de suciedad.

Materiales utilizados: todos los equipos y utensilios empleados durante el proceso de recepción, producción, almacenamiento, transporte y servicio, deberán ser de un material cuyas aleaciones no puedan desprender sustancias nocivas,

olor ni sabores desagradables; resistentes a la corrosión, capaces de resistir repetidas operaciones de limpieza y desinfección.

6.2.6 Infraestructura

Instalaciones y equipos

Instalaciones: la parte locativa debe ser amplia para albergar los siguientes espacios: recepción de materia prima, proceso, empaque, bodega, oficinas, servicios para aseo personal y vestier. La construcción debe ser en baldosa o forradas en aluminio, suelos con rejillas y baños en buenas condiciones para facilitar la limpieza y garantizar optimas condiciones de salud para todos los empleados.

Equipo: el equipo que se necesita es:

- Cilindro industrial.
- Escabilador.
- Congelador.
- Refrigerador
- Mesa en acero inoxidable para producto en proceso.
- Mesa en acero inoxidable para producto terminado.
- Balanza.
- Utensilios: rodillo, espátula, cuchillo, charoles, recipientes y mezcladores.

Figura 1. Balanza



Fuente: [http:// articulo.mercadolibre.com.co/MCO-401318700-balanza-digital-30kilos-gramera-con-memorias-precios-_JM](http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-401318700-balanza-digital-30kilos-gramera-con-memorias-precios-_JM)

Figura 2. Cilindro industrial



Fuente: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-21247306-cortadora-y-cilindro-para-panaderia-_JM

Figura 3. Escabilador



Fuente: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-401471906-escabiladores-panaderia-_JM

Figura 4. Mesa en acero inoxidable



Fuente: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-21424509-mesa-en-acero-inoxidable-y-mas-_-_JM

6.3 PLAN ORGANIZACIONAL

6.3.1 Estrategia organizacional DOFA

FORTALEZA

- Producto novedoso.
- Oportunidad de incursionar en mercados a Nivel regional.
- Bajos costos de Producción.
- Conocimiento y preparación de la persona emprendedora.
- Valor nutricional del producto.

DEBILIDAD

- El queso requiere de manejo cuidadoso.
- Producto perecedero.

OPORTUNIDADES

- Demanda de los consumidores de productos sustitutos del pan.
- Desarrollar alternativas de comercialización para incursionar en mercados de los municipios cercanos.
- Incursionar y posicionarse en el mercado con palitos de queso de buena calidad.

AMENAZAS

- Precios variables, de acuerdo a la oferta y demanda del queso mozzarella.
- Compite con productos sustitutos.
- Mantener una estructura de costos baja que permitan mantener precios constantes y competitivos.
- Satisfacer el mercado objetivo ofreciendo volumen, precio y calidad constantes.

Estado de desarrollo: el proceso de producción es muy sencillo, ya que no se necesita mucha especialización.

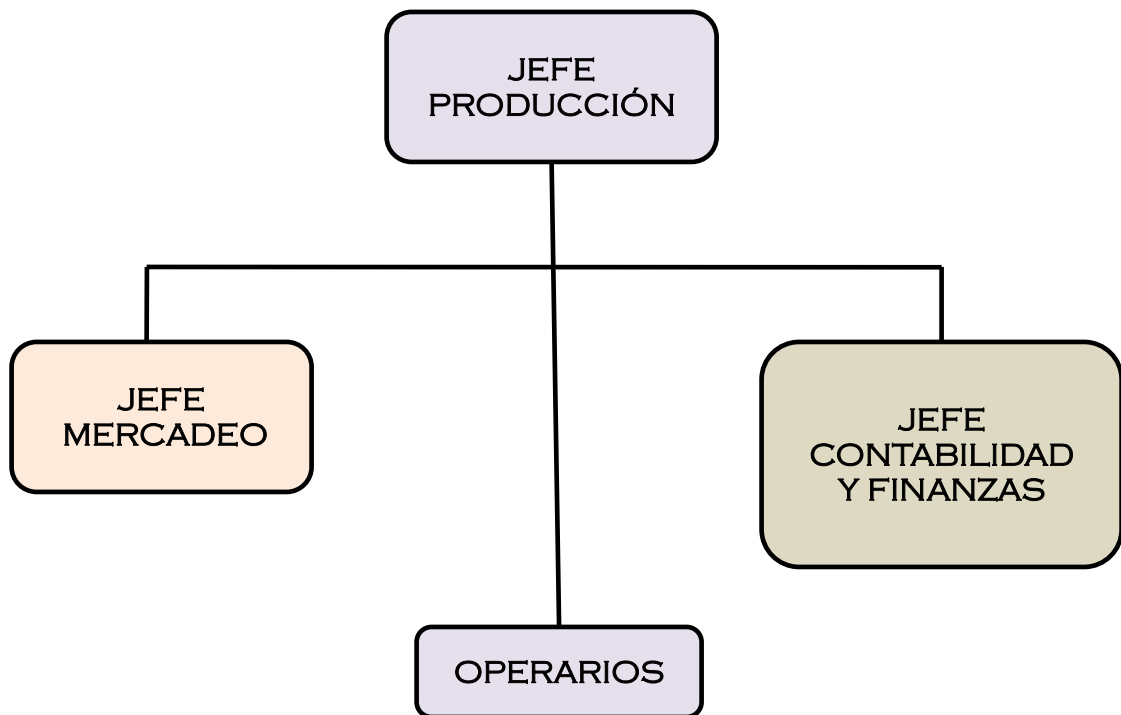
El proceso utilizado por la empresa no requiere de un personal totalmente especializado es de carácter sencillo. De los operarios solo quien haga las funciones de supervisor necesita tener conocimientos, para lo que se necesita un tecnólogo de producción o de alimentos. Se contratarán preferiblemente mujeres cabeza de familia. Se dispondrá también de un profesional en contabilidad, jefe de mercadeo y agentes comerciales.

