

SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TUXTLA GUTIÉRREZ



RESIDENCIA PROFESIONAL:

**“PROPUESTA DE UN PROYECTO PARA LA INSTALACIÓN DE UNA
PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESO EN EL
MUNICIPIO LA CONCORDIA”**

QUE PRESENTA

AGUILAR GORDILLO JORGE LUÍS

PÉREZ VELASCO YULIZBETH

INGENIERÍA INDUSTRIAL

NO. DE CONTROL:

06270625C

06270639C

ASESOR:

M.C. JORGE ANTONIO OROZCO TORRES

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS; JUNIO 2011



CONTENIDO

PÁGINA

INTRODUCCIÓN.....	5
-------------------	---

CAPÍTULO I. CARACTERIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Planteamiento del problema.....	7
1.2 Definición del problema.....	8
1.3 Grado del problema.....	8
1.4 Objetivos.....	9
1.6 Impacto: Ético, Social, Tecnológico, Económico y Ambiental.....	9

CAPÍTULO II. MARCO TEORICO

2.1 Historia del queso.....	12
2.1.1 Historia.....	13
2.1.2 Orígenes.....	13
2.1.3 Queso fresco.....	14
2.2 Estudio de mercado.....	15
2.3 Análisis de factibilidad.....	16
2.4 Canal de distribución.....	20
2.5 sociedades mercantiles.....	21

CAPÍTULO III. ESTUDIO TECNICO

3.1 Localización de la empresa Quesera MR Queso.....	24
3.1.1 Macro localización.....	24
3.1.2 Micro localización.....	24
3.2 Instalaciones de la empresa.....	25
3.3 Principales proveedores.....	27

3.4 Ingeniería del Proyecto.....	29
3.5 Requerimientos de activos fijos y derivados.....	36
3.6 Recursos humanos.....	43
3.7 Recursos básicos.....	43

CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Descripción del producto.....	46
4.2 Naturaleza y uso.....	46
4.3 Segmentación de los mercados.....	46
4.4 Análisis de la demanda.....	47
4.5 Análisis de la oferta.....	48
4.6 Análisis de los precios.....	49
4.7 Comercialización del producto.....	49

CAPÍTULO V. ESTUDIO ORGANIZAIONAL

5.1 Antecedentes de la empresa.....	51
5.2 Misión, Visión y Valores.....	52
5.3 Estructura organizacional.....	52
5.4 Análisis FODA.....	53

CAPÍTULO VI. ESTUDIO ECONOMICO

6.1 Inversiones fijas.....	55
6.2 Inversiones diferidas.....	60
6.3 Capital de trabajo.....	61
6.4 Ingresos por venta.....	61
6.5 Estado de costo de producción y venta.....	62
6.6 Estado de flujo de efectivo.....	62

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN

7.1 Conclusiones.....	65
Bibliografía.....	67
Anexos.....	68

INTRODUCCIÓN

Sin duda en la rama industrial el proceso de todo producto debe contar con ciertas características que identifique el producto como algo único.

La Alternativa de aprovechamiento de la leche a través de la industrialización del queso, se prevé que este genere un ingreso sustentable al municipio así como la implementación de nueva tecnología en el sector industrial.

Además existe factibilidad para la constitución de una empresa productora de queso, que permita la generación de nuevos empleos para la ciudadanía Concordeña, y estar entre uno de los mejores productores de queso así como en el gusto del cliente.

Considerando que el producto que se genere debe cumplir las normas de calidad, que se requieren para poder satisfacer las necesidades de los clientes y además de mantenerse en el mercado.

CAPÍTULO I

CARACTERIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Planteamiento Del Problema

La leche es uno de los suplementos principales para el desarrollo del ser humano desde su nacimiento hasta llegar a una edad adulta, además que se considera el primer alimento más importante dentro de la canasta básica.

En el municipio de La Concordia Chiapas predominan por su importancia, el ganado vacuno, caballar, porcino y en esta escala, caprinos (borregos) y aves.

Actualmente en el municipio se cuenta con un buen sistema de producción de leche, el cual forma parte importante de los ingresos económicos en este municipio.

Al igual que otros recursos primarios como es el maíz, frijol y la leche que se produce en esta zona no se ha encontrado la forma de procesar este recurso, que de ser así se debería de explotar al máximo, ya que los productores de leche venden su producto a otras industrias procesadoras en el cual se comercializa a un precio muy bajo y se venden ya procesado a un precio alto.

Otro factor importante es que no se sabe como aprovechar el recurso primario en este caso la leche, y no existe la iniciativa de implementar un proyecto para aprovechar este recurso y obtener más provecho de estas, como tal es el caso de la empresa Nestlé, que aprovecha este recurso y la transforma para así poder generar ingresos económicos.

El proyecto se incita gracias a la necesidad de dar a conocer lo que se produce de materia prima en el municipio así como la necesidad del progreso continuo que se quiere lograr ante la misma y de alguna otra forma aprovechar los recursos primarios que se nos proporcionan como es el caso de la leche sin afectar al medio ambiente y los recursos naturales que rodea.

Nace a partir de casi 3 años atrás por la necesidad de que no existe una empresa que aproveche la leche que se da en el municipio a través del proceso.

1.2 Definición Del Problema

¿Cómo aprovechar al máximo “La Leche” en el municipio de La Concordia? Y
¿Cuáles son las alternativas para aprovecharlo?

El Municipio de la Concordia, sobresale gracias a la producción del sector agrícola y ganadero. ¿Cómo poder lograr mejores beneficios de la leche en la producción del **queso**? Implementado un método que ayude a procesar la leche para obtener el **queso**, así dar origen a una amplia gama de beneficios como empleos y una economía constante a La Concordia.

Además de que el queso significa para algunos un alimento, para otros significa un gran mercado en el sector económico por su precio y por el alto mercado con el que cuenta. Esto dependiendo del tamaño que tenga el producto obtenido.

1.3 Grado De Innovación

Actualmente no se cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para optimizar el recurso primario, que permita procesar y producir quesos, **es por ello que llevaremos a cabo el inicio de una empresa quesera siguiendo el proceso tradicional que se conoce, ofreciendo un mejor sabor, textura y presentación al cliente**, pues todo se realiza de manera manual y conlleva a tener variabilidad en los resultados, de esto nace la importancia y el interés de desarrollar este sistema para obtener mejores resultados.

Además de que el proyecto es factible porque cuenta con el apoyo de asesores expertos en la materia y los fundamentos necesarios para la aceptación del proyecto.

Conjuntamente una de las ventajas del proyecto, es la importancia de aprovechar al máximo los recursos humanos, así como las habilidades que las personas pueden desarrollar en la transformación de la materia.

Para mejorar el proceso del queso es importante la aplicación de un sistema de calidad, con la intención de obtener una mejor confiabilidad de todos los nutrientes que el queso y sus derivados proporcionan.

1.4 Objetivo

Proponer la constitución de una empresa para la elaboración de quesos, utilizando al 100% la leche como recurso vital que se recolecta diariamente en el municipio de La Concordia Chiapas. Así como plantear nuevas creaciones de empleos para la ciudadanía Concordeña.

1.5 Impacto Ético, Social, Tecnológico, Económico Y Ambiental

Es un cambio favorable para la comunidad, donde los principales actores son los productores y los consumidores, existen cambios generados a partir de la realización del proyecto, como consecuencia una nueva innovación al uso de las diferentes herramientas para su proceso y desarrollo de la materia prima a desarrollarse.

En el municipio de La Concordia Chiapas se presentan diferentes factores sobre los procesos de desarrollo, la principal consecuencia es la fuente de trabajo que esta trae a la comunidad y se ve reflejado en el desarrollo de la misma.

La elaboración del proyecto viene a darle una mayor proyección a La Concordia por medio del producto elaborado y mejora la taza económica (Fuente de trabajo).

El impacto ambiental dentro de este proyecto juega un papel importante, ya que no afectará el medio ambiente con el uso de elementos químicos, así como utilizar la leche en buenas condiciones, evitando problemas que afecten de manera general (Económico y Calidad).

En la parte tecnológica se adaptará a los medios necesarios para satisfacer las necesidades de la empresa, esto quiere decir una mejora continua.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Historia Del Queso

El queso es un alimento sólido elaborado a partir de la leche cuajada de vaca, cabra, oveja, búfala, camella u otros mamíferos rumiantes. Es la conserva ideal pues muy difícilmente se estropea con el transcurso del tiempo ya que al secarse mejoran sus cualidades en relación al peso. La leche es inducida a cuajarse usando una combinación de cuajo (o algún sustituto) y acidificación. Las bacterias se encargan de acidificar la leche, jugando también un papel importante en la definición de la textura y el sabor de la mayoría de los quesos. Algunos también contienen mohos, tanto en la superficie exterior como en el interior.

Para los antiguos griegos "el queso era un regalo de los dioses".¹ Hay centenares de variedades de queso. Sus diferentes estilos y sabores son el resultado del uso de distintas especies de bacterias y mohos, diferentes niveles de nata en la leche, variaciones en el tiempo de curación, diferentes tratamientos en su proceso y diferentes razas de vacas, cabras o el mamífero cuya leche se use. Otros factores incluyen la dieta del ganado y la adición de agentes saborizantes tales como hierbas, especias o ahumado. Que la leche esté o no pasteurizada también puede afectar al sabor.

Para algunos quesos se cuaja la leche añadiéndole ácidos tales como vinagre o jugo de limón. Sin embargo, la mayoría se acidifican en grado menor gracias a las bacterias que se le añaden, que transforman los azúcares de la leche en ácido láctico, a lo que sigue la adición de cuajo para completar el proceso de cuajado. El cuajo es una enzima tradicionalmente obtenida del estómago del ganado lactante, pero actualmente también se producen sustitutos microbiológicos en laboratorio. También se han extraído «cuajos vegetales» de varias especies de la familia de cardos *Cynara*.

La palabra *queso* deriva del latín *caseus*. Sin embargo en la época romana se hizo famoso el término *formaticum* entre los legionarios, de *caseus formatus*, que significa queso moldeado. Así se tiene que en francés se diga *fromage*, en italiano *formaggio* o en catalán *formatge*.

