

PROYECTO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE
COMIDAS RÁPIDAS

LA BARRA DE MEMIN

GUILLERMO STEVEN SANCHEZ SUAREZ
PEDRO LUIS CASTRO PERILLA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII

PRODUCCION

11-01

PACHO

2016

PROYECTO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE
COMIDAS RÁPIDAS

LA BARRA DE MEMIN

PRESENTADO POR:

GUILLERMO STEVEN SANCHEZ SUAREZ
PEDRO LUIS CASTRO PERILLA

ASESOR:

ALEXANDRA MORALES BAUTISTA
LICENCIADA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII

PRODUCCION

11-01

PACHO

2016

HOJA DE ACEPTACION

NOTA DE ACEPTACION

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

PACHO, 25 de octubre de 2016

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar queremos agradecer a Dios por ser nuestro guía en este camino de la vida e impulsarnos a seguir adelante; en segundo lugar a nuestras familias por ser un gran apoyo, por motivarnos y no permitir que desfallezcamos en el intento de lograr llegar a nuestra meta y por último y no menos importante agradecer a nuestros profesores por ser nuestra guías en cada paso que damos para poder alcanzar nuestros propósitos y corregirnos cada vez que lo necesitamos.

DEDICATORIA

Todo este trabajo realizado esta dedicado a las personas que con sus consejos y su apoyo confiaron en nosotros e hicieron posible la realización de este proyecto

Resumen

Colombia es un país en proceso de desarrollo económico, mediante un proceso de industrialización y aumento en la prestación de servicios, lo que significa una gran oportunidad para el crecimiento comercial. Un país en proceso de desarrollo debe sufrir varios cambios en la cultura de las personas, las cuales se tienen que adaptar a un nuevo estilo de vida. Uno de estos cambios es la forma de alimentarse. El nuevo entorno en el que los colombianos se tienen que mover por las exigencias del medio, son ritmos de vida más acelerados. LA BARRA DE MEMIN, nace como la solución alimenticia para personas que viven un ritmo de vida donde no tienen mucho tiempo para comer a la hora de comer desean algo rápido y saludable. El objetivo de este proyecto es identificar la viabilidad financiera y comercial de la productora, distribuidora y comercializadora de comidas rápidas de esta experiencia se puede hablar que esta idea es rentable en un 45%, por lo cual se puede confirmar que esta puede ser una muy buena opción de empresa en el municipio.

ABSTRACT

Colombia is a country under an economic development with industrialization and services growth, creating a great opportunity for commercial development too. A country under development has to pass through some changes in people's culture, which they have to adapt to their new life style. One of these huge changes is the alimentation day to day. The new environment in which the colombian's live, make them to accelerate their life rate. That's why LA BARRA DE MEMIN. born like the alimentary alternative to those who to eat fast and healthy. The principle purpose of this project is to identify the financial and commercial viability of the producer, distributor and marketer of fast food.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

INTRODUCCION	13
1 RAZÓN SOCIAL	14
2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
2c	
3.1 OBJETIVO GENERAL	16
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
4 JUSTIFICACION.....	16
5 MARCO TEORICO	17
5.1 MARCO HISTÓRICO.....	17
5.3 MARCO CONCEPTUAL	17
5.4 MARCO GEOGRÁFICO	18
6 METODOLOGÍA.....	20
6.1 ESTUDIO DE MERCADO	21
6.1.1 Objetivo	21
6.1.2 Ubicación geográfica	21
6.1.3 Caracterización del consumidor	22
6.1.4 Caracterización del producto.....	23
6.1.5 Precio:	24
La empresa la barra de memín fijará el precio teniendo en cuenta el valor de los gastos, costos y un buen margen de ganancias es por esta razón que el precio de los productos se fijan de acuerdo al tipo de producto que se solicite.	24
6.1.6 Oferta y demanda.....	24
6.1.7 Canales de distribución	26
6.2 ESTUDIO TÉCNICO	27
6.2.1 Objetivo	27
6.2.2 Localización optima del proyecto.....	27
6.2.3 Adquisición de maquinaria.....	28
6.2.4 Descripción del proceso	29

6.2.5	Programa de producción	30
6.2.6	Filosofía institucional	30
6.2.7.	Distribución de planta	32
6.2.6	6.2.8 Planta de persona.....	32
6.3	ESTUDIO ECONOMICO.....	39
6.3.1.	Objetivos.....	39
6.3.2.	Inversión fija.....	39
6.3.3.	Capital de trabajo.....	39
6.3.4.	Costos de producción	40
6.3.5.	Gastos	42
6.3.6.	Punto de equilibrio	43
6.3.7.	Costo unitario del producto	44
6.3.7.	Estado de resultados	46
7	CRONOGRAMA DE GRANTT.....	45
8	CONCLUSIONES	46
9	RECOMENDACIONES.....	47
10.	BIBLIOGRAFIA	¡Error! Marcador no definido.
11.	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

TABLA DE FIGURAS

1. Canal de distribución
2. Descripción del proceso

TABLA DE TABLAS

N° de tabla	Nombre de tabla
1	Oferta
2	Demanda
3	Adquisición de la maquinaria
4	Programa de producción
5	Perfil del empleado
6	Manual de función
7	Inversión inicial
8	Capital de trabajo
9	Costos de producción
10	Materia prima
11	Mano de obra directa
12	Materiales indirectos
13	Costos
14	Gastos
15	Punto de equilibrio
16	Estado de resultados

TABLA DE GRAFICOS

1. Punto de equilibrio
2. Cronograma de Gantt

INTRODUCCION

El siguiente proyecto empresarial consiste en la elaboración, distribución y venta de comidas rápidas, con el fin de conformar una idea empresarial estable la cual sea una segura fuente de ingresos para cuando hayamos terminado nuestros estudios académicos.

Nuestro principal objetivo es elaborar comidas de buena calidad y con el mejor servicio que a la vista de nuestros clientes se vea agradable para su consumo.

1 RAZÓN SOCIAL

“PROYECTO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACION Y DISTRIBUCIÓN DE COMIDAS RAPIDAS EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA 2016”



2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Es necesario en la comunidad pachuna un sitio de comidas rápidas que brinde servicio de calidad a toda la familia, con opciones de recreación para niños y jóvenes?

Nuestro problema nace de la inquietud que nos aborda ver a tantas personas que consumen comida rápida en sitios de poca higiene, a la intemperie e incómodos.

La barra de memín es una empresa la cual busca el beneficio para cada uno de los habitantes de Pacheco, ofreciéndoles comodidad, higiene, comidas de alta calidad a un precio muy accesible al bolsillo de nuestro público

Donde se puedan crear mejores ambientes de recreación superando expectativas y satisfaciendo a nuestros clientes con una buena atención y un menú variado para cualquier ocasión.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una pequeña empresa de comidas la cual mediante su productividad pueda mantenerse en el mercado competitivo y además a un largo plazo crecer de tal manera que se puedan introducir nuevos elementos tales como personal, nuevos productos, etc.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Recolectar información acerca de los lugares de comidas rápidas más visitados y sectorizarlos, además averiguar precios de sus productos y calidad.

Averiguar qué maquinaria y equipo se necesita para realizar las labores de cocina y servicio del proyecto.

Seleccionar la localización óptima para montar el proyecto.

4 JUSTIFICACION

Este proyecto fue diseñado con el propósito de buscar alternativas para luchar contra la crisis económica por la cual pasa nuestro país, puesto que en la actualidad hay una tasa de desempleo de un 18.1% también buscando alternativas claras de desarrollo personal a nivel económico y laboral.

La idea de una micro empresa de comidas rápidas surge de la necesidad básica de alimentación y economía, vemos pues que al ofrecer comida de calidad a un precio accesible podemos ser competitivos en el mercado, y además encontrar un lucro económico el cual nos permita subsistir.