Actualmente se cuenta con una persona especializada en la preparación de la fórmula para los palitos de queso, dos agentes activos de inversión y promoción del producto, un jefe de producción y un contador para el inicio de las labores.

Se han hecho muestras y degustaciones para determinar el nivel de aceptación del producto, con buenas y positivas experiencias. Es decir existe un gran avance por lo que respecta a la preparación y conocimientos del grupo de trabajo.

6.3.2 Estructura organizacional

Figura 5. Organigrama de la empresa



Jefe de producción, el cual esta a cargo de la Administración, el control y operación de la empresa, además es dirigido por al persona creadora de la receta, será uno de los emprendedores, con experiencia en el manejo de talento humano

Las funciones Específicas de este cargo son:

- Coordinar los equipos de trabajo

- Orientar la dirección de la Empresa en sus diferentes áreas.
- Definir y Planear las metas y Objetivos a largo, mediano y corto plazo.
- Realizar contactos con proveedores para la adquisición de insumos y materias primas.
- Llevar registros de producción.
- Coordina y Planear las diferentes actividades dentro de la planta de producción.
- Realiza el proceso convocatoria y selección, inducción adiestramiento y capacitación.
- Responsabilizarse de las relaciones laborales, encargándose de que sean cordiales y respetuosas.
- Planea y define las metas de esta área.
- Elabora los contratos de todo el personal de acuerdo a las normas del país.

Jefe de mercadeo, esta área estará a cargo de una persona emprendedora que sea capacitada para cumplir las siguientes funciones:

- Elaborar estrategias de promoción, publicidad y ventas para difundir de manera rápida el producto, planear el sistema de distribución.
- Determinar las políticas de precio.
- Definir y elegir el mercado meta.
- Interactuar con los clientes para establecer un punto de contacto con la empresa.
- Planear y definir las metas de este departamento.
- Informar sobre las ventas al departamento de Contabilidad y Finanzas.

Jefe de Contabilidad y Finanzas, estará bajo la dirección del jefe de producción quien se encargará de las siguientes funciones:

- Efectuar el pago de Impuestos y trámites legales.

- Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras.
- Realizar comparaciones con períodos anteriores y realizar proyecciones financieras.
- Planear y controlar todas las actividades contables y financieras de la empresa.
- Asesorar en la toma de decisiones económicas.
- Determinar el flujo de efectivo para operaciones de producción. Y determinar gastos variables y fijas.

6.4 PLAN LEGAL

Constitución Empresa y Aspectos Legales: la empresa " Congelados Díez " se constituirá como sociedad Limitada. Todos los procesos de contratación y operación se implementarán según la normatividad legal.

Sociedad limitada: es la sociedad mercantil más utilizada por sus facilidades de constitución, gestión y funcionamiento. Sus principales características son:

- Debe contar como mínimo con dos socios, siendo el máximo 25.
- Los socios responden solidariamente hasta el monto de sus aportes.
- La sociedad debe constituirse por escritura pública e inscribirse en el Registro Mercantil correspondiente.
- El capital social se paga íntegramente al constituirse la sociedad y debe estar dividido en cuotas de igual valor; aunque no existe un capital mínimo, se sugiere establecer un monto razonable, no muy elevado, a efectos de servir de base para averiguaciones de carácter comercial y sobre capacidad financiera de la empresa que puedan hacer personas interesadas en negocios.
- La denominación de la sociedad debe incluir después del nombre la palabra "limitada" o la abreviatura "Ltda."
- La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y cada uno de los socios o a un gerente designado por la Junta de Socios. Al constituirse la sociedad, pueden designarse provisionalmente los diferentes cargos de administración, así como su

responsabilidad y sus funciones, para ser nombrados en propiedad posteriormente por la Junta de Socios; en los estatutos de la sociedad deben incluirse las cláusulas restrictivas que quieran imponerse a los administradores en el ejercicio de sus funciones.