2.1.1 Historia

Se trata de un alimento antiguo cuyos orígenes pueden ser anteriores a la historia escrita. Su fabricación se extendió por Europa y se había convertido en una empresa sofisticada ya en época romana. Cuando la influencia de Roma decayó, surgieron técnicas de elaboración locales diferentes. Esta diversidad alcanzó su cúspide a principios de la era industrial y ha declinado en cierta medida desde entonces debido a la mecanización y los factores económicos.

Desde las antiguas civilizaciones, el queso se ha almacenado para las épocas de escasez y se le considera un buen alimento para los viajes, siendo apreciado por su facilidad de transporte, buena conservación y alto contenido en grasa, proteínas, calcio y fósforo. El queso es más ligero, más compacto y se conserva durante más tiempo que la leche a partir de la que se obtiene. Los fabricantes de queso pueden establecerse cerca del centro de una región productora y beneficiarse así de leche más fresca, más barata y con menor coste de transporte. La buena conservación del producto permite a los fabricantes vender sólo cuando los precios están altos o necesitan dinero. Algunos mercados incluso pagan más por quesos viejos, justo al contrario de lo que ocurre con la producción de leche.

2.1.2 Orígenes

Los orígenes de la elaboración del queso están en discusión y no se pueden datar con exactitud, aunque se estima que se encuentran entre el año 8000 a. C. (cuando se domestica la oveja) y el 3000 a. C.

Existe una leyenda que dice que fue descubierto por un mercader árabe que, mientras realizaba un largo viaje por el desierto, puso leche en un recipiente fabricado a partir del estómago de un cordero. Cuando fue a consumirla vio que estaba coagulada y fermentada (debido al cuajo del estómago del cordero y a la alta temperatura del desierto). Hay otros autores que señalan que el queso ya se conocía en la prehistoria, extremo que no se ha podido comprobar.

Leyendas aparte, probablemente surgió como una manera de conservar la leche, aplicándole sal y presión, antes de usar un fermento por primera vez,

quizás al comprobar que los quesos hechos en estómagos de animales tenían una mejor y más sólida textura. Las pruebas arqueológicas más antiguas de la manufactura del queso se han encontrado en murales de tumbas del Antiguo Egipto, datadas sobre el 2300 a. C. Estos primeros quesos probablemente tendrían un fuerte sabor y estarían intensamente salados, con una textura similar a los quesos feta o requesón.

Las ovejas fueron domesticadas hace 12.000 años y en antiguo Egipto se cuidaban vacas y se les ordeñaban para tener la leche por lo que es lógico pensar que también harían quesos. La leche se conservaba en recipientes de piel, cerámica porosa o madera, pero como era difícil mantenerlos limpios, la leche fermentaba con rapidez. El siguiente paso fue el de extraer el suero de la cuajada para elaborar algún tipo de queso fresco, sin cuajo, de sabor fuerte y ácido

Desde Oriente Medio, las habilidades en la manufactura del queso se introdujeron en Europa, donde climas más fríos hacían necesario menos cantidades de sal para la conserva. Con la reducción de sales y ácidos, el queso se convirtió en un ambiente propicio para bacterias y mohos, encargados de darle su sabor característico.

2.1.3 Queso Fresco

Los quesos frescos son aquellos en los que la elaboración consiste únicamente en cuajar y deshidratar la leche. A estos quesos no se les aplican técnicas de conservación adicionales, por lo que aguantan mucho menos tiempo sin caducar. Su mantenimiento se podría comparar al de los yogures, pues es necesario conservarlos en lugares refrigerados. El hecho de procesar la leche en menor medida hace que tengan sabores suaves y texturas poco consistentes.

El **queso fresco o queso blanco** es un tipo de queso blando, es decir retiene gran parte del suero y no tiene proceso de maduración o refinado.

La fabricación de este queso es muy sencilla. El cuajado es esencialmente láctico y dura normalmente 24 horas, aunque a veces más. El desuerado, cuando es estimulado por ruptura de la cuajada seguida de presión, no es nunca excesivo y además los quesos frescos son siempre húmedos (60-80% de agua), lo que causa que sean muy poco conservables y que su transporte en largas distancias sea muy difícil.

Se consumen como su nombre indica, sin haber sido afinados, pero en general previamente se le adiciona azúcar, sal, ajo, cebolla, etc. para tonificar su sabor amargo. Precisan de la pasteurización de la leche y de la nata porque los gérmenes patógenos quedan intactos debido a la inexistencia de proceso madurativo.

Podemos distinguir los quesos frescos según su modo de desuerado: desuerado en moldes (quesos de pie, de régimen), en sacos o en telas (procedimiento Berge); la pasta que se obtiene se vende a granel (cuajada magra o grasa) y también moldeada y con forma (Neuschâtel, Gournay, Suisse, etc.).

2.3 Estudio De Mercado

Cuando usted coloca un nuevo producto o servicio para la venta, necesita saber varios aspectos clave sobre el consumidor porque si no se logra conocer sus necesidades y satisfacerlas en un 100%, va a ser muy difícil que él escoja su producto o servicio en lugar del de la competencia.

¿PARA QUE SIRVE UN ESTUDIO DE MERCADO?

Un estudio de mercado sirve para obtener, analizar y comunicar información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores.

¿COMO PUEDO CONSEGUIR ESTA INFORMACIÓN?

Para tener la información necesaria se debe hacer una *recolección de datos* esta se puede hacer mediante fuentes Primarias y Secundarias. Una de las mejores fuentes primarias es por medio de una *encuesta de mercado*, esta es una de las formas más comunes de hacerlo.

¿Y COMO SE HACE UN ESTUDIO DE MERCADO?

Lo primero que usted debe hacer es explicar cómo es su producto, usted debe decir su tamaño, peso, empaque, calidad, para qué sirve, las formas de uso y sus beneficios.

Si se trata de un servicio, mencione en qué consiste, quién lo realiza, cómo y de qué manera se diferencia con el de la competencia.

Importante: El nombre que se le dé al producto o servicio es el reflejo de su imagen y por lo tanto debe ser original, atractivo, claro, fácil de pronunciar y recordar.

2.4 Análisis De Factibilidad

LA DEMANDA ¿QUIENES COMPRARIAN SU PRODUCTO?

Los deseos de las personas casi no tienen límite pero sus bolsillos si los tienen, por esto la gente escoge los productos y servicios que le ofrecen la mayor satisfacción a cambio de lo que pagan, cuando esto sucede, esos deseos pasan a ser demandas.

¿Qué hacer para saber cuál es la demanda de su producto?

1. Divida al mercado en grupos definidos de compradores, con diferentes necesidades, características o comportamientos, para ver a cuál de estos grupos se puede dirigir. A esto se le llama “segmentación de mercado”.

Se puede segmentar según: la región donde vive el consumidor (barrios, ciudades, departamentos), según edad, sexo, tamaño de la familia, ingreso, clase social, personalidad, preferencias del producto.

2. Después debe buscar todas las personas que usted piensa podrían comprar su producto, este será su “mercado meta”.

3. Busque información acerca de qué cantidades se han vendido del producto anteriormente, a qué precio, quién lo ha vendido y cómo, estos lo podría obtener en lugares como el Banco Central de Honduras, Instituto Nacional de Estadísticas, etc. Al tener esta información usted tendrá una guía de cómo se ha comportado anteriormente el producto.

4. Como calcular que es lo que los posibles clientes le piensan comprar o consumir (Demanda actual), ésta es la cantidad total que compraría un grupo de personas de una zona geográfica.

Hay varias formas para calcular la demanda del mercado, una de ellas sería la siguiente fórmula:

$$Q = n \times q \times p$$

Donde:

Q = demanda total del mercado

n = cantidad de compradores en el mercado

q = cantidad comprada por el comprador promedio al año

p = precio de una unidad promedio

Esta fórmula dará la demanda anual en unidades monetarias.

La Competencia “El Reto De Conocerlos Y Superarlos”

Casi todos los negocios tienen competencia, tanto de empresas grandes como pequeñas. Es importante conocer muy bien a cada una de las empresas que

compiten con usted, así podrá saber de qué manera puede superarlos. Se trata de buscar sus puntos débiles y fuertes, comparándolos con los de su empresa. Puede hacerlo de varias formas: comprando sus productos y examinándolos, viendo sus catálogos, visitar sus instalaciones, o por medio de la herramienta compararse con el mejor (benchmarking).

Recuerde que no solo los productos idénticos o iguales al suyo son competencia, también lo son aquellos que tienen características parecidas al suyo. Por ejemplo: Si usted fuera dueño de un club de video, su competencia no sólo serian otros video clubes, sino que también deberá incluir a los cines que cumplen la misma función de entretener.

ESTAS SON LAS PREGUNTAS QUE USTED DEBE RESPONDER PARA CONOCER A SU COMPETENCIA:

1. ¿Cómo, cuándo y quiénes han vendido este tipo de producto en el pasado?
2. ¿Quiénes lo están vendiendo ahora?
3. ¿Hay demasiados o muy pocos competidores?
4. ¿Cuánto podrían llegar a vender los competidores en un futuro?

Precio

Imagine que usted entra en una tienda, ve un producto que le llama la atención, lo quiere comprar, pero al verlo bien y Preguntar el precio, se decepciona porque esta muy caro y decide buscar otro igual pero más barato.

¿Porque hizo esto? Porque piensa que no vale la pena comprar ese producto a ese precio, si puede conseguir uno igual y más barato.

¿Quiere saber cómo fijar el precio adecuado para su producto?

Si su respuesta es si, estos son los aspectos que debe tomar en cuenta:

- **Costos:** El precio que le dé a su producto debe cubrir los costos que usted tenga para poder tener un buen margen de ganancia.
- **Precio de los competidores:** Para poder establecer su precio se debe tomar en cuenta el precio de los competidores. Como se menciono anteriormente, el precio debe ir de acuerdo a la calidad del producto.
- **Efectos sobre la Demanda:** Es frecuente que la demanda de un producto se vea afectada por el precio. Si los clientes compran menos cuando el precio aumenta, y más cuando éste disminuye, se esta viendo un efecto que puede tener el precio del producto sobre su demanda.
- **Políticas de Precios y Crédito:** En esta sección se establecen las políticas que usará en su empresa. Para una mayor descripción vea aquí las políticas.

