

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACION DE POSTRES EN EL
MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A 2016

AILATAN SWEET

NATALIA PUERTAS

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
EDUCACION MEDIA TÉCNICA
EN ADMINISTRACION Y GESTION EMPRESARIAL
PACHO
2016

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACION DE POSTRES EN EL
MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A 2016

AILATAN SWEET

NATALIA PUERTAS YOSA

Asesor:

LIC. ALEXANDRA MORALES BAUTISTA

INSTITUCION EDUCATIVA DEPRATAMENTAL PIO XII
EDUCACION MEDIA TECNICA
EN ADMINISTRACION Y GESTION EMPRESARIAL
PACHO
2016

HOJA DE ACEPTACIÓN

1º Jurado

2º Jurado

3º Jurado

Pacho, 25 de octubre de 2016.

AGRADECIMIENTOS

Antes de decir que ya culmine con este proceso quiero agradecer principalmente a Dios, a mis padres y maestros por haberme conducido por el camino correcto, por confiar en mis capacidades y acompañarme en la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

Detrás de los grandes proyectos están grandes seres humanos como mis padres y la profesora Alexandra Morales a quienes dedico este proyecto, por compartir conmigo su tiempo y sabiduría, por guiarme; este triunfo está dedicado a ustedes y a tí Señor porque cuando estuve confundida me guiaste y fortaleciste.

RESUMEN

AILATAN SWEET, es una microempresa local fabricante y comercializadora de postres, ofrece a los habitantes del municipio un producto de alta calidad para que llenen de dulce sus vidas en los momentos de las tardes o en las horas de las onces a quienes buscan algo ligero y rápido.

ABSTRAC

AILATAN SWEET, is a local microenterprise manufacturer and marketer of dessert, offers the in habitants of the municipality a product of high quality to fill with sweet their lives in moments of the evening or in the hours of **onces** those seeking something light and quick.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido	
INTRODUCCIÓN	11
RAZON SOCIAL	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
OBJETIVOS.....	14
OBJETIVO GENERAL.....	14
OBJETIVOS ESPECIFICOS	14
JUSTIFICACION	15
5. MARCO TEORICO	16
Marco histórico	16
MARCO CONCEPTUAL:.....	17
MARCO REFERENCIAL:	18
6. METODOLOGIA	20
ESTUDIO DE MERCADO.	21
OBJETIVO:.....	21
6.1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	22
CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR.	24
CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	24
PRECIO.....	25
OFERTA Y DEMANDA.....	26
CANALES DE DISTRIBUCION.	27
ESTUDIO TECNICO.....	28
6.2.1. OBJETIVO.....	29
LOCALIZACIÓN OPTIMA DEL PROYECTO:	30
ADQUISICIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA.....	33
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	34
CALENDARIO DE PRODUCCION.....	35
FILOSOFIA INSTITUCIONAL	36

DISTRIBUCION EN PLANTA.....	37
6.2.8. PLANTA DE PERSONAL.....	38
ESTUDIO ECONOMICO	42
OBJETIVO.....	42
INVERSIÓN FIJA	42
COSTOS DE PRODUCCION.....	43
GASTOS	45
PUNTO DE EQUILIBRIO	46
COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO	47
ESTADO DE RESULTADOS	48
CRONOGRAMA DE GANT.....	49
CONCLUSIONES	50
RECOMENDACIONES.....	51
BIBLIOGRAFIA.....	52
ANEXOS.....	53
10.1. ACTAS.....	53
10.2. ENCUESTA	61
DOFA.....	73

INTRODUCCIÓN

Este proyecto productivo se hace con el fin de incentivar, innovar y promover la comercialización de postres, así mismo poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en la modalidad de Asistencia Administrativa, proponiendo una idea empresarial que se puede establecer en el nuestro municipio, satisfaciendo y deleitando el paladar de los clientes y consumidores, haciendo nuestro producto exequible a todo tipo de público, ya que los postres a base de gelatina se prestan para hacerlos en diferentes formas, tamaños y sabores, sin dejar atrás la atracción que tienen los postres en cualquier presentación para este caso los postres en presentación sencilla y pasabocas. Y con esta experiencia determinar si es posible la creación de una pequeña empresa que nos permita generar comercialización y a su vez empleo en el municipio de Pacho Cundinamarca.

1. RAZON SOCIAL

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACION DE POSTRES EN EL
MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A 2016



2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como estudiante de la especialidad gestión empresarial de la IED PIO XII, del municipio de Pacho, Cundinamarca, se quiere indagar la forma como se puede establecer empresa, es por esto que se trabaja una idea de empresa en este caso en la producción de postres, pues este producto no se consigue de buena calidad y con la frecuencia que se quisiera, tampoco existe el servicio a domicilio, por lo tanto se cree que esta idea de negocio podría ser viable, pues se sabe preparar los postres con ingredientes de calidad y una excelente presentación.