5 MARCO TEORICO

5.1 MARCO HISTÓRICO

El concepto comida rápida (del inglés conocido también como fast food) es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros) o a pie de calle.

Aunque ya desde la antigua Roma se servía en puestos callejeros panes planos con olivas o el faláfel en el Medio Oriente, no es hasta el año 1912 cuando se abre el primer automat, un local que ofrecía comida detrás de una ventana de vidrio y una ranura para pagar.

Una de las características más importantes de la comida rápida es la homogeneidad de los establecimientos donde se sirve, así como la ausencia de camareros que sirvan en mesa, y el hecho de que la comida se sirva sin cubiertos.

5.2 MARCO REFERENCIAL

Este proyecto comenzó en el mes de julio del año 2015 en nuestra clase de producción cuando los autores se dieron de cuenta de que las comidas rápidas que se venden en el municipio de Pacho no tenían variedad de productos y no le ofrecían al cliente el servicio de domicilio para mayor comodidad por eso se vio la oportunidad de crear una microempresa que sea productora y comercializadora de comidas rápidas y expandirnos por todo el municipio y llegar a ser una empresa reconocida.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Mercado: Cualquier tipo de transacción , acuerdo e intercambio de bienes y servicios entre compradores y vendedores, lugar dedicado al comercio.

Ventas: Proceso por el cual se da el intercambio de bienes o de valores entre comerciantes

Comercio: Actividad socio económica consiste en la compra y venta de bienes sea para su uso, su venta o su transformación

PRECIO: Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, la suma de valores que el consumidor intercambia por usar o tener un producto o servicio

DEMANDA: Relativo a la necesidad de la población por un producto o servicio determinado.

CLIENTE: persona que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa.

CONGELADOR: Un **congelador**, es un equipo de refrigeración que comprende un compartimento aislado térmicamente y un sistema frigorífico, bien sea por compresión o por absorción, el cual es capaz de mantener los productos almacenados en su interior a una temperatura bajo 0 °C, normalmente entre -30 °C y -4 °C.

PRODUCCION: acción de producir cosa producida. / Acto o modo de producirse. Suma de los productos del suelo o de la industria.

PRODUCTO: cosa producida. / Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reditúa.

EMPRESA: unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. / Lugar en que se realizan estas actividades. Intento o designo de hacer algo.

GERENTE: persona que lleva la gestión administrativa de una empresa institución.

CALIDAD: conjunto de cualidades de una empresa o cosa de importante calificación.

5.4 MARCO GEOGRÁFICO

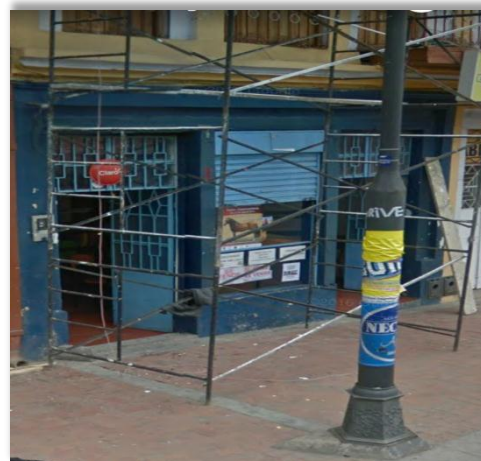
El área geográfica en la cual se realizara el proyecto será en el departamento de Cundinamarca; en el municipio de Pacho en el barrio Centro calle 8 16-67

Estructura:

Pacho, Cundinamarca

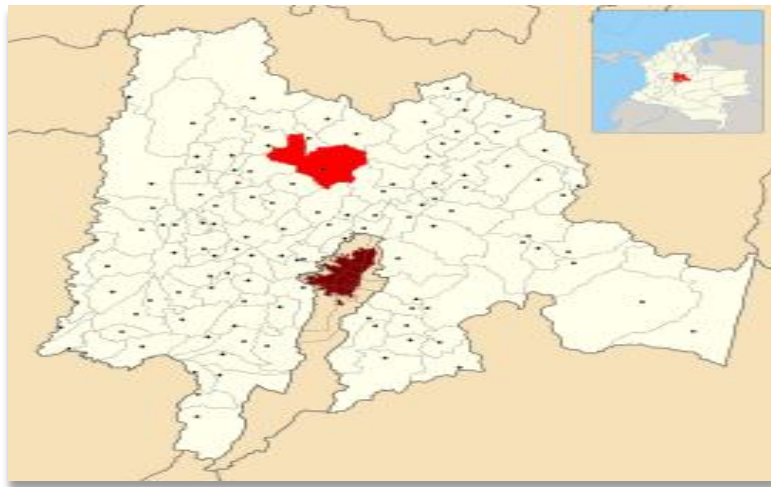
Barrio centro

Calle 8ª N°16-67



PACHO

Pacho es un municipio de Cundinamarca (Colombia), capital de la Provincia de Rionegro, ubicado a 88 kilómetros de la ciudad de Bogotá. Su nombre deriva de la expresión chibcha Pacho que significa *Papá Bueno*. Se lo reconoce por la instalación de la primera industria siderúrgica de América del Sur y además por ser la capital naranjera de Colombia. Con una población aproximada de 27.179 habitantes hace que sea la capital de la provincia del Rionegro



6 METODOLOGÍA

Dentro de las estrategias propuestas para la organización de este plan de negocio se diseñó y aplicó una encuesta a 50 personas de la zona urbana del municipio y con los resultados que se obtuvieron se caracterizó el mercado, (la oferta, la demanda, y el precio del producto), al que se puede llegar y por consiguiente se hace necesario establecer un análisis técnico y otro financiero para poder hablar de la rentabilidad y viabilidad de la propuesta.

6.1 ESTUDIO DE MERCADO

Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (demanda y oferta) ante un producto o servicio.

Se analiza la oferta y la demanda así como los precios y los canales de distribución.

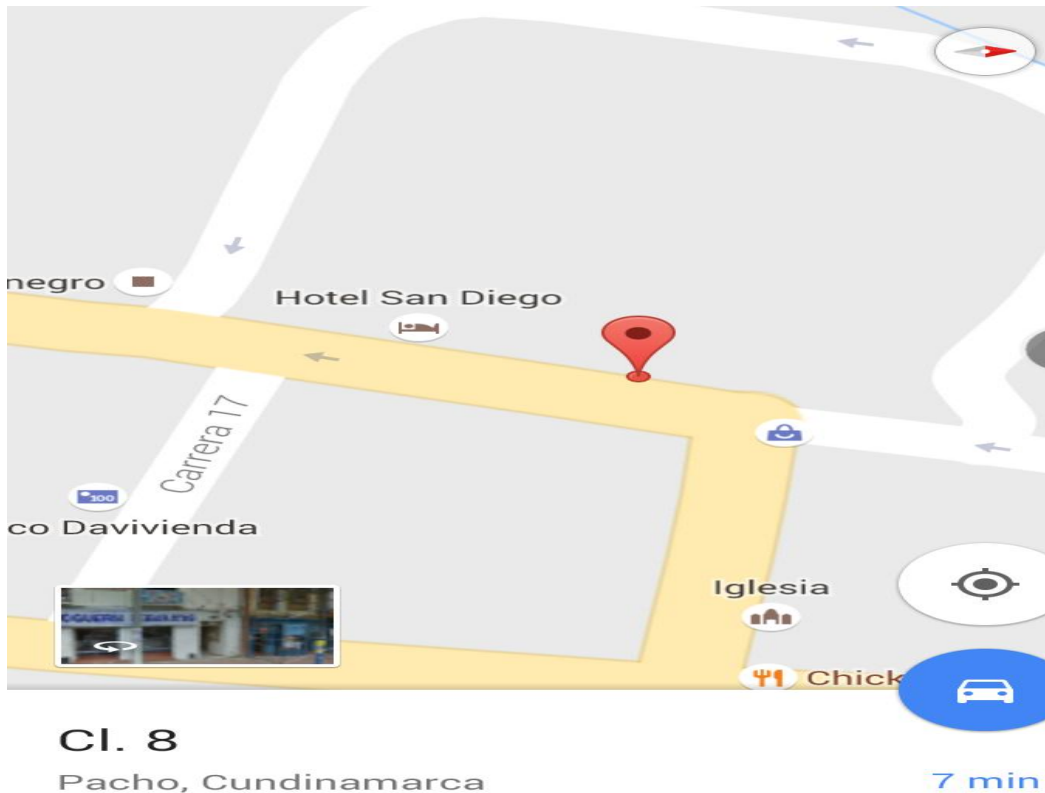
Por otra parte sirve para tener otra visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado y para tener un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y comercialización.