Promoción

El objetivo de la promoción es que la gente conozca su producto, haciendo esto, usted puede demostrar que es mejor que el de la competencia, ya que mostraría las cualidades que tiene, los beneficios que ofrece y las características que lo hacen especial.

Hay varios tipos de promoción:

1. **Publicidad:** Periódicos, revistas, televisión, internet, radio y ferias.

2. **Ventas Directas:** Son las que se hacen de vendedor a cliente. Los vendedores internos ayudan a los clientes que llegan al negocio o que llaman por teléfono. Los vendedores externos hacen visitas personales al negocio o la casa de los clientes.

3. **Promoción de Ventas:** Las promociones más comunes son: Muestras del producto, Descuentos, Concursos y Rifas, Cupones, Patrocinio de eventos, Regalos en la compra del producto, Ofertas de introducción y Premios

2.5 Canal De Distribución

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios.

Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante.

2.6 Sociedades Mercantiles

La palabra sociedad se utiliza en dos sentidos: como contrato y como persona jurídica. Como contrato, la sociedad designa al acuerdo que celebran los socios, y como persona jurídica, se designa la agrupación que surge de ese contrato, es decir una persona jurídica diferente de la de los miembros que la integran.

Para la creación de una sociedad es necesario que exista la unión entre personas, las cuales hayan decidido unirse con el fin de obtener mayores beneficios en cuanto a sus intereses.

Esto es lo que se conoce como "fenómeno asociativo", el cual consiste en la unión de voluntades y de esfuerzos para la obtención de fines difíciles de alcanzar por el individuo, por lo cual surge la tendencia de agruparse con otras personas para realizar actividades comerciales y alcanzar los objetivos o beneficios económicos.

Algunas sociedades de comercio pueden tener un fin único que al ser cumplido quedaría disuelta la sociedad, otras son creadas con diversos fines, y con una duración indeterminada.

Las Sociedades Mercantiles se encuentran reguladas en el Código de Comercio y se caracterizan por perseguir un fin económico (lucrativo) con la ejecución en forma habitual de actividades mercantiles o actos de comercio,

Clasificación de las Sociedades Mercantiles:

Nuestro Código de Comercio contempla cuatro tipos o clases de Sociedades Mercantiles, con características especiales que las distinguen de las demás, con énfasis en lo relacionado con la responsabilidad de los socios frente a las obligaciones sociales y cada una regida con normas específicas.

La doctrina mercantil ha agrupado estos tipos de Sociedades en tres grupos: las Sociedades de Personas; las Sociedades de Capitales; y las Sociedades Mixtas, dependiendo de la importancia que se le atribuya a la condición personal del socio o al capital de la Sociedad.

En las Sociedades de Personas, cuyo tipo fundamental es la Sociedad en Nombre Colectivo, la condición personal de los socios es muy importante y la relación entre ellos es muy estrecha, basada principalmente, como se ha referido en lapsos familiares, o de amistad, con fundamento en la honestidad, las virtudes, los conocimientos y demás atributos individuales de los socios.

:

En las Sociedades de Capital, el elemento humano tiene poca relevancia, el tipo fundamental de esta clase de sociedad es la Sociedad Anónima, en la cual la solvencia de los accionistas no influye en la Sociedad, ya que ellos tienen limitada su responsabilidad al monto del aporte, y el capital está dividido en acciones de fácil circulación y transmisibilidad.

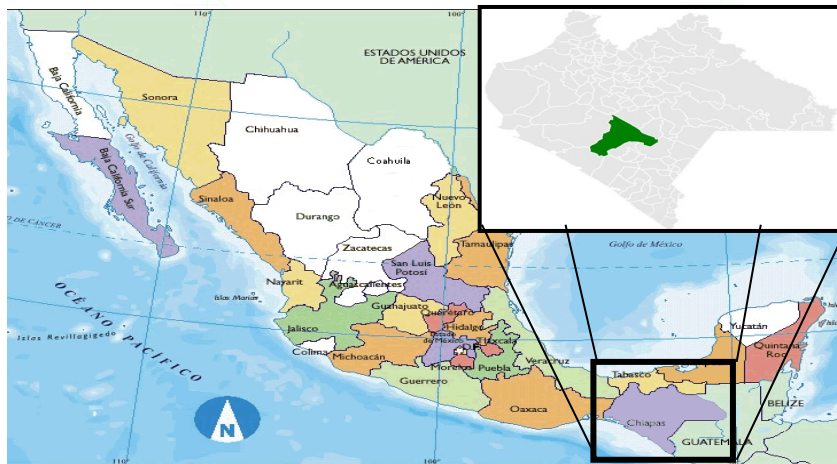
CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Localización De La Empresa Quesera Mr. Queso

3.1.1 Macrolocalización

Las instalaciones de la empresa Mr. QUESO se localizan en la ciudad de La Concordia, municipio del estado de Chiapas. Una ciudad urbana con una población de 53,000 habitantes en la localidad y una extensión territorial de 1,112.90 km² que representa el 13.38% de la superficie de la región frailesca y el 1.47% de la superficie estatal.



Al ubicar la empresa en dicha ciudad los beneficios se quedarán en el municipio, ya que la materia prima será captada de la producción de la zona, además de contar con mano de obra, puesto que el municipio cuenta con los materiales necesarios para el desarrollo de este proyecto, otra ventaja primordial para este es que ya no es necesario traer la materia prima de otros municipios gracias a que se cuenta con suficiente para trabajar y satisfacer la demanda.

3.1.2 Microlocalización

Dentro de la ciudad de La Concordia, la empresa Mr. Queso se encuentra ubicado en la 2da. Ave. Sur Pte S/N, Barrio de San Pedro.



La ubicación resulta óptima para la empresa, puesto que cuenta con los servicios básicos como agua, luz, drenaje, teléfono, Internet, calles pavimentadas y seguridad pública, así como el fácil acceso para obtener el recurso primario que es la leche y los demás materiales a necesitar.

3.2 Instalación De La Empresa

Zona De Recepción

Área de espera para el personal que no labora en la empresa o que es ajeno a otra dependencia.

Zona De Lavado

Área donde el personal u otras personas ajenas a la dependencia tienen que pasar por el área de lavado de manos.

Almacén De Insumos

Área o lugar donde se guardan los diferentes tipos de insumos como los molde queseros, casos, pala de madera, mantas y las pastillas para cuajar.

Almacenamiento De Leche Cruda

Área donde se contara con termos para recolectar la leche cruda de los productores lecheros de la comunidad.

Área De Proceso

En esta área se realiza el proceso de transformación de la materia prima como fermentación, cuajo, desuerado, amasado, salado, entre otras cosas para obtener el producto terminado.

Almacenamiento De Producto Terminado

Área donde se almacena el producto terminado listo para ser vendido.

Área De Administración

En esta área, se encontrará el administrador de la empresa para llevar el control de toda la planta.

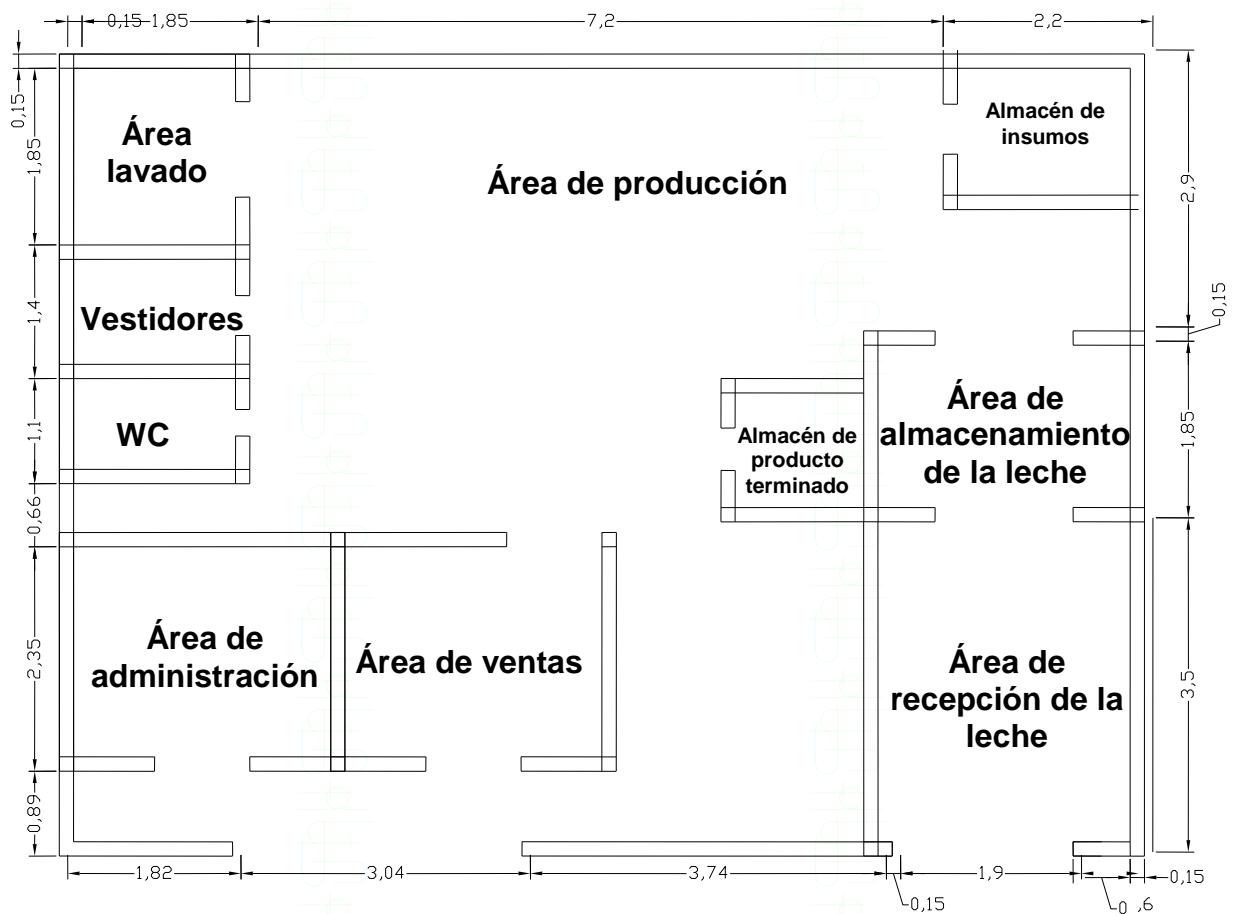
Área De Ventas

Es el sitio autorizado de establecer las funciones planeadas por el área de administración, y llevar el control de las ventas del producto, elaborar la propaganda y publicidad de la empresa y realizar eventos para proporcionar información del producto a compradores potenciales.