Luego de haber indagado, se desea iniciar a producir y distribuir postres que sobrepasen las expectativas de los clientes y consumidores del municipio para que de esta manera se sientan satisfechos y, puedan disfrutar de un delicioso postre cuando lo deseen, ya que se contará con un servicio a domicilio, para facilitar la obtención de los postres.

Con la puesta en marcha de este proyecto se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos en la especialidad, se potencializarán habilidades empresariales y se generan ingresos de la autora del proyecto.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar postres de forma artesanal a nivel regional teniendo en cuenta las normas de manipulación de alimentos y así proponer una idea empresarial factible y viable.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita reconocer el nivel de aceptación que tienen los postres dentro del municipio y con la información recolectada planear un estudio técnico y financiero, que establezca la viabilidad de esta idea empresarial.
- Fomentar la cultura emprendedora a partir del trabajo de una idea empresarial
- Elaborar postres donde se tengan presentes las normas de manipulación de alimentos que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente, de manera que este pueda degustar de un producto fresco, blando, esponjoso y que perdura sin perder sus propiedades en el transcurso de las horas.

4. JUSTIFICACION

Este proyecto demuestra el interés de su gestora por hacer prácticos los conocimientos adquiridos durante el ciclo empresarial del colegio PIO XII, haciendo de los postres una idea empresarial que puede dar origen de una microempresa llamada "AILATAN SWEET". Esto se hace con el fin de comercializar los postres en el municipio de Pacho y del mismo modo lograr una práctica rentable, todo esto entre una mentalidad empresarial, emprendedora y creativa

5. MARCO TEORICO

5.1. Marco histórico

Desde siempre los postres han tenido un sentido maravilloso, mágico y lleno de ilusión no solo para los niños. Los postres se han convertido en un complemento ideal en toda gastronomía. El postre, como se sabe, es el plato que se sirve al final de las comidas, desde la pieza de fruta más solitaria al pastel más elaborado, el postre puede convertirse en un simple recordatorio de comer fruta a diario, o puede ser una auténtica fiesta para el paladar.

La historia del postre comienza con la evolución de la gastronomía, la cual va de la mano de la evolución social y tecnológica, los romanos adquirieron su repostería gracias a conocimientos de los griegos, importando productos como las cerezas, que venían de Asia menor; las rutas comerciales, en la que se intercambiaban no solo materias primas sino también conocimientos gastronómicos, que dependían del curso de las guerras y alianzas entre los pueblos, la frugalidad que imperaba en los postres ibéricos quedó atrás cuando los romanos inventaron la península, trayendo consigo su buen comer.

Hoy, los cocineros estudian en las escuelas de cocina, donde tienen la oportunidad de conocer la tradición culinaria de su país y de las cocinas de todos los rincones del mundo, los mejores helados italianos conviven en los platos más exóticos condimentados del oriente.

El objetivo es dar a conocer diferentes postres a base de gelatina y tres leches para que los clientes se sientan satisfechos al consumir este producto, ya que se harán con buena calidad, para que utilicen nuestro servicio cuando lo necesiten o lo deseen, como en caso de alguna fiesta, reunión familiar, o simplemente como pasa boca diario.

5.2. Marco conceptual

- **POSTRE:** Tipo de plato que se caracteriza por ser dulce y por servirse al final de una comida o como plato principal en el desayuno o como aperitiva.
- **BASE:** Ingrediente esponjoso como la torta.
- **RELLENO:** Ingrediente, o conjunto de ingredientes dentro del postres, compuesto por una variación de gelatina o fruta.
- **ENDULZANTE:** Componente artificial o natural que le da un sabor más dulce al postre. (Azúcar /splenda/stevia)
- **DECORACION:** Conjunto de elementos decorativos, como crema, chocolate, frutas u otro.
- **SPLENDA:** Endulzante o edulcorante artificial, adecuado para el consumo de postres u otro alimento para aquellas personas que sufren algún tipo de enfermedad de azúcar. (Diabéticos)
- **STEVIA:** Endulzante o edulcorante natural, adecuado para el consumo de postres u otro alimento para aquellas personas que sufren algún tipo de enfermedad de azúcar. (Diabéticos)
- **GASTRONOMIA:** El postre es el plato de sabor dulce o agridulce que se toma al final de la comida. Cuando se habla de postres se entiende alguna preparación dulce, bien sean cremas, tartas, pasteles, helados, bombones, etc.
- **DULCE:** De sabor suave o agradable como el Azúcar o la miel.
- **MANJAR:** Algo comestible, comida muy apetitosa o delicada.