6.1.1 Objetivo

Determinar los hábitos de consumo de comidas rápidas, con el fin de establecer la viabilidad y aceptación del producto en el mercado del municipio de Pacho.

6.1.2 Ubicación geográfica

El área geográfica en la cual se realizara el proyecto será en el departamento de Cundinamarca; en el municipio de Pacho en el barrio centro calle 8# 16-67



Cl. 8

Pacho, Cundinamarca

7 min

6.1.3 Caracterización del consumidor

Las comidas rápidas son productos los cuales se pueden consumir desde los 7 años de edad, empezando con porciones pequeñas, hasta edades bastante avanzadas.

El presupuesto del consumidor no tiene que ser tan elevado para adquirir este tipo de productos, ya que su precio en nuestra empresa es bastante cómodo.

6.1.4 Caracterización del producto

Esta idea empresarial ofrece variedad de productos todos se presentan en porción personal, son preparados en el momento de pedirlos, cada uno de ellos se complementan con salsas de diferentes sabores que le permiten la caracterización a cada uno de ellos, por ejemplo los los burritos se acompañan de una salsa picante y guacamole a diferencia de las costillas que tienen su salsa



COSTILLAS BBQ



PECHUGA RELLENA



TACOS MEXICANOS

6.1.5 Precio:

La empresa la barra de memín fijará el precio teniendo en cuenta el valor de los gastos, costos y un buen margen de ganancias es por esta razón que el precio de los productos se fijan de acuerdo al tipo de producto que se solicite.

6.1.6 Oferta y demanda

OFERTA: cantidad de bienes o servicios que el oferente pone a disposición del mercado a un precio determinado.

NUMERO DE PRODUCTORES	LOCALIZACION	CAPACIDAD INSTALADA	CALIDAD	PRECIO	NUMERO DE TRABAJADORES
LA COCINA DE LORENZO	Barrio la palmita	AMPLIO	BUENA	CARO	4
DONDE JOTA	Centro de Pacho	AMPLIO	BUENA	CARO	5
SOHO	Zona rosa	<u>MEDIANO</u>	<u>BUENA</u>	<u>CARO</u>	<u>3</u>
LA GRANJA	Centro de Pacho	<u>MEDIANO</u>	<u>REGULAR</u>	<u>REGULAR</u>	<u>3</u>
EL ANDARIEGO	Centro de Pacho	<u>PEQUEÑO</u>	<u>BUENA</u>	<u>REGULAR</u>	<u>2</u>

DEMANDA: se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.

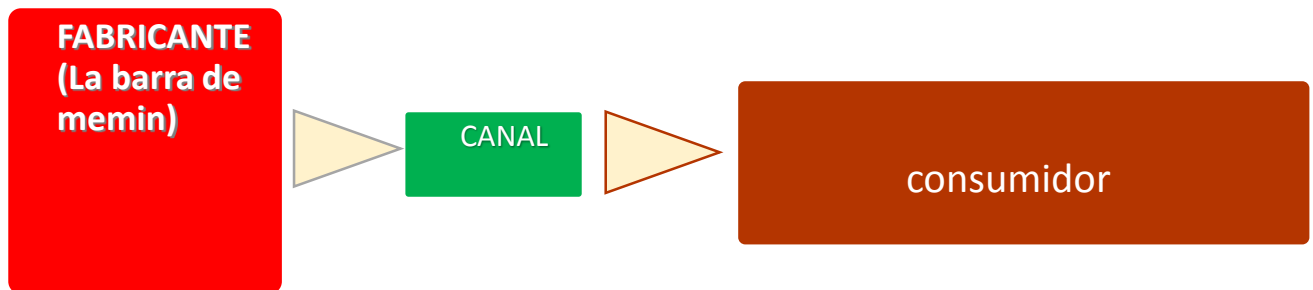
Año	Unidades	Valor	Total
2016	480	10000	4'800.000
2017	534	10530	5,623.020
2018	594	11088	6,586,272
2019	661	11675	7,717,175
2020	736	12293	9,047,648
2021	819	12943	10,600,317

Año	Unidades	Valor	Total
2016	480	5000	2'400.000
2017	534	5265	2,811,510
2018	594	5544	3,127,410
2019	661	5837	3,858,257
2020	736	6147	4,524,192
2021	819	6472	5,300,568

Año	Unidades	Valor	Total
2016	480	8.000	3'840.000
2017	534	8028	4,286,952
2018	594	8059	4,787.046
2019	661	8094	5,350,134
2020	736	8133	5,985.888
2021	819	8176	6,696.144

6.1.7 Canales de distribución

Ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores.



6.2 ESTUDIO TÉCNICO

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar, además sirve para conocer las maneras en las que se puede elaborar un producto o servicio, precisando su proceso de elaboración, lo cual permite determinar la maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada.

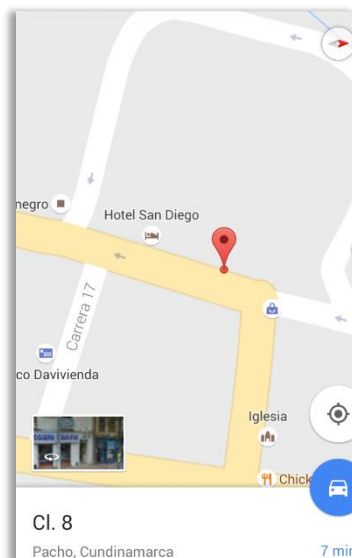
Igualmente ayuda a crear un plan estratégico que orienta el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación.

6.2.1 Objetivo

Establecer los hábitos de consumo de comidas rápidas, con el fin de establecer la viabilidad y aceptación del producto en el municipio de pacho.