Baño Y Vestidor

Área en donde se encuentra los sanitarios para el personal de la empresa con las más altas normas de higiene y salubridad

A continuación se representa un croquis que conjunta todas las áreas de la empresa Mr. QUESO



3.3 Principales Proveedores

Para la producción del queso es necesario tomar en cuenta varios elementos para el desarrollo de la industrialización del queso y mantenimiento de la empresa.

Enseguida se presentan los proveedores como los respectivos materiales que proveen.

Productores lecheros: son todas las personas productoras de leche de la comunidad que son los proveedores de la leche empleada como materia prima (Ver tabla 3.1).

Tabla 3.1 Lista de proveedores de leche y cantidad de leche de cada productor

	Nombre de productores lecheros de La Concordia Chiapas.	Litros de leche por día
1	Gilberto Ruiz Vásquez	80
2	Ángel Ruiz Vásquez	70
3	Gabriel Guzmán Hernández	95
4	Conrado Velásquez Cano	75
5	Onosiforo Velasco Coutiño	85
6	Carlos Vázquez Espinosa	80
7	Raúl Albores Avendaño	95
8	Abel Aguilar Tamayo	70
9	Ricardo Toalá Méndez	80
10	Tomas Ruiz Espinosa	65
11	Daniel Hernández	50
12	Tomas Sánchez Zavaleta	85
13	Hugo Villatoro Albores	85
14	Manuel Robles Espinosa	95
15	Ángel Guzmán Reyes	85

Información obtenida por el modulo de la empresa Nestlé de La Concordia Chiapas.

Intelinkpc Venta De Equipos Y Partes Periféricos:

Proveedor de equipo de cómputos y accesorios.

Mueblería Dulce Hogar:

Empresa que proporciona la venta de muebles y sillas.

Papelería Verónica:

Tienda que proporciona útiles de oficina.

Carpinterías De La Comunidad:

Proporcionara los moldes de madera, la prensa mecánica

Abarrotes Bety:

Empresa que proporcionará la sal, las pastillas de cloruro de cálcico

Purificadora De Agua Cristel:

Empresa que proveerá de agua purificada a la empresa

Sastres De La Concordia:

Para mandar hacer las bolsas de tela

Tienda De Plásticos Gaby:

Tienda que proveerá de todos los materiales de PET

Materiales De Laboratorio:

Tienda que provee materiales de higiene y seguridad.

3.4 Ingeniería Del Proyecto




Procesar 1 ,200 litros de leche diario para la producción de 156 quesos normales

A) Descripción de los materiales e insumos para procesar 1200 litros de leche

MATERIA PRIMA

Figura	Producto	Descripción	Precio unitario
	Leche	Leche cruda de vaca de productores concordeños	\$ 4.50
	Pastilla	Pastilla de cloruro cálcico para cuajar	\$ 3.00
	Sal	Sal yodada	\$ 5.00

MATERIALES

Figura	Producto	Descripción	Precio unitario
	Caso	Recipiente plástico Capacidad de 100 litros	\$ 115.00
	Bolsa	Bolsa de nylon con capacidad de 25 kg de cuajo con 1m de largo y 50 cm de ancho	\$ 5.00
	Prensa	Prensa mecánica de madera de árbol de pino de 2 m Y ancho 30 cm Con capacidad de 20 quesos	\$ 1 ,000.00

	Molde	Molde de madera de árbol de pino con capacidad de 1 kg de más de queso, mide 14 x 9 x 5	\$ 80.00
	Mesa	Mesa de madera de árbol de pino de 2.50 m de largo y 1 m de ancho	\$ 800.00
	Refrigerador	Refrigerador supermatic de 21 pies color blanco	\$ 6 ,400.00
	Cuchillo	Acero inoxidable Marca: Tramontana Tamaño: 25 cm	\$ 45.00
	Guantes	Medidas: Largo Descripción: 14". Uso industrial y domestico.	\$ 20.00
	Cubreboca	Modelo: JYR-1090 De tela no tejida. Medidas aproximadas: 12.50 cm de ancho por 17.50 cm de largo. Su liga entorchada es de calibre 300.	\$ 1.00
	Cofia	Descripción: Equipo de protección sanitaria. Aplicaciones:	\$ 3.00

		Alimentos, hospitales.	
--	--	---------------------------	--

B) Característica Del Producto

Mr. QUESO es un producto de consumo humano que contiene las siguientes características:

- 14 x 9 x 5 de medida
- Textura cremosa y blanda
- Peso de 1 kg
- Excelente calidad
- Duración de 1 mes a temperatura de 10° c
- Respeta las normas de calidad ISO 9001/2000

Composición Y Mezcla

Para la producción, se necesita las siguientes materias primas y sus respectivas cantidades:

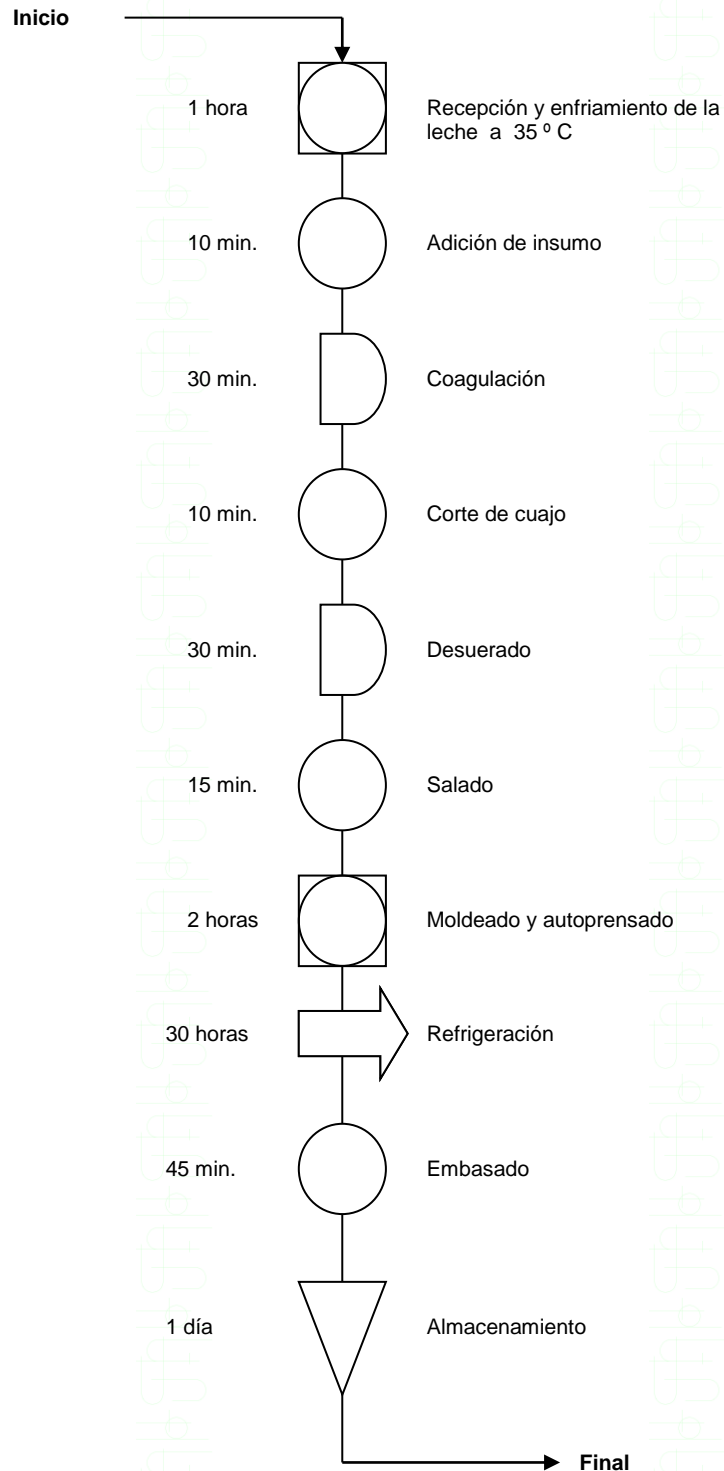
Materiales y materia prima	Cantidad
Caso de plástico con capacidad de 100 lts	12 pzas.
Bolsa tela de capacidad de 25 kg	7 pzas.
Prensa mecánica de madera	8 pzas
Molde de madera	156 pzas.
Mesa de madera	2 pzas.
Refrigerador de 21 pies	2 pzas.
Cuchillo de acero inoxidable	2 pzas
Leche cruda de vaca	1200 lits
Pastilla de cloruro cálcico	24 pzas
Sal yodada	33 bols

Requerimientos De Materia Prima E Insumos

Materia prima indirecta	Cantidad	Precio unitario	Sub total
Caso	12	\$ 115.00	\$ 1 ,380.00
Bolsa	7	\$ 5.00	\$ 35.00
Prensa	8	\$ 1 ,000.00	\$ 8 ,000.00
Molde	156	\$ 80.00	\$ 12, 480.00
Mesa	2	\$ 800.00	\$ 800.00
Refrigerador	2	\$ 6 ,400.00	\$ 12 ,800.00
Cuchillo	2	\$ 45.00	\$ 90.00
Total de materia prima indirecta			\$ 36 ,385.00

Esquemática Del Proceso

El proceso de elaboración del queso fresco, se puede describir de manera esquemática en el siguiente diagrama de flujo.