5.3. Marco referencial:

La historia del postre comienza con la evolución de la gastronomía, la cual va de la mano de la evolución social y tecnológica, los romanos adquirieron su repostería gracias a conocimientos de los griegos, importando productos como las cerezas, que venían de Asia menor; las rutas comerciales, en la que se intercambiaban no solo materias primas sino también conocimientos gastronómicos, que dependían del curso de las guerras y alianzas entre los pueblos, la frugalidad que imperaba en los postres ibéricos quedó atrás cuando los romanos inventaron la península, trayendo consigo su buen comer.

5.4. 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 previa 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

6. METODOLOGIA

Para elaborar este plan de negocio se realizó una encuesta a 50 personas de la zona urbana del municipio, herramienta que permite establecer un estudio de mercado para reconocer la oferta, la demanda, y el precio del producto.

OBJETIVO GENERAL

Indagar sobre los postres más solicitados, la cantidad de personas que consumen postres y los establecimientos a los cuales asiste periódicamente (competencia) para su obtención. Ofrecer el producto a la comunidad del municipio de pacho para su próxima comercialización.

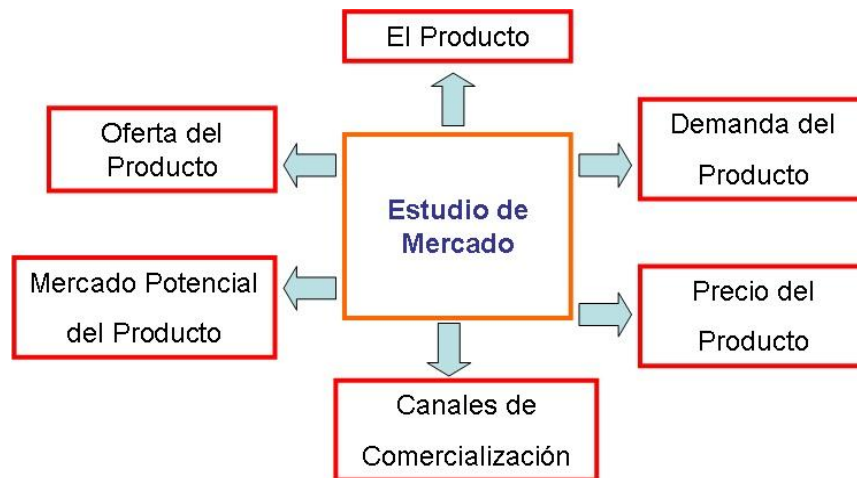
También tener nuestro servicio a domicilio para aquellos clientes que tienen dificultades de tiempo para adquirir nuestros postres.

Mostrar a los clientes y consumidores las grandes ventajas que se tienen al consumir postres.

6.1. ESTUDIO DE MERCADO.

6.1.1 Objetivo:

Es una etapa de recopilación y estudio de datos obtenidos e información acerca del mercado, los clientes y competidores. con esta información se establecen estrategias para crear un plan de negocios donde se trabaje un producto, que mejore los productos o servicios existentes.



Gráfica: Estudio de mercado

6.1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

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.

En la época prehispánica el territorio de Pacho se llamaba "Guateque" o "Gotaque" lo cual se deriva - "Gua"-: Montaña, - "Tha"-: fuerte y - "Que"-: elevada: es decir: "MONTAÑA FUERTE Y ELEVADA".

El territorio de Pacho estuvo habitado por dos tribus aborígenes descendientes de los Chibchas: Los "Rutes y los Gotaques". Sus gobernantes eran Uzaques o Jefes militares- y el último de ellos fue "Pacho" cuyo nombre en su lengua significaba "Padre Bueno" a quien los españoles antepusieron el nombre de Diego.

Él fue un gran organizador de la economía, valeroso defensor de su pueblo y promotor de la Paz a quien se atribuye la fundación de Pacho, probablemente en 1.624. Los primeros españoles llegaron a la región, bajo el mando del encomendero don Juan de Olmos en representación de Gonzalo Jiménez de Quesada.