6.2.2 Localización optima del proyecto

La localización óptima de LA BARRA DE MEMIN será en el barrio el centro calle 8ª N°16-67. Para la localización óptima del proyecto se tuvo en cuenta la ubicación del local ya que este se encuentra en la parte comercial del municipio, además la materia prima disponible en el sector, la mano de obra, el costo de los insumos, los servicios y la cercanía del mercado. Costo del sitio en arriendo o propio y de las adecuaciones y el plano de planta



6.2.3 Adquisición de maquinaria

EQUIPO Y MAQUINARIA	PRECIO \$	DIMENSIONES	DEPRECIACION
1 Nevera	\$1.200.000	1m x 1m	5 AÑOS
1 Juego de Sartenes	\$ 96.000	18-20-24 Cm	2 AÑOS
1 congelador	\$1.000.000	82.5 x 76 x 56 cm	5 AÑOS
1 Estufa	\$800.000	1m x 1m	5 AÑOS
4 Recipientes	\$ 120.000	30cm x 20cm	2 AÑOS
Utensilios de cocina	\$ 300.000		2 AÑOS
Total	\$ 3.516.000		

6.2.4 Descripción del proceso

Pechuga

0. Empezamos por abrir la pechuga y la abrimos en forma de libro y lo más grande que podamos; lo aplastamos con la hoja del cuchillo y salpimentamos la pechuga por las dos caras. Lo estiramos y extendemos el queso por encima de la pechuga y encima del queso colocamos el jamón. (15 minutos)
1. Cogemos un trozo de papel vinipel y le ponemos un poco de aceite sobre la parte que colocamos la pechuga para enrollarlo como un brazo de reina, cerrando bien los extremos a la vez que giramos el papel para apretar más la pechuga.(7minutos)
2. Luego cogemos un trozo de papel de aluminio y lo volvemos a enrollar como lo hicimos anteriormente con el vinipel.(2minutos)
3. Cuando lo tenemos bien envuelto lo metemos en una olla con agua suficiente para cubrirlo, cuando empiece a hervir lo sumergimos en el agua y lo dejamos cocer (20minutos).
4. Pasado este tiempo lo quitamos del agua y dejamos enfriar, una vez frío desenvolvemos y cortamos en rodajas y servimos. (12 minutos)

Costillas

1. Empezamos tomándola bolsa de costillas y la sacamos de su empaque, prendemos el asador y aplicamos aceite y dejamos que las costillas se pongan a dorar. (17 minutos)
2. Tomamos las pinzas de cocina y retiramos las costillas a una bandeja, las servimos y aplicamos la salsa BBQ. (5 minutos)

6.2.5 Programa de producción

La idea empresaria la barra de Memin cumple con el siguiente programa de producción

Producto	Producción Mensual. unidades	Producción anual. Unidades
Costillas bbq	40	480

Producto	Producción diaria. unidades	Producción anual. Unidades
Pechugas	40	480

Producto	Producción diaria. unidades	Producción anual. Unidades
Tacos	40	480

6.2.6 Filosofía institucional

Dentro del desarrollo de un plan de negocio es importante establecer unos valores que permiten establecer una moral institucional que se encuentra intrínseca en cada una de las acciones que se realizan y que son dependientes del carácter de quienes pertenezcan a estas organizaciones.

6.2.6.1. Misión

La barra de memin tiene como misión satisfacer las necesidades de nuestros clientes basándonos en la elaboración de productos tales como comidas rápidas, ofreciendo nuestros servicios a la comunidad pachuna por medio de un valor agregado que consiste en la venta del producto a domicilio. Donde se pretende ofrecer una gran comida, calidad, servicio, precio y sabor para todo tipo de gustos.

6.2.6.2. Visión

La barra de Memin tiene como visión proyectarse para el 2020 como una de las mejores ideas surgidas del Colegio Pio XII para el municipio teniendo en cuenta nuestro riguroso y estricto control de calidad para que de esta manera se pueda establecer un menú más variado, nutritivo y exquisito para la comunidad.

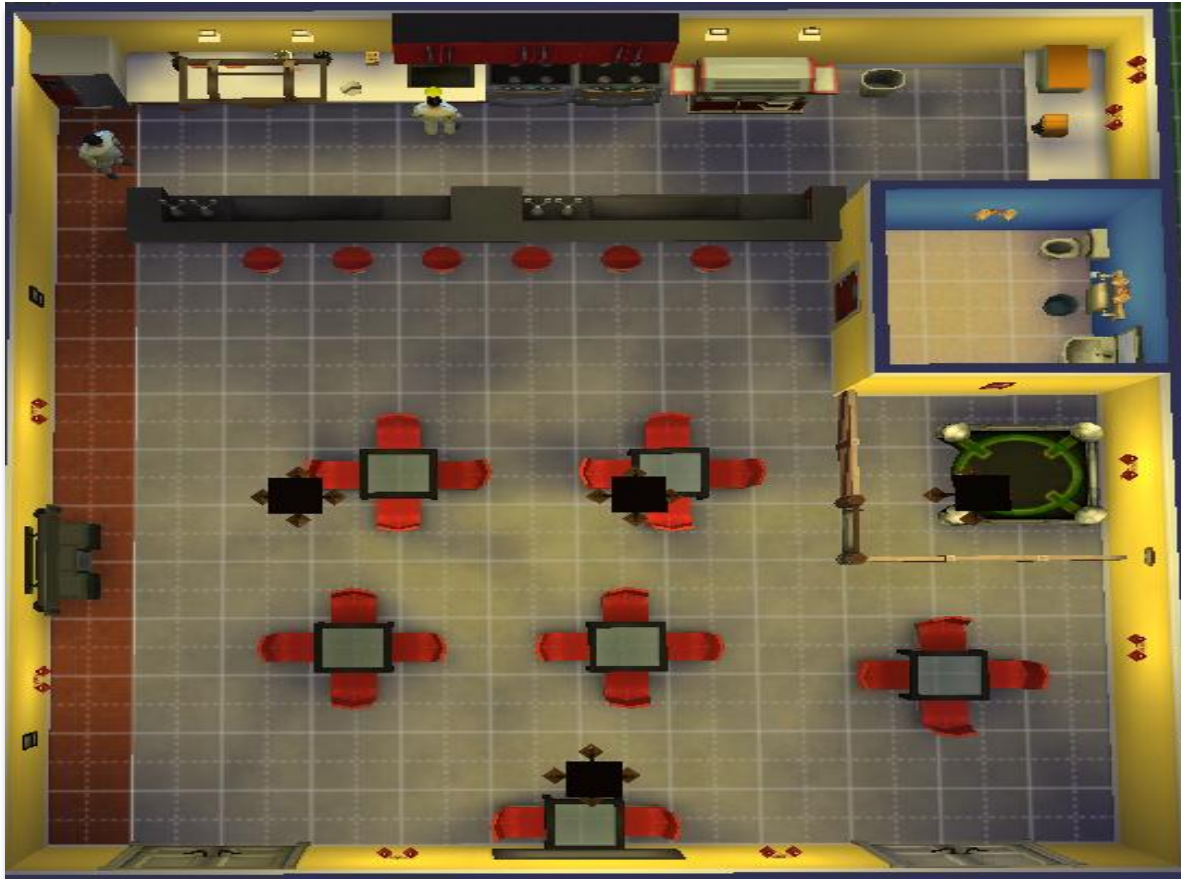
6.2.6.3. Principios institucionales

- Transmitir la visión de ser líderes e innovadores en el municipio de Pacho
- Cumplir con la producción y comercialización de los productos
- Apoyar al desarrollo del municipio avalando la satisfacción del consumidor.

6.2.6.4. Valores institucionales

- Honestidad: realizando EL trabajo con transparencia y rectitud.
- Lealtad: fidelidad ante la microempresa, buscando la perseverancia y la identidad institucional.
- Respeto: Escuchando y valorando las opiniones y puntos de vista de los demás, buscando armonía personal y laboral.