Materia prima directa	Cantidad	Precio unitario	Sub total
Leche	1 ,200	4.50	\$ 5 ,400
Pastilla	24	\$ 3.00	\$ 72.00
Sal	33	\$ 5.00	\$ 165.00
Total de materia prima directa			\$ 5 ,637.00

Actividad A Desarrollar En El Área De Producción

Procesos Principales

Recepción

Acogimiento de la materia prima, en los casos de capacidad de 100 ltrs así como la evaluar la calidad de la materia prima.

Enfriamiento

Después de la recepción de toda la leche se debe de dejar enfriar la leche a temperatura ambiente durante 30 min. Ya que se encuentra caliente y no es conveniente agregar el aditivo en esos momentos.

Adición De Insumos (10 Min.)

Proceso de agregar pastilla 1 pastilla por cada 50 ltrs para comenzar a cuajar la leche.

Coagulación (30 Min.)

Proceso que depende del nivel de acidez de la leche para la coagulación.

Corte De Cuajada (10 Min)

Realizado de forma homogéneo evitando pérdidas por efecto de ruptura mecánica y deficiente sinéresis.

Desuerado (30 Min)

Proceso de extraer un 40 % del volumen inicial de leche en suero.

Salado (15 Min)

El salado debe lograr el sabor adecuado del queso.

Moldeado Y Auto Prensado (2 Horas)

Realizado en moldes, para luego se realice el desuerado y/o auto prensado.

Refrigeración (30 Min.)

Para lograr el punto final de textura.

Envasado (45 Min.)

Se envasa en bolsas de polietileno.

Almacenamiento (1 Día)

Se realiza en refrigeración

Producto Principal

Queso

3.5 Requerimiento De Activos Fijos Y Derivados

Fijas (Edificios) Depreciación 5%

Concepto	Cantidad	Administración	Ventas	Producción	Precio/unit.	Precio/total
Edificio	1	20%	30%	50%	\$ 600,000.00	\$ 600,000.00

Mobiliario Y Equipo De Oficina

Administración – Depreciación Del 10%

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Escritorio para computadora desarmado Color: Haya roja Modelo: A – 300	1	20/02/10	20/02/11	\$ 980.00	\$ 980.00
Silla giratoria para oficina Modelo: CD102G Características: color café, deslizante.	1	20/02/10	20/02/11	\$ 600.00	\$ 600.00
Sala de estar Modelo: M-pliana Características: Color: shedron	1	20/02/10	20/02/11	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Extintor	1	20/02/10	20/02/11	\$ 630.00	\$ 630.00
Aire acondicionado Marca: sansumg. Modelo: AW05NOYAN características: Color: Blanco, mediano.	1	20/02/10	20/02/10	\$6,222.00	\$6,222.00
Escritorio sencillo normal Modelo: Bojon Características: color: café, 4 gavetas.	1	20/02/10	20/02/10	\$2,960.00	\$2,960.00
Total de administración					\$16,392.00

Producción- Depreciación 10%

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Ventilador de techo Marca: V.E.C Modelo: 120 v	2	20/02/10	20/02/11	\$ 450.00	\$ 900.00
Total de producción					\$ 900.00

Ventas – Depreciación 10%

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Escritorio para computadora desarmado Color: Haya roja Modelo: A – 300	1	20/02/10	20/02/11	\$ 980.00	\$ 980.00
Silla giratoria para oficina Modelo: CD102G Características: color café, deslizante.	1	20/02/10	20/02/11	\$ 600.00	\$ 600.00
Sala de estar Modelo: M-pliana Características: Color: shedron	1	20/02/10	20/02/11	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Extintor	1	20/02/10	20/02/11	\$ 630.00	\$ 630.00
Aire acondicionado Marca: sansumg. Modelo: AW05NOYAN características: Color: Blanco, mediano.	1	20/02/10	20/02/10	\$6,222.00	\$6,222.00
Escritorio sencillo normal Modelo: Bojon Características: color: café, 4 gavetas.	1	20/02/10	20/02/10	\$2,960.00	\$2,960.00
Total de administración					\$16,392.00

Equipo De Cómputo

Administración – Depreciación 30%

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Computadora ensamblada, Intel® Pentium® Dual 1.60 GHz, 2 GB de RAM, HD 160	1	20/02/10	20/02/11	\$ 10,980.00	\$ 10,980.00
Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560	1	20/02/10	20/02/11	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00
Total de administración					\$12,240.00

Ventas – Depreciación 30%

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Computadora ensamblada, Intel® Pentium® Dual 1.60 GHz, 2 GB de RAM, HD 160	1	20/02/10	20/02/11	\$ 10,980.00	\$ 10,980.00
Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560	1	20/02/10	20/02/11	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00
Total de venta					\$12,240.00

Accesorios De Equipo De Cómputo

Administración – Depreciación 30%

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Nobreak CDP (Chicago Digital Power) Modelo: B-UPR505 30 min. De respaldo, 5 entradas	1	20/02/10	20/02/11	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00

Memoria usb Kingston Data Traveler G2 8GB	1	20/02/10	20/02/11	\$ 640.00	\$ 640.00
Bocina Acteck Modelo: AXF – 300 RMS : 15 W +5W*2	1	20/02/10	20/02/11	\$ 780.00	\$ 780.00
CD-R 80 min. 700 MB/Mo c/50	1	20/02/10	20/02/11	\$ 230.00	\$ 230.00
DVD grabable Sony C/50	1	20/02/10	20/02/11	\$ 360.00	\$ 360.00
Cartuchos de tinta para Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560 código T073220 T073320 T073420 T090120	4	20/02/10	20/02/11	\$ 200.00	\$ 800.00
Total de administración					\$4,110.00

Ventas – Depreciación 30%

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Nobreak CDP (Chicago Digital Power) Modelo: B- UPR505 30 min. De respaldo, 5 entradas	1	20/02/10	20/02/11	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
Memoria usb Kingston Data Traveler G2 8GB	1	20/02/10	20/02/11	\$ 640.00	\$ 640.00
Bocina Acteck Modelo: AXF – 300 RMS : 15 W +5W*2	1	20/02/10	20/02/11	\$ 780.00	\$ 780.00

CD-R 80 min. 700 MB/Mo c/50	1	20/02/10	20/02/11	\$ 230.00	\$ 230.00
DVD grabable Sony C/50	1	20/02/10	20/02/11	\$ 360.00	\$ 360.00
Cartuchos de tinta para Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560 código T073220 T073320 T073420 T090120	4	20/02/10	20/02/11	\$ 200.00	\$ 800.00
Total de venta					\$4,160.00

Papelería Y Útiles

Administración

Concepto	Cantidad	Fecha/adq	Fecha/adq	Precio/unit	Precio/total
Blog de hojas blancas Marca: votocopy Modelo: profesional Características: tamaño carta	2	20/02/10	20/02/11	\$ 80.00	\$ 160.00
Bolígrafos Marca: Bic Modelo: punto fino	2	20/02/10	20/02/11	\$ 4.00	\$ 8.00
Libretas tipo profesional Marca: escribe de 100 hojas Características: rayada	2	20/02/10	20/02/11	\$ 20.00	\$ 40.00
Agenda	1	20/02/10	20/02/11	\$ 120.00	\$ 120.00
Guillotina ESPECIFICACIONES Corta 400 Hojas a la vez Corte Máximo: 430 mm (17 inches) Construida en Metal (Heavy Duty) Ambos Tipo de Medidas (metro y pulgadas	1	20/02/10	20/02/11	\$ 5 ,500.00	\$ 5 ,500.00
Total de administración					\$ 5 ,828.00

Ventas

Concepto	Cantidad	Fecha/adq.	Fecha/adq	Precio/unit.	Precio/total
Aluplastico	1	20/02/10	20/02/11	\$ 12.00	\$ 12.00
Pesa electrica Marca: torrey Capacidad: 10kg.	1	20/02/10	20/02/11	\$ 230.00	\$ 230.00
Cubetas de 20 litros	5	20/02/10	20/02/11	\$ 25.00	\$ 125.00
Bolígrafos Marca: Bic Modelo: punto fino	1	20/02/10	20/02/11	\$ 4.00	\$ 4.00
Libretas tipo profesional Marca: escribe de 100 hojas Características: rayada	1	20/02/10	20/02/11	\$ 20.00	\$ 20.00
Total de venta					\$391.00

Nota: todos los costos tanto de ventas como de administración son considerados para un año.

3.6 Recursos Humanos

Integrada por los departamentos de administración, producción y ventas de la empresa Mr. Queso.

Mano De Obra Directa

Mano de obra directa	cantidad	Sueldo mensual (individual)	Sueldo anual	Total del sueldo
Maestro de producción	2	\$2,800.00	\$33,600.00	\$67,200.00
Personal del mostrador	1	\$2,240.00	\$26,880.00	\$26,880.00
Personal de limpieza	1	\$1,400.00	\$16,800.00	\$16,800.00
Total de mano de obra directa			\$77 ,280.00	\$110 ,880.00

Administración

Administración	cantidad	Sueldo mensual (individual)	Sueldo anual	Total del sueldo
Administrador	1	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Total de mano de obra indirecta				\$ 60 ,000.00

3.7 Recursos Básicos

A continuación de describen los recurso básicos de la empresa Mr. Queso.