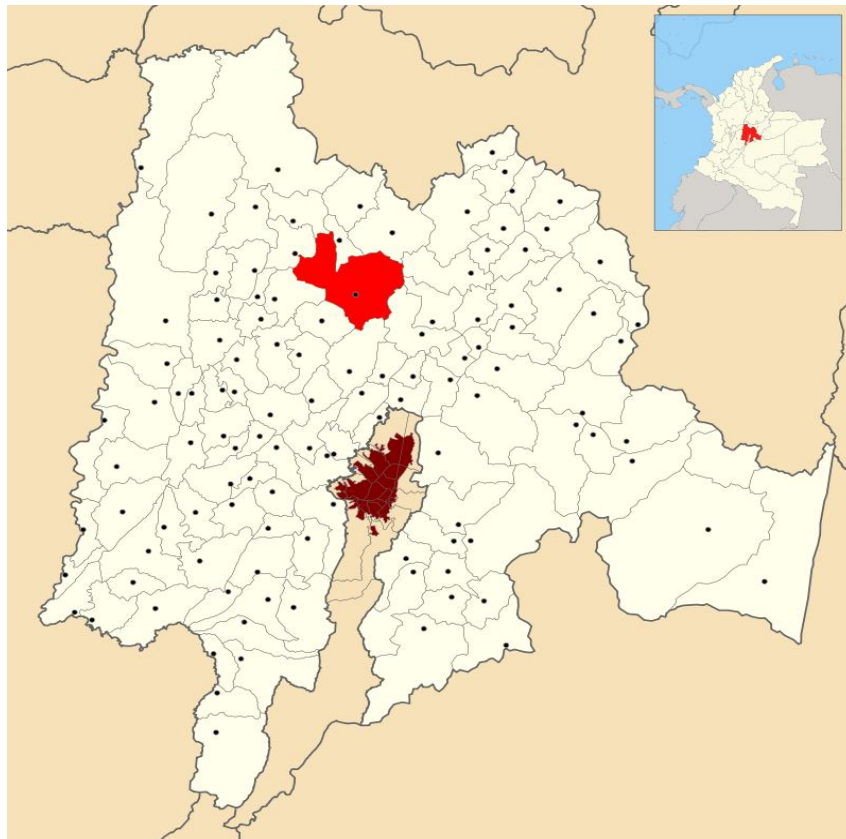


Figura 2: Mapa de Pacho Cundinamarca





Coordenadas:	 5°07'50"N 74°09'30"OCoordenadas:  5°07'50"N 74°09'30"O (mapa)
Entidad	Municipio
• País	 Colombia
• Departamento	 Cundinamarca
• Provincia	Rio Negro
Alcalde	RONALD RANGEL(2016-2020)
Eventos históricos	
• Fundación	25 de agosto de 1604 ¹
• Erección	1807 ¹
Superficie	
• Total	403 km ² ¹
Distancia	88 km a Bogotá ¹
Población (2015)	
• Total	27 179 hab. ²
• Densidad	67,44 hab/km ²
• Urbana	15 376 hab.
Gentilicio	Pachuno, -a
Huso horario	UTC -5

Tabla 1: Otros datos sobre Pacho

6.1.3. CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR.

Los postres son un producto que se puede consumir desde los 2 años, empezando con porciones pequeñas, hasta edades bastante avanzadas, excepto cuando es perjudicial para la salud.

El presupuesto del consumidor no tiene que ser tan elevado para adquirir este producto, ya que se venderá al por mayor y al detal

6.1.4. CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.

Los postres de Ailatan Sweet, son productos de consumo perecedero. Estos productos se venderán en moldes de 7 oz, con tapa, cuchara desechable, y su respectiva servilleta.

- USOS.

Los postres son un producto que se pueden consumir al desayuno, medias mueves, onces, también se pueden utilizar como obsequios comestibles o en reuniones.

- PRODUCTOS SUSTITUTIVOS Y COMPLEMENTARIOS.

Los productos sustitutivos del prostre son: el Mouse, el Chesscake, los Esponjados, las Ensaladas de Frutas, entre otros; y los productos complementarios son: galletas, frutas, helado, chocolate, entre otros.

6.1.5. PRECIO

La empresa “Ailatan Sweet” fijará el precio teniendo en cuenta el precio de los competidores, gastos, costos y un buen margen de ganancias.

Los precios de los postres para el 2017 serán según el tamaño del postre.

Políticas de precios y crédito. La empresa “Ailatan Sweet” comercializará y venderá sus productos únicamente de contado. Se contemplarán descuentos del 3% sólo para aquellos clientes o consumidores que superen el valor de \$50.000 en la adquisición de nuestros productos.

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
1.PANADERIA ALASK'	Centro Pacho	576	Regular	\$2500	6-8
2.PAN ROMA	Barrio la Palmita	480	Muy bueno	\$2500 \$3000	3
3.PANADERIA SAN LUIS I	Centro Pacho	1300	Regular	\$2500	6
4.PANADERIA SAN LUIS II	Centro Pacho	1800	Bueno	\$2500	7
5.PANADERIA LA VILLA HOLANDESA	Centro Pacho	1440	Muy bueno	\$2000 A \$3000	6

Tabla 2: Oferta de postres en el Municipio de Pacho

- **DEMANDA.** cantidad de bienes o servicios que el mercado

225 POSTRES al mes			
120 X 12 meses = 1440 POSTRES por año			
1440 X 1500 valor c/u = \$2.160.000			
AÑO	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
2016	1440	1500	\$ 2.160.000
2017	1604	1580	\$ 2.534.320
2018	1786	1665	\$ 2.973.690
2019	1989	1754	\$ 3.488.706
2020	2215	1848	\$ 4.093.320

Tabla 3: Demanda

6.1.7. CANALES DE DISTRIBUCION.

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



Figura 3: Canal de distribución

6.2. ESTUDIO TECNICO

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 satisfacerla demanda estimada en la planeación.