6.2.7. Distribución de planta



6.2.8 Planta de persona

6.2.8.1. Organigrama



6.2.8.2 Perfil del empleado

Gerente General	
Perfil del cargo:	Será el encargado de velar porque la empresa funcione bien y vaya por un buen camino para su pronto y buen crecimiento
Requisitos	Requisitos intelectuales Escolaridad: bachiller técnico curso (s) Titulación de Administración de empresas Experiencia: 1 año Actividades: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía y lealtad Responsabilidades: Administrar la empresa para que esta empresa crezca y vaya por buen camino Ambiente: De oficina Riesgo: Estrés y enfermedades ergonómicas Requisitos físicos: resistencia a peso normal y a jornadas normales

Área de Comercialización	
Perfil del cargo:	Será el encargado de distribuir y vender el producto por las diferentes calles del municipio
Requisitos	<p>Requisitos intelectuales</p> <p>Escolaridad: bachiller técnico curso (s) Curso de atención al cliente</p> <p>Experiencia: 1 año</p> <p>Actividades: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía y lealtad</p> <p>Responsabilidades: Distribuir y vender el producto por las diferentes calles del municipio</p> <p>Ambiente: Calor y frío depende de las inclemencias del tiempo</p> <p>Riesgo: accidentes, hurtos y atracos</p> <p>Requisitos físicos: resistencia a peso normal y a jornadas normales</p>

Área de Personal	
Perfil del cargo:	Será el encargado de hacer que los empleados se lleven bien entre sí para que la empresa crezca en valores
Requisitos intelectuales:	<p>Escolaridad: bachiller técnico curso (s) Cursos de trabajo social Cursos en psicología</p> <p>Experiencia: 1 año</p> <p>Actividades: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía y lealtad</p> <p>Responsabilidades: Hacer que los empleados se lleven bien y no haya problemas en la empresa</p> <p>Ambiente: De oficina</p> <p>Riesgo: Enfermedades ergonómicas</p> <p>Requisitos físicos: resistencia a peso normal y a</p>

jornadas normales

Área de Producción

Perfil del cargo:

Será la encargada de elaborar el producto bajo muy buenos estándares de calidad

Requisitos

Requisitos intelectuales

Escolaridad: bachiller técnico curso (s)

Curso de manipulación de alimentos

Experiencia: 1 año

Actividades: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía y lealtad

Responsabilidades: Elaborar el producto con buena calidad

Ambiente: Calor y frío

Riesgo: Quemaduras

Requisitos físicos: resistencia a peso normal y a jornadas normales

6.2.8.3. Manual de funciones

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Gerente General (área: operativa)
Jefe inmediato:	Jefe
Número de personas en el cargo:	1
Objetivo: Dirigir y llevar por buen camino la empresa para su constante equilibrio y constante crecimiento	
Funciones	
1.Dirigir la empresa 2.Estar pendiente para que todos los empleados cumplan su trabajo 3.Revisar las necesidades de la empresa 4.Llevar a cabo contratos para nuevos empleados	

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Área de distribución (área: operativa)
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas en el cargo:	1
Objetivo: Distribuir y vender el producto elaborado a los diferentes sitios	
Funciones	
1.Distribuir el producto por las diferentes calles de municipio 2.Vender el producto en su distribución	

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Área de recursos Humanos (área: operativa)
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas en el cargo:	1
Objetivo: Hacer que los empleados se lleven bien sin problemas para que la empresa no tenga problemas	
Funciones 1.Hacer que los empleados se lleven bien 2.Velar por la salud de los empleados 3. Hacer actividades para que los empleados se integren	

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Área de recursos Humanos (área: operativa)
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas en el cargo:	1
Objetivo: Hacer que los empleados se lleven bien sin problemas para que la empresa no tenga problemas	
Funciones 1.Hacer que los empleados se lleven bien 2.Velar por la salud de los empleados 3. Hacer actividades para que los empleados se integren	

6.3 ESTUDIO ECONOMICO

Es un proceso que trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros.

6.3.1. Objetivos

Determinar la factibilidad y rentabilidad de la idea empresarial a partir del análisis de la producción y comercialización de comidas rápidas teniendo en cuenta los gastos, costos e ingresos que estos generen.

6.3.2. Inversión fija

Comprende los activos fijos o tangibles (que se pueden tocar) y diferidos o intangibles (que no se pueden tocar)

6.3.3. Capital de trabajo

MATERIAL (TANGIBLE E INTANGIBLE)	CANTIDAD (TRIMESTRAL)	VALOR
costillas	120	480.000
tortillas	12	54.000
pechugas	24	216.000
carne	24 L	144.000
queso	96 lonchas	19.200
Jamón	96 lonchas	24.000
huevos	96	14.400
mango	2 guacales	30.000
melón	2 guacales	36.000
Fresa	1 caja	32.000
Lechuga	6	18.000
salsas	9 tarros	27.000
	TOTAL:	1.094.600

6.3.4. Costos de producción

Los costos de producción están formados por los siguientes elementos

6.3.4.1. Materia prima

Son los materiales que de hecho entran y forman parte del producto terminado (Comidas rápidas)

MATERIAS PRIMAS	MES	AÑO
INGREDIENTES	Costillas 160.000 Pechugas 100.000 Tacos 80.000 Salsas 40.000 Utensilios 35.000	
TOTAL	\$315.000	3,780.000

6.3.4.2. MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA	MES	AÑO
SUELDOS	\$600.000	\$7,200.000

6.3.4.3. MATERIALES INDIRECTOS

DETALLES	MES	AÑO
MATERIALES	\$500.000	\$6,000,000

6.3.4.4. Costo de insumos

Todo proceso productivo requiere una serie de insumos para su funcionamiento.

INSUMOS	MES	AÑO
Jabón	\$30.000	\$360.000
Trapero	\$5.500	\$66.000
Escoba	\$4.500	\$54.000
Recogedor	\$5.000	\$15.000
Guantes	\$13.500	\$162.000
Baldes	\$14.000	\$56.000
Otros	\$10.000	\$100.000
TOTAL	\$82.000	\$813.000

6.3.5. Gastos

Las empresas deben pagar por servicios y elementos necesarios; esto constituye un gasto, porque estos valores no son recuperables. Ejemplo: pago de sueldos, arrendamiento.

La depreciación: la depreciación es un gasto en que una empresa a medida de que sus activos fijos tangibles se desgasten durante la vida útil.

Vida útil: Es el lapso durante el cual se espera que la propiedad, planta y equipo contribuirá a la generación de ingresos. Para su determinación es necesario considerar la vida útil legal reglamentada por el estatuto tributario o una vida útil técnica fijada de acuerdo con las especificaciones de fábrica, la obsolescencia por avances tecnológicos, el deterioro por el uso y el tiempo.

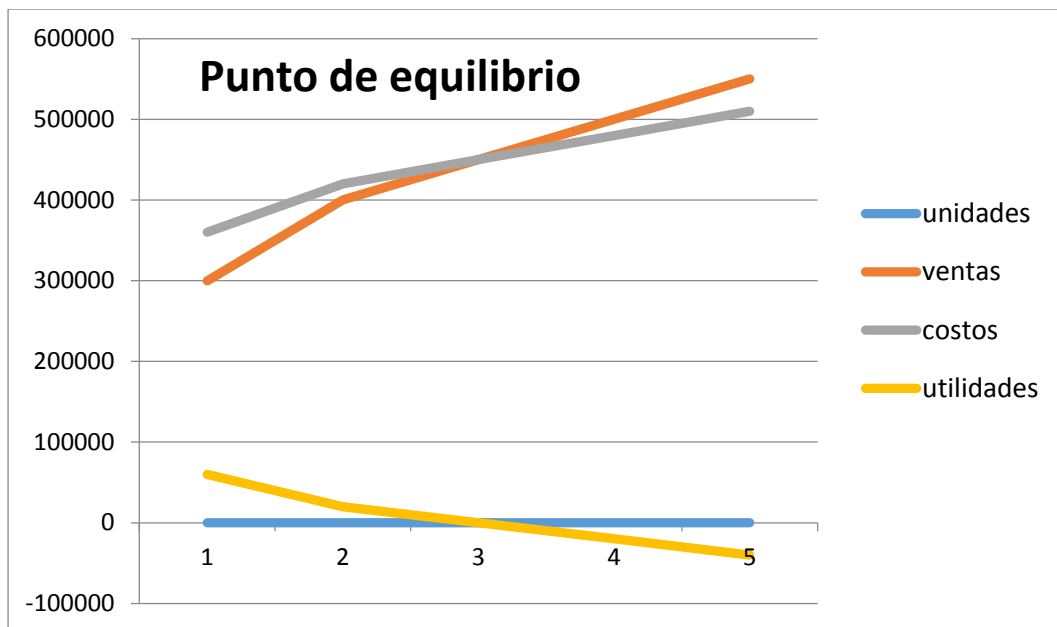
De acuerdo con la legislación tributaria el tiempo de vida útil y el porcentaje de desgaste establecido para efectos de la depreciación anual, son los siguientes:

FECHAS	MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA	SERVICIOS	TOTAL
17/06/2016	\$180.000	\$10.000	\$10.000	\$200.000
03/08/2016	\$60.000	\$5.000	\$8.000	\$73.000
24/08/2016	\$60.000	\$5.000	\$8.000	\$73.000
06/09/2016	\$120.000	\$8.000	\$7.000	\$135.000

6.3.6. Punto de equilibrio

Es un método que le permite a la empresa formular políticas y tomar decisiones sobre el nivel de producción, cantidades de productos a comercializar a corto tiempo para mantener el nivel de utilidad deseado, teniendo en cuenta las variables: precios, costos variables y volumen de ventas.

Para calcular el punto de equilibrio se utiliza en este caso el método de la ecuación.



6.3.7. Costo unitario del producto

MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Costillas	gr	250	4.000
Salsa	gr	400	5.000
Papas	Gr	2500	13.000
Torta	gr	20	800
		Total	22.800

MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Pechuga	Libra	2	9.000
Jamon	gr	800	8.000
Queso	Gr	1000	6400
Salsa	gr	400	5.000
		Total	33.000

MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Tortillas	gr	600	4.500
Carne	Libra	5	30.000
Vegetales	Libra	5	5 000
Salsa	Gr	400	4.000
		Total	43.500

7 CRONOGRAMA DE GRANTT



6.3.7. Estado de resultados

VENTAS	VALORES POR AÑO
ingresos operacionales	1.100.000
costos de producción	\$720.000
utilidad bruta	\$380.000
gastos operacionales	\$ 0
utilidades operacionales	\$ 0
ingresos no operacionales	\$ 0
otros gastos no operacionales	\$ 0
utilidad neta	\$ 380.000
utilidad	35%

8 CONCLUSIONES

- Con el estudio de mercado se pudo determinar el funcionamiento de nuestro proyecto, los posibles clientes Y su óptima localización para la comercialización del producto.

- Se demostró que la empresa de comidas rápidas la barra de MEMIN es una idea empresarial innovadora y distinta a las que se encuentran en el mercado del municipio de pacho en sus formas de atención al cliente y precios accesibles para la comunidad.
- Con la experiencia que se adquirió con la venta de los productos es importante decir que la idea empresarial es rentable, ya que el estudio económico arrojó resultados positivos que demuestran un margen de ganancias de un 35%
- Con la ayuda de este proyecto se reconoció la importancia de los soportes contables para que el estado financiero sea real y tenga credibilidad.

9 RECOMENDACIONES

- Para el municipio de pacho una idea empresarial de venta de comidas rápidas sería bueno un poco más de apoyo ya que es algo innovador para el municipio.
- Para los estudiantes de la modalidad sería bueno que se crearan espacios para que pusieran en práctica lo que aprenden y tomaran experiencia.
- Aplicar de manera adecuada los conocimientos contables y empresariales, para obtener un proyecto estructurado y consolidado.

10. Bibliografía

<https://es.scribd.com/doc/84692000/Manual-de-Funciones-Gerente-General>

<https://www.google.com.co/search?sclient=psy-ab&q=GOOGLE>

11. ANEXOS

Marco legal

Un marco legal es todo lo que comprende las acciones o disposiciones legales de alguna situación o caso, que regulan las operaciones de una organización, con los cuales se determinan los reglamentos que rigen la empresa, esto indica que la empresa se acoge a la reglamentación establecida por el gobierno y que por esta razón es posible obtener una defensa en caso de que se violen sus derechos, ya sean laborales, profesionales o de carácter de consumo.

En cuanto a la legalización de la empresa se consultó la página web de la cámara de comercio <http://www.ccb.org.co/>.

En cuanto a los beneficios que representa el crear empresa se consultó la ley 1014 de 2006 la cual nos habla sobre las garantías que ofrece el gobierno nacional a los jóvenes emprendedores que desarrollen proyectos productivos, especialmente el artículo 4 “promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema educativo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación...”

Otro beneficio es la ley 590 de microempresarios artículo 1 “Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos...”

Ley 3075 BPM MATERIAS PRIMAS E INSUMOS- Las condiciones de recepción de la materia prima deben evitar contaminación y alteración o daños físicos. Registro y control de proveedores- Requieren inspección previo a su uso, clasificación y análisis de laboratorio cuando se requiera- Limpieza con agua potable o medio adecuado de descontaminación- Materia prima congelada. Debe descongelarse a velocidad controlada y no podrán ser re congeladas.- Materia prima y producto terminado deben ocupar espacios diferentes

Obligaciones del empleador: Cada vez que se vincule un trabajador al empleador, le corresponde afiliar al trabajador al sistema de seguridad social en:

- Pensiones (Fondo de pensiones)
- Salud (E.P.S)
- Riesgos preferenciales (A.R.P)
- Firma de Contrato
- Abrir una carpeta con la hoja de vida del trabajador

ACTA 002

ESTABLECIMIENTO Y APROBACION DE LAS IDEAS EMPRESARIALES

LUGAR: Institución educativa departamental pio XII, 13 octubre de 2015

HORA: 2:00 pm

LUGAR: Salón de la licenciada Alexandra Morales Bautista

ASISTENTES:

- Estudiantes 1001
- Padres de familia
- Licenciada Alexandra Morales

REPRESENTANTES:

- Socios de la empresa

INVITADOS

- Padres de familia

ORDEN DEL DIA

1. Revisión y aprobación del acta anterior
2. Saludo y explicación de la actividad
3. Presentación de la nueva empresa
4. Aprobación de los padres
5. Planes para el desarrollo

DESARROLLO

1. Una vez revisada el acta anterior (con esto nos estamos refiriendo al acta de constitución de las ideas y los integrantes de las empresas) se procede a iniciar.
2. La licenciada Alexandra Morales Bautista saluda a los padres y se dirige a explicarles la actividad.

Una vez establecidas las ideas empresariales y los integrantes que van a conformar las empresas se tiene como objetivo una vez los padres las aprueben, empezar a elaborar todo lo desarrollado con esto: misión, visión, estudio de

mercado, estudio económico, estudio técnico, todo esto para desarrollar a cabalidad las ideas empresariales.

3. Una vez finalizada la explicación los integrantes de cada empresa se disponen a exponer frente a los padres de familia sus ideas empresariales para la aprobación.
4. Una vez finalizada la exposición los padres aprueban las ideas empresariales y los integrantes que las conformaran, y con ello dan sus opiniones al respecto.
5. Después de la aprobación los padres comentan varias ideas entre ellas:
 - Crear un fondo donde cada empresa pueda ahorrar para el futuro.
 - Que se trabaje con actas para cada producción, para un mayor orden.
 - Que se establezcan verdaderas normas que se deberán cumplir a cabalidad, esto para evitar problemas a futuro.

COMPROMISOS:

- Al finalizar los alumnos acuerdan total responsabilidad y dedicación con sus empresas.
- Del mismo modo los padres acuerdan total apoyo para con sus hijos esto sin comprometerse a hacer todo el trabajo.