Servicios Básicos

Concepto	Gastos		%Erogaciones		
	Mensual	Anual	Admon. %	Producción %	Ventas %
Teléfono	\$350.00	\$4,200.00	60%		40%
Luz	\$800.00	\$9,600.00	20%	60%	20%
Agua potable	\$50.00	\$ 600.00	10%	70%	20%

Agua de garrafón	\$500.00	\$6,000.00	30%	50%	20%
Equipos de limpieza	\$900.00	\$10 ,800.00	10%	80%	10%
Extintor		\$150.00	20%	70%	10%
publicidad	\$1,000.00	\$12,000.00			100%
Total	\$ 3,600.00	\$ 43 ,350.00			

Uniformes

Concepto	Cantidad anual	Costo unitario	Costo anual
Mandiles de plásticos	20	\$55.00	\$13,200.00
Botas de hules	3 par	\$150.00	\$ 450.00
Camisa Mr. QUESO	10	\$ 150.00	\$1 ,800.00
Guantes	12	\$ 20.00	\$ 240.00
Cubreboca	150	\$ 1.00	\$ 150.00
Cofia	10	\$ 3.00	\$ 30.00

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Descripción Del Producto

- Mr. QUESO utiliza la materia prima (leche) de la región para elaborar quesos con un sabor característico del proceso artesanal.
- Mr. QUESO es un queso de calidad que brinda las características esenciales de un delicioso queso para satisfacer el paladar del consumidor.
- MR. QUESO está compuesto 100% de leche pura, un toque de sal, y con los más altos niveles de higiene, su sabor es exquisito y su precio es de los más baratos de la región.

Otro beneficio del proceso de elaboración del queso es el incremento de la taza económica de La Concordia, disminuir la demanda de trabajo que existen en La Concordia por medio de la creación de empleo de la misma, utilizar el recurso al 100%. Como se hace mención anteriormente los beneficios son para toda la sociedad ya que existe mucho comercio de este producto y esto permite exportar productos hechos en La Concordia.

4.2 Naturaleza Y Usos.

El proceso para la elaboración de MR. QUESO es de manera artesana.

El producto está orientado a satisfacer el gusto del cliente, basado en el precio y textura del producto MR. QUESO.

Con el objetivo de aprovechar la materia prima que existe en la comunidad y sabiendo las necesidades existentes de empleo, la transformación de la leche en queso traerá consigo maximizar los recursos.

4.3 Segmentación De Mercados.

La producción de leche y quesos en Chiapas, ha sido una tradición desde hace muchos años. Sin embargo, en la región se encuentran pocos productores que se dedican a la realización de quesos como también intermediarios comerciantes para la venta de estos.

En la comunidad existen numerosas microempresas que pueden adquirir el producto por mayorías; al igual que pequeñas tiendas que son vendedoras de quesos por pequeñas proporciones.

4.4 Análisis De La Demanda

Tabla 2.1 Lista de intermediarios para la venta de MR. QUESO

ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DOÑA ROSA La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	ARRAZATE La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	SANTA CRUZ La concordia Chiapas 6 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	LILIANA La concordia Chiapas 6 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	ISABEL La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DON AGENOR La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTERA Lugar: Quesos vendidos	CONCORDIA La concordia Chiapas 6 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DOÑA ZAIRA La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DON CONSTANCIO La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTERA Lugar: Quesos vendidos	SAN ANTONIO La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DOÑA ARACELI RAMÍREZ La concordia Chiapas 4 a la semana
ABARROTERA Lugar: Quesos vendidos	ALMENDRA La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DOÑA ESPERANZA La concordia Chiapas 6 a la semana
ABARROTÉS	TIENDA DICONSA

Lugar: Quesos vendidos	La concordia Chiapas 6 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	EMBUTIDOS ANITAS La concordia Chiapas 10 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DOÑA GRACIELA CAMILO La concordia Chiapas 10 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DON NOÉ AGUILAR La concordia Chiapas 6 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	DON EMILIO GUZMÁN La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	TAQUERÍA LA PASADITA La concordia Chiapas 7 a la semana
ABARROTÉS Lugar: Quesos vendidos	ABARROTERA SANTA CECILIA La concordia Chiapas 3 a la semana
ABARROTERA Lugar: Quesos vendidos	ADRIANA La concordia Chiapas 3 a la semana

Información obtenida a través del estudio de mercado

4.5 Análisis De Oferta

Existen tres tipos de oferta las cuales son: oferta competitiva o de mercado libre, oligopólica y de monopólica; de acuerdo a esto para el comercio de Mr. QUESO que es el sistema propuesto a desarrollar, como es la producción del queso en la comunidad de La Concordia, se encuentra basada en la Oferta competitiva o de mercado libre. Esto porque en la localidad existen unos cuantos productores, pero de acuerdo a la encuesta realizada nos arroja datos que nos permiten asegurar que no se cubre con la demanda de la localidad.

De acuerdo a esto contamos con un mercado que está dispuesto a comprar el producto que MR. QUESO brindará, de esta forma también ellos obtendrán una fuente de ingreso segura. Se pretende proveer a los vendedores el producto para que se encarguen de cubrir la demanda que existe en la entidad.

4.6 Análisis De Los Precios.

El precio de venta se determinó de acuerdo a las encuestas realizadas en la comunidad a nuestros intermediarios y así como la oferta obtenida en el mercado, en base a lo que las personas están dispuestas a pagar por el producto.

Con esto logramos establecer el precio unitario del producto que es de \$65.00, en su presentación de 1, 000 grs.

4.7 Comercialización Del Producto.

La empresa manejará el canal de distribución **productor-proveedor-consumidor** para la venta del producto, debido a que es el camino más apropiado para garantizar un mejor servicio, y con ello el crecimiento de la empresa.

En el estado de Chiapas se cuenta con 285,497 tiendas comerciales según datos arrojados de INEGI.

La oferta de nuestro producto será extensa abarcando el mercado existente en el estado de Chiapas. En la actualidad el producto es consumido en grandes escalas, es por ello que se pretende acaparar el mercado realizando las siguientes estrategias como: anuncios en la radio, descuentos por mayoreo y perifoneos; ofreciendo presentación, mejor sabor y un costo accesible.

- El precio de MR. QUESO a público abierto tendrá un costo de \$ 65 .00 c/u.
- Para los clientes mayoristas se maneja un descuento del 5% de descuento en lotes de 100 quesos.

Nuestro anuncio en la radio y perifoneo será de la siguiente manera:

“La productora Mr. Queso te ofrece sabor y buen precio en quesos normales visítanos y haz tus compras en la 2da. Ave. Sur pte s/n. Barrio de San Pedro. Recuerda Sabor y Precio solo Mr. Queso.”

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Antecedentes De La Empresa

A) Nombre, Giro, Objetivo, Logo, Slogan, Domicilio.

Nombre De La Empresa:

Mr. QUESO

Giro:

Industrialización y comercialización

Logo:



Descripción Del Logotipo:

Mr. QUESO es un personaje animado que tiene el cuerpo de humano y su cabeza es un trozo de queso de color amarillo que muestra simpatía; el color amarillo es representativo para el queso y simboliza la luz, voluntad y fuerza que ayudara a la promoción, comercialización y crecimiento de MR. QUESO.

Slogan:

"Sabor y precio solo Mr. QUESO"

Domicilio:

2da. Ave. Sur Pte S/N, Barrio de San Pedro.

5.2 Misión, Visión Y Valores

Misión:

Ofrecer un producto de calidad, con precios accesibles.

Visión:

Ser uno de los mejores dentro del ramo de las industrias queseras y poder exportar nuestro producto a todas partes del mundo.

Valores:

Responsabilidad con los clientes y los trabajadores del compromiso que existe para lograr los objetivos deseados.

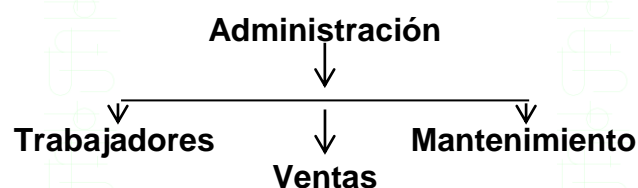
Amabilidad con los clientes y con los trabajadores para no decaer por esta razón.

Honestidad con todos para lograr un crecimiento continuo.

Respeto es un aspecto primordial por la cual se debe de cuidar ya que si no existe este valor no se podrá obtener resultados favorables para la empresa encaminada al futuro.

5.3 Estructura Organizacional

Mr. QUESO se constituirá como persona moral y contara con el organigrama que se define a continuación:



5.4 Análisis Foda

Un análisis FODA es una herramienta, usada en la gerencia y formación de estrategias, todo esto es para identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de una empresa u organización.

Es por eso que esta empresa Mr. QUESO decidirá analizar cada uno de los aspectos con la finalidad de lograr una mejora continua y estar a la vanguardia para poder competir en el mercado.

ANALISIS FODA DEL PROYECTO.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">■ Contamos con productores de la materia prima en la localidad.■ Somos una empresa con visión emprendedora.■ Contamos con mercado favorable.■ Estamos comprometidos a sacar adelante el proyecto.	<ul style="list-style-type: none">■ Ser una empresa con poca experiencia en la industrialización y el mercado del producto.■ Falta experiencia en marketing.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">■ Aprovechar al máximo la materia prima.■ Crear fuentes de empleo en la localidad.■ Se proveedores a comerciantes dedicados a la venta de queso.■ Iniciar y crecer como empresa.■ Dentro de la localidad se cuenta con una dependencia de Gobierno para iniciar el proyecto.	<ul style="list-style-type: none">■ Baja producción de leche durante los meses de enero abril por la temporada de seca.■ Competencia de otros productores queseros.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO

6.1 Inversiones Fijas

Terreno Y Edificación

Concepto	Cantidad	Precio/Total
Edificio	1	\$ 600,000.00
Total Terreno y Edificio		\$600,000.00

Mobiliario Y Equipo De Oficina

Administración

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Escritorio para computadora desarmado Color: Haya roja Modelo: A – 300	1	\$ 980.00	\$ 980.00
Silla giratoria para oficina Modelo: CD102G Características: color café, deslizante.	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Sala de estar Modelo: M-pliana Características: Color: shedron	1	\$ 5 ,000.00	\$ 5, 000.00
Extintor	1	\$ 630.00	\$ 630.00
Aire acondicionado Marca: sansumg. Modelo: AW05NOYAN características: Color: Blanco, mediano.	1	\$6,222.00	\$6,222.00
Escritorio sencillo normal Modelo: Bojon Características: color: café, 4 gavetas.	1	\$2,960.00	\$2,960.00
Total de administración			\$16,392.00