6.2.1. OBJETIVO

Este estudio permite obtener el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto

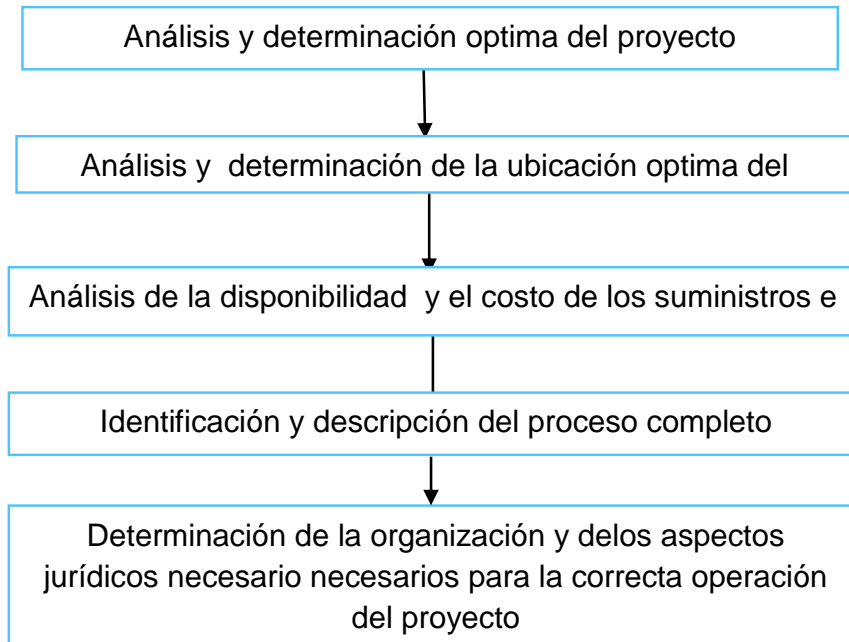


Figura 4: Objetivo estudio tecnico

6.2.2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO:

El objetivo general de la empresa AILATAN SWEET es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta de producción y comercialización.

La localización óptima de AILATAN SWEET será en el barrio el centro. Para la localización óptima del proyecto se tuvo en cuenta la materia prima disponible en el sector, la mano de obra, el costo de los insumos, los servicios y la cercanía del mercado. Barrio centro comercial La fuente

- DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

1. Integración total. Consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. Mínima distancia del recorrido. Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, tarazando el mejor flujo.
3. Utilización del espacio cubico. Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tiene espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
4. Seguridad y bienestar del trabajador, este debe ser uno de los objetivos principales de toda distribución.

Flexibilidad. Se debe tener una distribución que pueda reajustarse fácilmente los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.