CONVOCATORIA

Se pacta realizar reuniones continuas donde se vea cómo va el proceso y se encuentren resultados ya sean buenos o malos.

Firman

LICENCIADA ALEXANDRA MORALES

REPRESENTANTE DE LOS PADRES DE FAMILIA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
ENCUESTA DE PRODUCCION

FECHA: _____

1. SEXO

☐ Masculino

☐ Femenino

2. Edad

☐ 15 a 20 años

☐ 21 a 25 años

☐ 26 a 30 años

☐ 31 a 35 años

☐ 36 o más años

3. ¿Con que frecuencia consume snacks o productos de comida rápida tales como hamburguesas, hotdogs, pizzas, tacos, alitas etc.?

☐ nunca

☐ una vez al mes

☐ 3 a 5 veces al mes

☐ 6 a 8 veces al mes

☐ más de 10 veces al mes

4. ¿En cuál de los siguientes lugares consume frecuentemente snacks o comida rápida?

☐ Restaurantes o bares

☐ En su domicilio

☐ Puestos de comida

5. ¿De las siguientes características selecciones las 3 más importante para usted al momento de escoger algún producto de comida rápida?

☐ Calidad de la comida

☐ Apariencia del negocio (imagen, limpieza etc.)

☐ Promociones

☐ Precio

☐ La publicidad del producto

- ☐ Ubicación del negocio
- ☐ Variedad de comida
- ☐ La atención al cliente que ofrece el establecimiento

6. ¿Cuál comidas sueles hacer cuando consumes algún tipo de comida rápida?

- ☐ Desayuno
- ☐ Almuerzo
- ☐ Cena

7. De la siguiente lista seleccione 3 comidas rápidas que sean de su preferencia y las que mayormente consuma

- ☐ Hamburguesas
- ☐ Tortas
- ☐ Tacos
- ☐ Hot-dogs
- ☐ Alitas de Pollo (bbq cajun, etc.)
- ☐ Cremas y aderezos (crema de ajo, crema de quesos etc.)
- ☐ Nachos
- ☐ Tacos árabes
- ☐ Chicken tenders
- ☐ Papas fritas
- ☐ Quesadillas

8. ¿cuándo consume comida rápida con que bebida suele acompañarla?

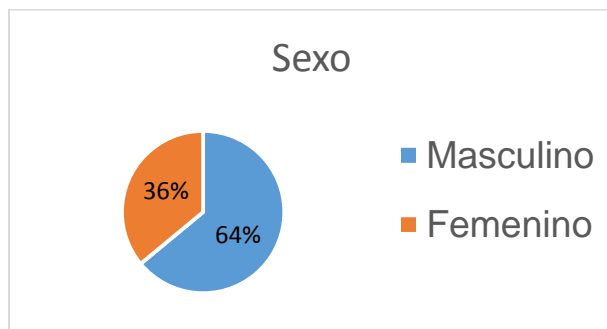
- ☐ Refrescos embotellados
- ☐ Refrescos o aguas naturales
- ☐ Cervezas o vinos
- ☐ Refrescos light

9. ¿Qué tipo de postre consume cuando asiste a un establecimiento de comida rápida?

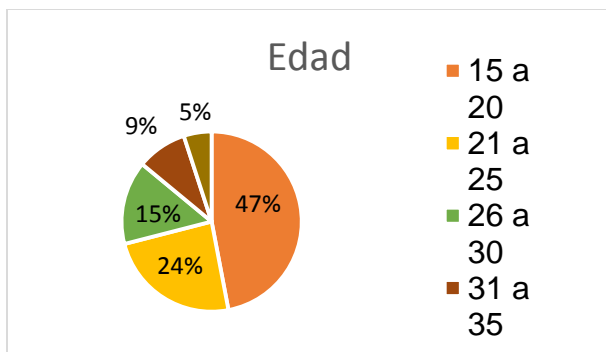
- ☐ Pasteles o pays
- ☐ Galletas
- ☐ Helados
- ☐ Frituras (sabritas, chicharrones etc.)
- ☐ Frappes
- ☐ No consume

10. ¿A través de qué medio de comunicación se informa o busca usted acerca de promociones, lanzamientos de nuevos productos, publicidad?

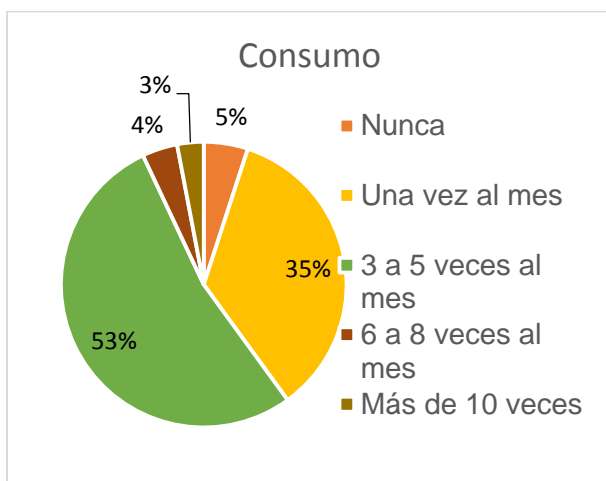
- ☐ Páginas web
- ☐ Twitter
- ☐ Facebook
- ☐ Periódicos
- ☐ Revistas
- ☐ Comentarios de boca en boca
- ☐ Televisión
- ☐ Radio



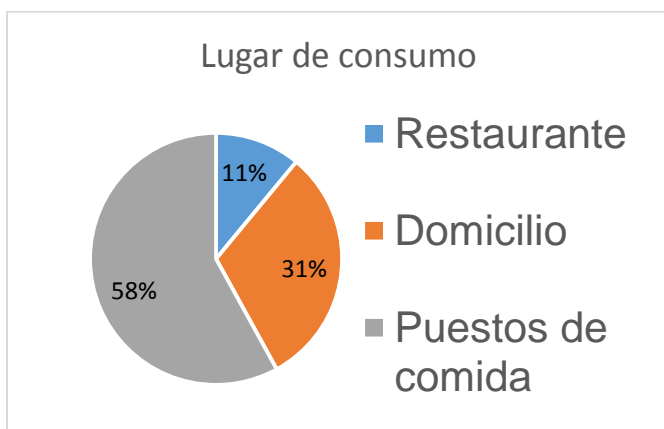
Podemos decir que la encuesta realizada por la idea empresarial la barra de MEMIN, fue respondida más por el género masculino que el femenino.



La población que más respondió la encuesta se encuentra en un rango de edad de 15 a 20 años, con el 47%. 21 a 25 años con el 24%. 26 a 30 años con el 15%.

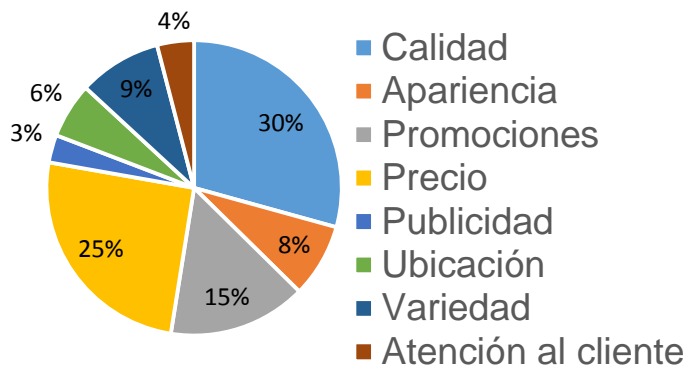


Podemos ver que la población encuestada del municipio de pachu consume con frecuencia de 3 a 5 veces comidas rápidas un equivalente al 53% y un 35% consume una vez al mes.