Producción

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Ventilador de techo	2	\$ 450.00	\$ 900.00

Marca: V.E.C			
Modelo: 120 v			
Total de producción			\$ 900.00

Ventas

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Escritorio para computadora desarmado Color: Haya roja Modelo: A - 300	1	\$ 980.00	\$ 980.00
Silla giratoria para oficina Modelo: CD102G Características: color café, deslizante.	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Sala de estar Modelo: M-pliana Características: Color: shedron	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Extintor	1	\$ 630.00	\$ 630.00
Aire acondicionado Marca: sansumg. Modelo: AW05NOYAN características: Color: Blanco, mediano.	1	\$6,222.00	\$6,222.00
Escritorio sencillo normal Modelo: Bojon Características: color: café, 4 gavetas.	1	\$2,960.00	\$2,960.00
Total de administración			\$16,392.00

Equipo De Cómputo

Administración

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Computadora ensamblada, Intel® Pentium® Dual 1.60 GHz, 2 GB de RAM, HD 160	1	\$ 10,980.00	\$ 10,980.00
Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560	1	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00
Total de administración			\$12,240.00

Ventas

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Computadora ensamblada, Intel® Pentium® Dual 1.60 GHz, 2 GB de RAM, HD 160	1	\$ 10, 980.00	\$ 10 ,980.00
Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560	1	\$ 1 ,260.00	\$ 1 ,260.00
Total de venta			\$12,240.00

Accesorios De Equipo De Cómputo

Administración

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Nobreak CDP (Chicago Digital Power) Modelo: B- UPR505 30 min. De respaldo, 5 entradas	1	\$ 1, 300.00	\$ 1 ,300.00
Memoria usb Kingston Data Traveler G2 8GB	1	\$ 640.00	\$ 640.00
Bocina Acteck Modelo: AXF – 300 RMS : 15 W +5W*2	1	\$ 780.00	\$ 780.00
CD-R 80 min. 700 MB/Mo c/50	1	\$ 230.00	\$ 230.00
DVD grabable Sony C/50	1	\$ 360.00	\$ 360.00
Cartuchos de tinta para Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560 código T073220 T073320 T073420 T090120	4	\$ 200.00	\$ 800.00
Total de administración			\$4,110.00

Ventas

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Nobreak CDP (Chicago Digital Power) Modelo: B- UPR505 30 min. De respaldo, 5 entradas	1	\$ 1, 300.00	\$ 1 ,300.00
Memoria usb Kingston Data Traveler G2 8GB	1	\$ 640.00	\$ 640.00
Bocina Acteck Modelo: AXF – 300	1	\$ 780.00	\$ 780.00

RMS : 15 W +5W*2			
CD-R 80 min. 700 MB/Mo c/50	1	\$ 230.00	\$ 230.00
DVD grabable Sony C/50	1	\$ 360.00	\$ 360.00
Cartuchos de tinta para Impresora Epson All – In – One Modelo: CX560 código T073220 T073320 T073420 T090120	4	\$ 200.00	\$ 800.00
Total de venta			\$4,160.00

Papelería Y Útiles

Administración

Concepto	Cantidad	Precio/unit.	Precio/total
Blog de hojas blancas Marca: votocopy Modelo: profesional Características: tamaño carta	2	\$ 80.00	\$ 160.00
Bolígrafos Marca: Bic Modelo: punto fino	2	\$ 4.00	\$ 8.00
Libretas tipo profesional Marca: escribe de 100 hojas Características: rayada	2	\$ 20.00	\$ 40.00
Agenda	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Guillotina ESPECIFICACIONES Corta 400 Hojas a la vez! Corte Máximo: 430 mm (17 inches) Construida en Metal (Heavy Duty) Ambos Tipo de Medidas (metro y pulgadas)	1	\$ 5 ,500.00	\$ 5 ,500.00
Total de administración			\$ 5,528.00

Ventas

Concepto	Cantidad	Precio/total
Aluplastico	1	\$ 12.00
Pesa electrica Marca: torrey Capacidad: 10kg.	1	\$ 230.00
Cubetas de 20 litros	5	\$ 125.00
Bolígrafos Marca: Bic Modelo: punto fino	1	\$ 4.00

Libretas tipo profesional Marca: escribe de 100 hojas Características: rayada	1	\$ 20.00
Total de venta		\$561.00

Recursos Humanos

Mano De Obra Directa

Mano de obra directa	cantidad	Sueldo mensual (individual)	Sueldo anual	Total del sueldo
Maestro de producción	2	\$2,800.00	\$33,600.00	\$67,200.00
Personal del mostrador	1	\$2,240.00	\$26,880.00	\$26,880.00
Personal de limpieza	1	\$1,400.00	\$16,800.00	\$16,800.00
Total de mano de obra directa			\$77 ,280.00	\$110 ,880.00

Administración

Administración	cantidad	Sueldo mensual (individual)	Sueldo anual	Total del sueldo
Administrador	1	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Total de mano de obra directa				\$ 60 ,000.00

Recursos Básicos

A continuación se describen los recursos básicos de la empresa Mr. Queso.

Servicios Básicos

Concepto	%Erogaciones				
	Mensual	Anual	Admón. %	Producción %	Ventas %
Teléfono	\$350.00	\$4,200.00	60%		40%
Luz	\$800.00	\$9,600.00	20%	60%	20%
Agua potable	\$50.00	\$ 600.00	10%	70%	20%
Agua de garrafón	\$500.00	\$6,000.00	30%	50%	20%

Equipos de limpieza	\$900.00	\$10 ,800.00	10%	80%	10%
Extintor		\$150.00	20%	70%	10%
publicidad	\$1,000.00	\$12,000.00			100%
Total	\$ 3,600.00	\$ 43 ,350.00			

Equipo De Transporte.

Concepto	Costo
1 Camioneta Nissan Frontier	\$90, 000.00

Uniformes

Concepto	Cantidad anual	Costo unitario	Costo anual
Mandiles de plásticos	20	\$55.00	\$13,200.00
Botas de hules	3 par	\$150.00	\$ 450.00
Camisa Mr. QUESO	10	\$ 150.00	\$1 ,800.00
Guantes	12	\$ 20.00	\$ 240.00
Cubreboca	150	\$ 1.00	\$ 150.00
Cofia	10	\$ 3.00	\$ 30.00
Total			\$ 15 ,840.00

6.2 Inversiones Diferidas

Gastos De Instalación

Concepto	Cantidad
Adaptación y mejoras	\$ 3 ,000.00
Instalación eléctrica	\$ 4 ,000.00
Instalación de sistema	\$ 2 ,000.00
Instalación de red	\$ 10 ,000.00
Instalación de fontanería	\$ 5 ,600.00
Instalación de teléfono	\$ 2, 000.00
Total Gasto de instalación	\$ 26 ,000.00

Gastos De Organización

Concepto	Cantidad
Notaria publica	\$ 2 ,500.00
Registro publico de propiedad	\$ 1 ,000.00
Permiso de uso de suelo	\$ 800.00
Total Gasto de organización	\$ 4 ,300.00

6.3 Capital De Trabajo

Concepto	Capital de trabajo	
Materia directa		\$ 1, 691,100.00
Efectivo		
Mano de obra directa	\$ 45 ,360.00	
Cargos Indirectos	\$ 36 ,385.00	
Gastos de administración	\$ 124 , 284.20	
Gastos de Ventas	\$ 70 ,062.20	
TOTAL EFECTIVO	\$ 276 ,091.40	
Total capital de trabajo		\$ 1 ,967 ,191.40

6.4 Ingresos Por Venta

Año	Costo unitario	Demanda Anual	Ingreso Anual
1	\$ 65.00	46,800	\$ 3 ,042 ,000.00
2	\$ 65.50	46,800	\$ 3 ,065 ,000.00
3	\$ 66.00	46,800	\$ 3 ,088 ,800.00
4	\$ 66.50	46,800	\$ 3 ,112 ,200.00
5	\$ 67.00	46,800	\$ 3 ,135 ,600.00

Nota: los precios incrementarán \$ 0.50 anual de acuerdo al índice inflacionario a partir del 2º año de inicio de las actividades.

6.5 Estado De Costo De Producción Y Venta

Concepto	Año 1
Materia prima utilizada	\$ 1, 691,100.00
Mano de obra directa	\$ 45 ,360.00
Costo primo	
Cargos indirectos	\$ 36 ,385.00
Costos de producción	
Costos de venta	
Total	

6.6 Estado De Flujo De Efectivo

Presupuesto De Inversión Inicial

CONCEPTO	COSTO	IVA	IMPORTE
INVERSIÓN FIJA			
Compra del edificio	\$ 600,000.00	\$96,000.00	\$696,000.00
Equipo de producción	\$ 36,385.00	\$5,822.00	\$42,207.00
Equipo de transporte	\$90, 000.00	\$14,400.00	\$104,400.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$72,523.00	\$11,604.00	\$84,127.00
Herramientas y refacciones	\$8,325.00	\$1,332.00	\$9,657.00
SUBTOTAL	\$809,233.00	\$129,158.00	\$938,391.00
INVERSIÓN DIFERIDA			
Adaptación y mejoras	\$ 3,000.00	\$480.00	\$3,480.00
Instalación eléctrica	\$ 4,000.00	\$640.00	\$4,640.00
Instalación de sistema	\$ 2,000.00	\$320.00	\$2,320.00
Instalación de red	\$ 10,000.00	\$1,600.00	\$11,600.00
Instalación de fontanería	\$ 5 ,600.00	\$896.00	\$6,496.00
Instalación de teléfono	\$ 2,000.00	\$320.00	\$2,320.00
Notaria Pública	\$2,500.00	\$400.00	\$2,900.00
Registro público de propiedad	\$1,000.00	\$160.00	\$1,640.00
Permiso de uso de suelo	\$800.00	\$128.00	\$928.00
SUBTOTAL	\$30,900.00	\$4,944.00	\$35,844.00
CAPITAL DE TRABAJO			
Materia directa	\$1,691,100.00	\$270,576.00	\$1,961,676.00
Mano de obra directa	\$45,360.00	\$7,258.00	\$52,618.00
Cargos indirectos	\$36,385.00	\$5,822.00	\$42,207.00
Gastos de administración	\$124,284.00	\$19,885.00	\$144,169.00
Gastos de venta	\$,70,062.00	\$11,210.00	\$81,272.00

SUBTOTAL	\$1,967,191.00	\$314,751.00	\$2,281,942.00
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	\$1,127,238.00	\$180,358.08	\$3,256,177.00

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

La creación de una empresa dedicada a producir Queso de manera natural permite ser una alternativa para enriquecer la dieta alimentaria de la familia debido al alto contenido de proteínas, vitaminas y minerales de cada uno de sus ingredientes. Así también dicha actividad genera fuentes de empleo, crea un ambiente de integración social mediante la participación de personas comprometidas con el éxito en el trabajo, así mismo con el excedente de la producción se obtiene un ingreso económico adicional.