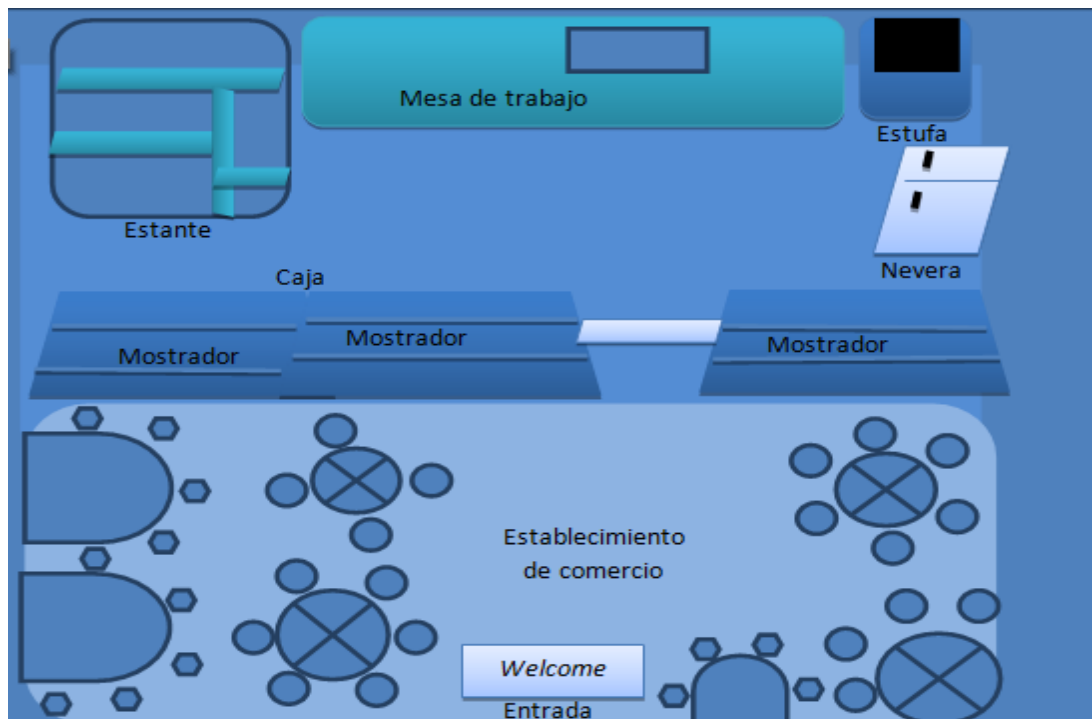


Figura 4: Plano de distribución en planta

6.2.3. ADQUISICIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA

EQUIPO Y MAQUINARIA	PRECIO \$	DIMENSIONES	DEPRECIACION
1 Nevera	\$600.000	1m x 1m	5 AÑOS
1 Batidora	\$ 90.000	25cm x 20cm	2 AÑOS
1 Licuadora	\$150.000	17cm x 17cm	15 AÑOS
4 Recipientes	\$ 20.000	30cm x 20cm	2 AÑOS
Utensilios de cocina	\$ 50.000		2 AÑOS
Total	\$910.000		

Tabla 6: Equipo y maquinaria

6.2.4. DESCRIPCION DEL PROCESO

Ingredientes para la preparación de 30 postres (fresas con crema) de AILATAN SWEET

CANTIDAD	DETALLE	VALOR
2 libras	Fresa	\$6.000
1 litro	Crema de leche	\$6.000
100 ml	Escencia de vainilla	\$2.400
1 libra	azucar	\$1.400
Total	Materia prima	\$15.800
Total	Mano de obra	\$3.000
	Materiales	\$4000
	Luz	\$2000
Total	Producción	\$24.800

Tabla 7: Descripción del proceso

6.2.5. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

La empresa AILATAN SWEET adopta el programa de producción constante porque durante todo el año se venden postres, teniendo en cuenta que en algunos periodos del año se comercializan y se venden más.

EMPRESA: AILATAN SWEET

PROCESO: POSTRES

DEPENDENCIA		ELABORADO POR SU PROPIETARIA	
Nº	DESCRIPCION	TIEMPO (MIN)	OBSERVACIONES
1	COMPRAR FRESAS	2	
2	COMPRA DE CREMA DE LECHE	2	
3	AZUCAR	2	
4	ESCENCIA DE VAINILLA	2	
5	BATIR LA CREMA HASTA CONSEGUIR UNA CONSISTENCIA	10	
6	AÑADIR AZUCAR	1	
7	AÑADIR LA ESCENCIA	1	
8	MEZCLAR INGREDIENTES	4-5	
9	PICAR FRESAS	10	
10	EMPACAR	15	
11	REFRIGERAR	2	
	Totales		

Tabla 8: Programa de producción

- CALENDARIO DE PRODUCCION

MES DEL AÑO	PRODUCCION POR UNIDAD	CAPACIDAD UTIL. EN LA INSTALACION
MARZO	30	70%
ABRIL	30	70%
MAYO	30	70%
JUNIO	30	70%
JULIO	30	70%
AGOSTO	30	70%
SEPTIEMBRE	30	70%
OCTUBRE	30	70%

Tabla 9: Calendario de producción

6.2.6. FILOSOFIA INSTITUCIONAL

6.2.6.1. MISION

Es una microempresa ubicada en Pacho Cundinamarca con la acción de elaborar de forma artesanal postres en variedad formas, sabores, tamaños e innovaciones. Buscamos ser reconocidos en el pueblo por imagen y calidad, para la cual se tiene en cuenta las normas de manipulación de alimentos. Teniendo como motivación la satisfacción de los consumidores.

6.2.6.2. VISION

Para el 2020 AILATAN SWEET se consolidara como una cadena repostera con presencia en algunas ciudades del país ofreciendo los más exquisitos postres conquistando el paladar de la mayor parte de las familias a nivel regional.

6.2.6.3. PRINCIPIOS INSTITUCIONALES

- Realizar la producción con calidad
- Contribuir al desarrollo del municipio garantizando satisfacción al cliente
- Transmitir la visión de ser líderes en el municipio de Pacho

6.2.6.4. VALORES INSTITUCIONALES

- Honestidad: Realizando nuestro trabajo con transparencia y rectitud.
- Lealtad: Fidelidad ante la microempresa, buscando su perseverancia
- Respeto: Escuchando y valorando las opiniones y puntos de vista de los demás, buscando armonía personal y laboral

6.2.7. DISTRIBUCION EN PLANTA

La planta de esta dividida en las siguientes áreas:

- Área de producción: es un área de 4*2mts tiene conexión directa con la zona administrativa y que a su vez tiene comunicación con el área de almacenamiento.
- Área de descanso: es un área de 3*4 contiene conexión entre sí con la zona de producción para mayor comodidad del trabajador.
- Área de almacenamiento: es un área de 3*4 es la zona donde los productos ya finalizados están listo para su distribución.