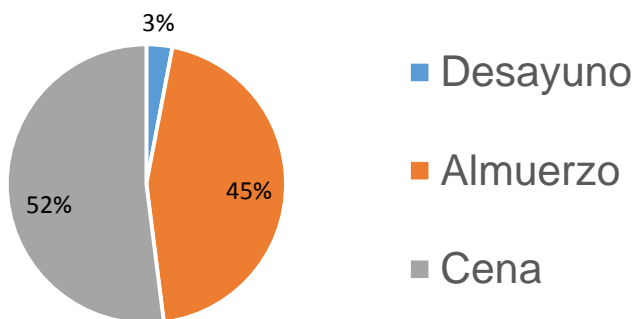
El 58% de la población pachuna prefiere consumir comida rápida puestos de comida, a domicilio 31% y en restaurantes un 11%

Características



Las cuatro características que más observa un pachuno para comer comidas rápidas es la calidad 30% precio 25% promociones 15% apariencia 8%.

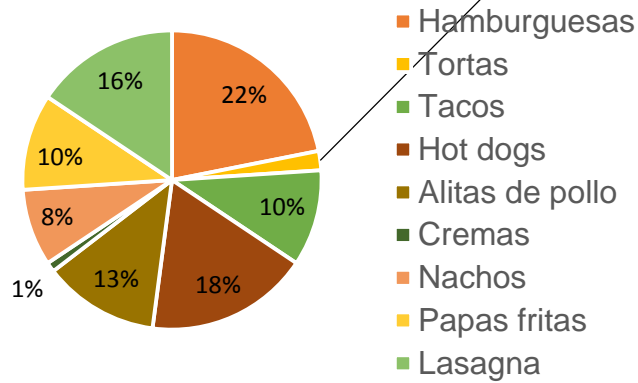
Hora de consumo



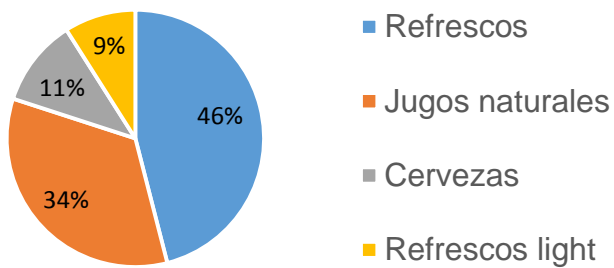
Las dos horas más frecuentadas por la población de pachos para consumir comidas rápidas son: cena 52% y almuerzo 45%.

Comida

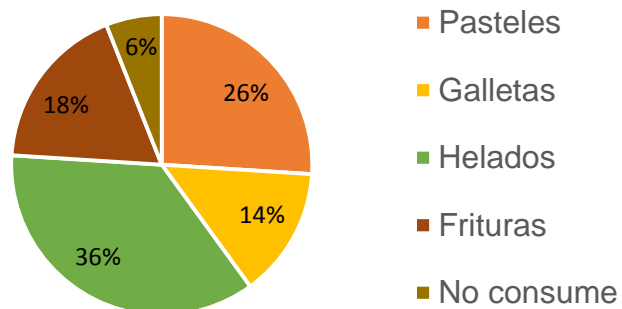
Podemos ver que es muy

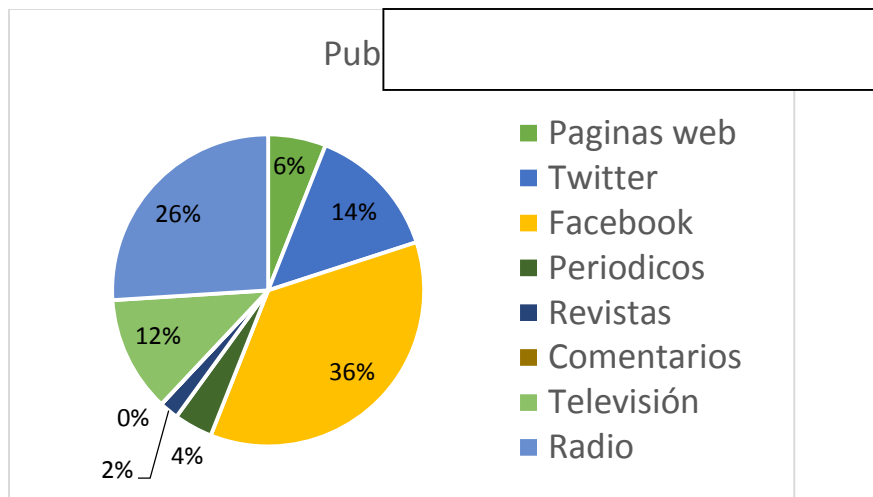


Bebida alcohólica



Panadería





DOFA

DEBILIDADES.

- Falta de capital.
- Falta de reconocimiento.
- Falta de un punto de venta específico.

OPORTUNIDADES.

- Participar en diferentes actividades.
- Innovar el producto.
- Nuevos clientes.
- Publicidad.

FORTALEZAS

- Respeto.
- Buen servicio al cliente.
- Compromiso.
- Honestidad.

AMENAZAS

- Competencia.
- Desastres laborales.
- Falta de actividades para ofrecer el producto.
- Clima.

LA BARRA DE MEMIN

El siguiente proyecto empresarial consiste en la elaboración, distribución y venta de comidas rápidas, con el fin de conformar una idea empresarial estable la cual sea una segura fuente de ingresos para cuando hayamos terminado nuestros estudios académicos. Nuestro principal objetivo es elaborar comidas de buena calidad y con el mejor servicio que a la vista de nuestros clientes se vea agradable para su consumo



LA BARRA DE MEMIN

Colegio PIO XII

Tel.: 3219340329

Labarradememin@outlook.com

LA BARRA DE MEMIN



Mas que un antojo

Tel.: 3219340329

MISSION

La barra de ~~memin~~ tiene como misión satisfacer las necesidades de nuestros clientes basándonos en la elaboración de productos tales como comidas rápidas, ofreciendo nuestros servicios a la comunidad ~~pachuna~~ por medio de un valor agregado que consiste en la venta del producto a domicilio. Donde se pretende ofrecer una gran comida, calidad, servicio, precio y sabor para todo tipo de gustos



Lista de precios

TACOS	5000
PECHUGAS	6000
COSTILLITAS	7000

VISION

La barra de ~~Memín~~ tiene como visión proyectarse para el 2020 como una de las mejores ideas surgidas del Colegio Pio XII para el municipio teniendo en cuenta nuestro riguroso y estricto control de calidad para que de esta manera se pueda establecer un menú más variado, nutritivo y exquisito para la comunidad.





LA BARRA DE NERIN



DESCRIPCIÓN

Q111-914

Teléfono: 0294510

Código de barras: 8400000000000

Ver más en: [ver más](#)



LA BARRA DE NERIN



DESCRIPCIÓN

Q111-914

Teléfono: 0294510

Código de barras: 8400000000000

Ver más en: [ver más](#)



LA BARRA DE NERIN



DESCRIPCIÓN

Q111-914

Teléfono: 0294510

Código de barras: 8400000000000

Ver más en: [ver más](#)



LA BARRA DE NERIN



DESCRIPCIÓN

Q111-914

Teléfono: 0294510

Código de barras: 8400000000000

Ver más en: [ver más](#)



(Ctrl)

▼



LA BARRA DE NERIN



DESCRIPCIÓN

Q111-914

Teléfono: 0294510

Código de barras: 8400000000000

Ver más en: [ver más](#)



LA BARRA DE NERIN



DESCRIPCIÓN

Q111-914

Teléfono: 0294510

Código de barras: 8400000000000

Ver más en: [ver más](#)