6.5 PLAN FINANCIERO

6.5.1 Costos Administrativos

Cuadro 7. Costos Administrativos

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Valor
Cilindro Industrial*	1	\$ 600.000
Escabiladores*	2	\$ 300.000
Refrigerador*	1	\$ 1`200.000
Mesa en aluminio para producto en proceso*	2	\$ 800.000
Mesa en aluminio para producto terminado*	2	\$ 800.000
Balanzas*	2	\$ 79.900
Rodillos**	2	\$ 40.000
Espátulas**	2	\$ 10.000
Charoles**	20	\$ 100.000
Cuchillos**	2	\$ 20.000
Recipientes**	2	\$ 10.000
Mezcladores**	2	\$ 7.000
Registro de marca***	1	\$ 65.000
Total maquinaria y equipo		\$ 4.031.900
Compra		\$ 4.031.900
Muebles, Enseres y Utensilios	Cantidad	Instalación
Escritorio****	3	\$ 206.970
Sillas****	3	\$ 97.770
Archivador****	1	\$115.890
Equipo de computo****	1	\$ 1.549.990
Registro INVIMA*****	1	\$ 2`040.120
Total Muebles, enseres y utensilios		\$ 4.010.740
Compra		\$ 4.010.740
TOTAL INVERSIÓN		\$8.042.640

6.5.2 Fuente de consulta de precios

- * Mercado libre.
- ** Remates el éxito de mi tierra.
- *** Cámara de Comercio de Medellín.
- **** Almacén Makro la 65.
- ***** www.invima.gov.co

Cuadro 8. Gastos de Personal

Cargo	Salario (\$)	Prestaciones	Total Salario (\$)
JEFE DE PRODUCCION	650.000	si	1.074.795
JEFE DE MERCADEO	600.000	si	998.278
JEFE DE CONTABILIDAD Y FINANZAS	600.000	si	998.278
OPERARIOS LOGÍSTICA	566.700	si	947.508
OPERARIOS PRODUCCIÓN	566.700	si	947.508

Cuadro 9. Gastos Mensuales de Administración

	GASTO AL MES
Arriendo	\$ 420.000
Servicios	\$ 280.000
Aseo	\$ 20.000
Papelería y Útiles	\$ 25.000
Gastos de Viaje	-
Cuota de Préstamos Anteriores	-
Nómina	\$ 3.968.089

TOTAL GASTOS ADMON	\$ 4.713.089
---------------------------	---------------------

6.5.3 Punto de equilibrio

- $PE_U =$ Punto de equilibrio en unidades

$TCF =$ Total Costos Fijos

$PV =$ Precio de Venta

$CVP =$ Costo Variable Promedio

$$PE_U = \frac{TCF}{PV - CVP}$$

$$PE_U = \frac{4.713.089}{10.000 - 4290}$$

$$PE_U = \frac{4.713.089}{5.710}$$

$$PE_U = 825,40 \text{ unidades}$$

- $PE_{\$} = \text{Punto de equilibrio en pesos}$

$$PE_{\$} = \frac{TCF}{1 - \left(\frac{CVP}{PV}\right)}$$

$$PE_{\$} = \frac{4.713.089}{1 - \left(\frac{4290}{10000}\right)}$$

$$PE_{\$} = \frac{4.713.089}{1 - (0,429)}$$

$$PE_{\$} = \frac{4.713.089}{0,571}$$

$$PE_{\$} = \$ 8.254.096,322$$

6.5.4 Estado de resultados

Cuadro 10. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS				
DESCRIPCIÓN		700	825	1000
ITV=	10000	7000000	8254096,32	10000000
-TCV=	4290	3003000	3541007,32	4290000
=MC		3997000	4713089	5710000
-TCF		4713089	4713089	4713089
=UTILIDAD O PÉRDIDA		-716089	0	996911

6.6 IMPACTO

6.6.1 Impacto

Con la introducción al mercado de los palitos de queso, se busca ofrecer nuevas alternativas al consumidor en general, ya que actualmente la competencia no maneja productos de este tipo y es escasa la variedad en sus portafolios de productos.