Al realizar esta propuesta se ha manifestado gran parte de los conocimientos adquiridos en la carrera de ingeniería industrial, de igual forma se ha aprendido a enfocarse más acerca de los grandes beneficios que se pueden obtener con el desarrollo de las ideas en cuanto a la optimización de los recursos con los que se encuentran en la naturaleza.

Con ello se espera que este proyecto sea de agrado y aceptado para que se desarrolle en el municipio para así lograr que las personas opten por comprar el producto.

Por otra parte es una alternativa de trabajo en estas zonas rurales, puesto que el escasez de empleo en estos sitios es demasiado, por ello la iniciativa de crear una empresa en el municipio permitirá darle una mayor auge en términos económicos.

El producto que se ofrece nos genera beneficios directos en la alimentación, y beneficios indirectos al hacer uso de la materia prima como alternativa productiva.

En cierta forma el proyecto busca mejorar la economía en el municipio y tener cuando menos una pequeña empresa que permita dar la pauta a seguir creciendo en el ramo industrial.

7.2 RECOMENDACIONES

Se optó por este proyecto, ya que el queso se ha convertido en una de las bases alimenticias en los hogares por su fácil acceso al producto.

Por otra parte existe personal cercano que pueden capacitarnos para iniciar con este proyecto y por ende tener buenas instalaciones adecuadas para el proceso de producción de la Quesera Mr. Queso, de igual forma los proveedores están cerca del municipio lo cual no sería impedimento para obtener la materia prima.

Con todo lo anterior se puede decir con certeza que el proyecto se ve factible para llevarlo a cabo en el municipio.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.desarrolloemp.com/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Queso>

<http://mexico.pueblosamerica.com/mapas/villamorelos>

<http://mexico.pueblosamerica.com/i/villamorelos/>

<http://www.e->

[local.gob.mx/work/templates/enciclo/chiapas/municipios/07017a.htm](http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/chiapas/municipios/07017a.htm)

ANEXOS

INVESTIGACIÓN DE POSIBLE MERCADO LOCAL

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TUXTLA GUTIERREZ
CRESUD, LA CONCORDIA

ENCUESTA PARA SEGMENTAR EL MERCADO DE MR. QUESO EN LA
COMUNIDAD DE LA CONCORDIA CHIAPAS.

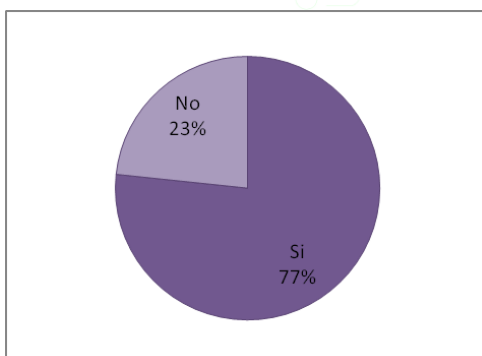
1.- ¿Dentro de su tienda vende usted queso?

Respuesta	Cantidad	%
Si	30	100
No	0	0



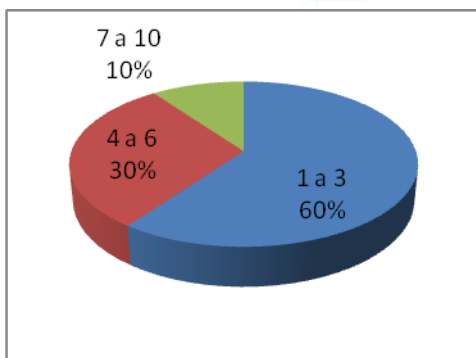
2.- ¿Cuenta usted con un proveedor fijo?

Respuesta	Cantidad	%
Si	23	23
No	7	77



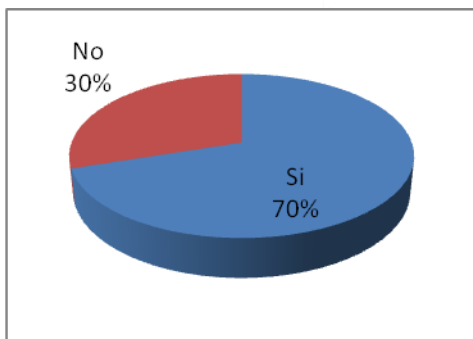
3.-¿Cuántos quesos vende a la semana ?

Respuesta	Cantidad	%
1 a 3	18	60
4 a 6	9	30
7 a 10	3	10



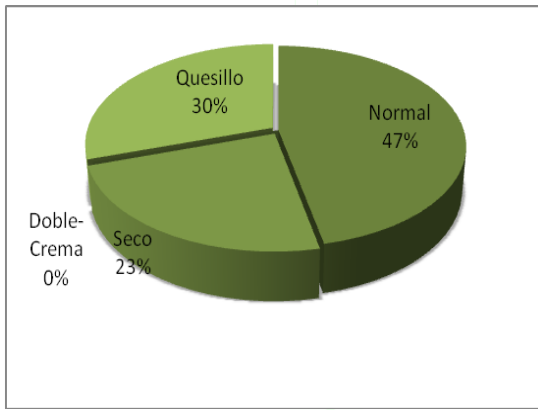
4.- La cantidad de queso que le entregan ¿Es suficiente?

Respuesta	Cantidad	%
Si	21	70
No	9	30



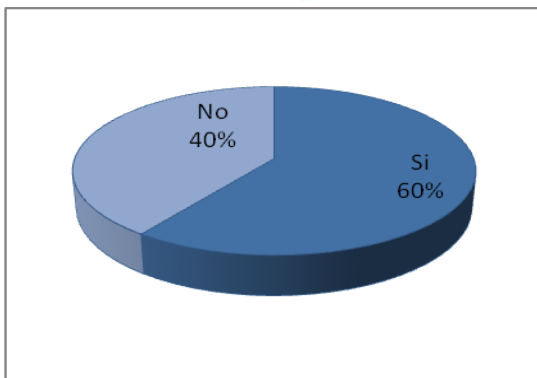
5.- ¿Qué tipos de queso se vende con mas frecuencia?

Respuesta	Cantidad	%
Normal	14	47
Seco	7	23
Doble-Crema	0	0
Quesillo	9	30



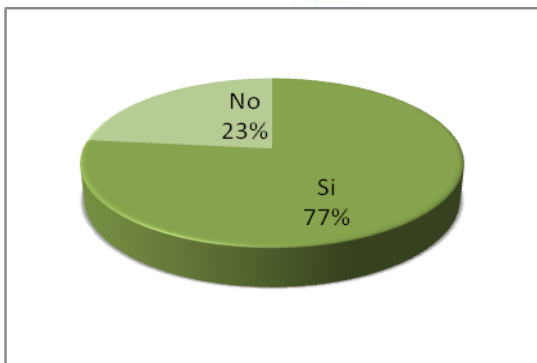
6.-¿Le gustaria vender otro tipo de queso como seco, doble crema, botanero o quesillo?

Respuesta	Cantidad	%
Si	18	60
No	12	40



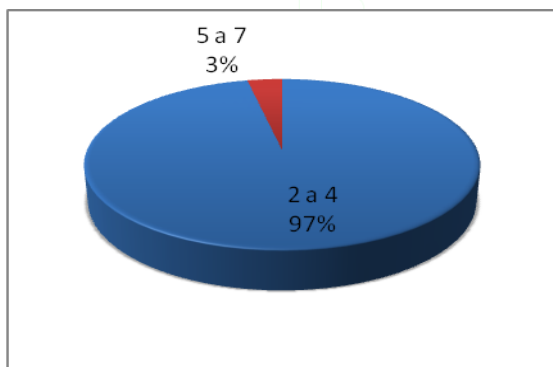
7.- ¿Esta usted dispuesto a comparar con un nuevo distribuidor ?

Respuesta	Cantidad	%
Si	23	77
No	7	23



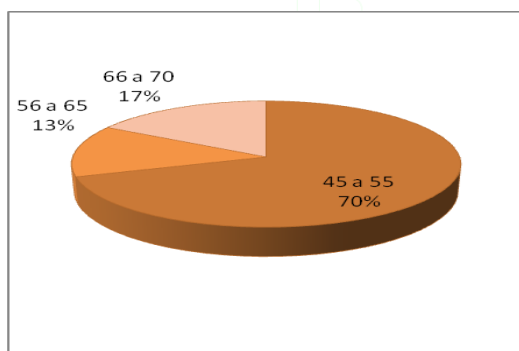
8.- ¿Cuántos distribuidores conoce?

Respuesta	Cantidad	%
2 a 4	29	97
5 a 7	1	3



9.-¿A que precio compra los quesos?

Respuesta	Cantidad	%
45 a 55	21	70
56 a 65	4	13
66 a 70	5	17



10.- ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por un queso?

Respuesta	Cantidad	%
45 a 50	19	20
51 a 65	5	17
66 a 70	6	20