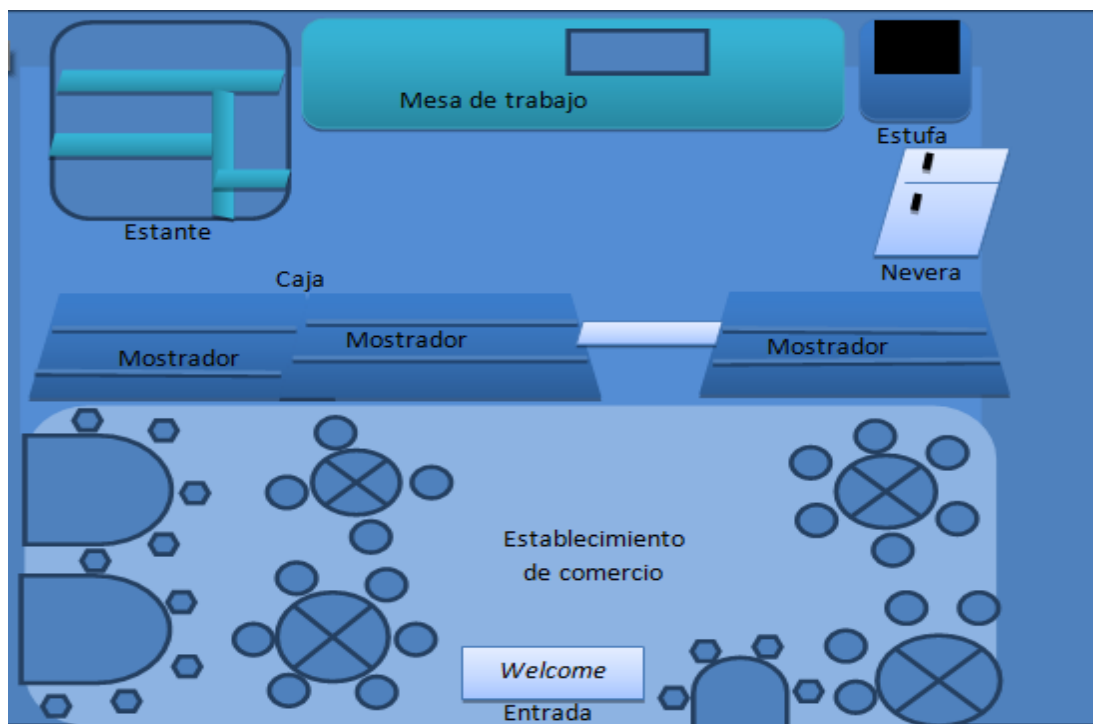


Figura 5: Distribución en planta

6.2.8. PLANTA DE PERSONAL

Manual de funciones

Nombre del cargo:	GERENTE GENERAL (área: operativa)
Jefe inmediato:	PROPIETARIOS O SOCIOS
Número de personas en el cargo:	1

Objetivo:

LIDERAR PROCESOS EN LOS DIFERENTES PROCESOS QUE SE DAN EN LA EMPRESA.

Funciones

1) Designar todas las posiciones gerenciales.

2) Realizar evaluaciones periódicas acerca de las funciones de los diferentes departamentos.

Perfil del cargo:	Responsable de la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán la empresa.
Requisitos	Requisitos intelectuales
	Escolaridad: bachiller técnico curso (s) de repostería
	Experiencia: 1 año
	HABILIDADES: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía.
	Responsabilidades: Entregar los productos en buenas condiciones organolépticas, respetando las prácticas de seguridad e higiene en la manipulación de los alimentos, para la previa distribuirlas y consumo de los productos.
	Ambiente: ruidoso y de calor, momentáneos
	Riesgo: Quemaduras leves y posibles cortaduras
	Requisitos físicos: resistencia a peso normal y a jornadas un poco extensas.

Tabla 10: Planta de personal

Manual de funciones

Nombre del cargo:	Gerente de producción
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas en el cargo:	1

Objetivo:
responsable de controlar y supervisar que el trabajo de los empleados o auxiliares se cumplan satisfactoriamente

Funciones

- 1) Garantizar el buen funcionamiento de la línea de producción
- 2) Supervisar el trabajo del personal y hacen frente a los problemas.

Perfil del cargo:	Se encargan de gestionar los materiales y los trabajadores. Se aseguran de que la producción es tan eficiente como sea posible
Requisitos	<p>Requisitos intelectuales</p> <p>Escolaridad: bachiller técnico curso (s) de repostería</p> <p>Experiencia: 1 año</p> <p>HABILIDADES: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía.</p> <p>Responsabilidades: Entregar los productos en buenas condiciones organolépticas, respetando las prácticas de seguridad e higiene en la manipulación de los alimentos, para la previa distribuirlas y consumo de los productos.</p> <p>Ambiente: ruidoso y un de calor, momentáneos</p> <p>Riesgo: Quemaduras leves y posibles cortaduras</p> <p>Requisitos físicos: resistencia a peso normal y a jornadas un poco extensas.</p>