En el proceso de la producción de palitos de queso, se encuentra un producto llamativo, que busca dar al consumidor final una alternativa para el consumo de todos los beneficios nutricionales que ofrecen sus materias primas y dar a las nuevas generaciones una alternativa nueva para el consumo del queso mozzarella. Además, por ser su materia prima principal, un producto derivado de la leche, se daría provecho de un producto lácteo que se extrae de manera abundante en nuestro país. Lo que traería una serie de beneficios a las personas que participan en el cuidado del ganado y la extracción misma de la leche, con la generación de un número indeterminado de empleos indirectos y la reactivación del sector del campo y a la vez de otros mercados que participan indirectamente en la producción y comercialización de todas sus materias primas.

Durante el proceso de producción, el manejo de residuos permite el reciclaje o reutilización de material, evitando pérdidas, contaminación y participando activamente en las campañas a nivel mundial para proteger el medio ambiente.

Entre el mediano y largo plazo se buscará la participación activa de aquellos municipios que están ubicados en la zona de Urabá, y que por el privilegio de su clima cálido, permiten una abundante producción de leche y permite a su vez la fabricación de queso, para incentivar en ellos alternativas de preservación, fabricación y comercialización de otros tipos de queso como lo es en este caso el mozzarella, permitiendo una producción constante de dicho queso.

6.7 EQUIPO DE TRABAJO

Cuadro 11. Integrantes equipo de trabajo

EQUIPO DE TRABAJO		
NOMBRE	Email	Cargo
VERÓNICA ALEXANDRA DÍEZ PINILLO	vero.diez@hotmail.com	Estudiante
GISELA PATRICIA MONSALVE FONNEGRA	giselam73@gmail.com	Asesora

7. CONCLUSIONES

En el estudio se encontró que es factible realizar la creación de una empresa productora de palitos de queso congelados, el cual adoptara el nombre de Congelados Díez; teniendo este una aceptación favorable en los diferentes estratos socioeconómicos el cual nos permite tener claridad en la segmentación del mercado.

El análisis de la propuesta arrojo como resultado los requerimientos en materia prima, mano de obra, proveedores, infraestructura, mercado objetivo, proyección de ventas y presupuestos necesarios para la puesta en marcha de la empresa de Congelados Díez.

El valor nutricional del queso mozzarella es una de nuestras mejores estrategias de venta y posicionamiento en el mercado de los palitos de queso, ya que con el precio de venta no podemos competir por ser un producto el cual se elabora con varios ingredientes y de mayor costo que los productos similares elaborados a base de queso.

La falta en el mercado de productos innovadores, de buen sabor y exclusivos nos lleva a tener mayor probabilidad de éxito en el incursionar en el mercado de alimentos ubicados en el sector de las panaderías.

De acuerdo al estudio realizado el total de las inversiones es de \$8.042.640, valor que se encuentra indicado para el presupuesto destinado a la implementación y puesta en marcha del proyecto en el Municipio de Necoclí, teniendo en cuenta los criterios mencionados a lo largo de la investigación.

Desde el punto de vista del estado de resultados y su relación con las unidades a vender, se observa que es fácil lograr la meta para obtener el punto de equilibrio deseado en el inicio de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Trabajos escritos: Presentación y Referencias bibliográficas. NTC 1486. Sexta Actualización. Bogotá D.C.: El instituto, 2008. 23p.

Balanza digital 30 kilos. [Citado 08 de mayo 2012]. Disponible en internet: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-401318700-balanza-digital-30kilos-gramera-con-memorias-precios-_JM

Cilindro. [Citado 08 de mayo 2012]. Disponible en internet: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-21247306-cortadora-y-cilindro-para-panaderia-_JM

Escabiladores. [Citado 08 de mayo 2012]. Disponible en internet: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-401471906-escabiladores-panaderia-_JM

Formato plan de negocio fondo emprender. [Citado 09 de diciembre 2011]. Disponible en internet: http://www.fondoemprender.com%2Fbancomedios%2Fdocumentos%2520office%2Fguia_plan_de_negocio.xls&ei=PnjCT9OoJYfagAeL18S9CQ&usg=AFQjCNFsf58c

Mesa en acero. [Citado 08 de mayo 2012]. Disponible en internet: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-21424509-mesa-en-acero-inoxidable-y-mas-_-_JM

Municipio de Necoclí. [Citado 10 de diciembre 2011]. Disponible en internet: <http://www.necocli-antioquia.gov.co/presentacion.shtml?apc=mdxx-1-&s=i>

Registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas y/o renovación registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas. [Citado 08 de mayo 2012]. Disponible en internet: <http://web.invima.gov.co/portal/documents/portal/documents/root/TRAMITES/tarifas20123.pdf>