Tabla 11: Planta de personal

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Gerente de ventas y mercadeo
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas en el cargo:	1
Objetivo:	
Funciones	
1) Diseñar y desarrollar estrategias tendientes a incrementar la rentabilidad y participación en el mercado nacional. 2) Definir las políticas de mercadeo y distribución. 3) Supervisar la rotación de los productos de la empresa	
Perfil del cargo:	Planear, supervisar y controlar permanentemente la implementación de políticas administrativas y financieras que garanticen el óptimo funcionamiento de la empresa
Requisitos	Requisitos intelectuales
	Escolaridad: bachiller técnico curso (s) de repostería
	Experiencia: 1 año
	HABILIDADES: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía.
	Responsabilidades: Entregar los productos en buenas condiciones organolépticas, respetando las prácticas de seguridad e higiene en la manipulación de los alimentos, para la previa distribuirlas y consumo de los productos.
	Ambiente: ruidoso y un de calor, momentáneos
	Riesgo: Quemaduras leves y posibles cortaduras
	Requisitos físicos: resistencia a peso normal y a jornadas un poco extensas.

Tabla 12: Planta de personal

6.2.8.1. ORGANIGRAMA



Figura 6: Organigrama

6.3. ESTUDIO ECONOMICO

6.3.1. OBJETIVO

Ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (estudio técnico y de mercado), y elaborar los cuadros analíticos que sirven para el análisis financiero.

6.3.2. INVERSIÓN FIJA

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

MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

1 Nevera	\$600.000
1 Batidora	\$ 90.000
1 Licuadora	\$150.000
4 Recipientes	\$ 20.000
Utensilios de cocina	\$ 50.000
Total	\$910.000

Tabla 13: Maquinaria y herramientas

6.3.4. COSTOS DE PRODUCCION

Los costos de producción están formados los siguientes elementos:

6.3.4.1. MATERIA PRIMA

Son los materiales que de hecho entran forman parte del producto terminado (Fresas con crema)

MATERIAS PRIMAS	MES	AÑO
INGREDIENTES Y SERVICIOS	Fresas	\$6.000
	Crema de leche	\$6.000
	Azúcar	\$1400
	Escencia de vainilla	\$2.400
	Recipientes y cucharas	\$4.000
		\$19.800* 4= \$79.200
	Servicios	\$2.000*4=\$8.000
	Total:	\$87.200
		\$1.046.400

Tabla 14: Materia prima

6.3.4.2. MANO DE OBRA DIRECTA

Es la que se utiliza para transformar la materia prima en un producto determinado

MANO DE OBRA	MES	AÑO
SUELDOS	\$12.000	\$144.000

Tabla 15 : Mano de obra

6.3.4.3. MATERIALES INDIRECTOS

Forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado sin ser el producto en sí.

DETALLES	MES	AÑO
MATERIALES	\$28.000	\$336.000

Tabla 16: Materiales Indirectos

6.3.4.4. COSTOS 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

Tabla 17: Costos de insumos

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
03//05/2016	\$19.800	\$3.000	\$2.000	\$24.800
17/06/1016	\$19.800	\$3.000	\$2.000	\$24.800
24/07/2016	\$19.800	\$3.000	\$2.000	\$24.800
26/08/2016	\$19.800	\$3.000	\$2.000	\$24.800
30//08/2016	\$19.800	\$3.000	\$2.000	\$24.800
03/09/1016	\$19.800	\$3.000	\$2.000	\$24.800
24/09/2016	\$19.800	\$3.000	\$2.000	\$24.800

Tabla 18: Gastos

6.3.6.PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: el volumen de producción, planteamiento de resultados, niveles de costos, entre otros.

En una empresa el punto de equilibrio, es el punto en el cual el valor de los ingresos por venta es exactamente igual a los costos fijos y variables; en este punto la empresa no obtiene ganancias, ni pérdidas al aumentar el nivel de ventas, por el contrario, al bajar el nivel de ventas la empresa incurre en una pérdida.

También es un instrumento que le permite a la administración de la empresa formular las políticas y formar las decisiones sobre el nivel de producción, cantidades de productos a comercializar a corto tiempo para mantener el nivel de utilidad utilizado, teniendo en cuenta las variables, precios, costos fijos, costos variables y volumen de ventas.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNA SOLA PRODUCCION	17 Postres
UNIDADES DE PRODUCCIÓN	30 POSTRES
PORCENTAJE DE UTILIDAD	(44%)

Tabla 19

PUNTO DE EQUILIBRIO EN 4 PRODUCCION EN EL MES	67 POSTRES
UNIDADES DE PRODUCCION	120 UNIDADES
PORCENTAJE DE UTILIDAD	(44%)

Tabla 20

PUNTO DE EQUILIBRIO EN 48 PRODUCCIONES EN EL AÑO	794 POSTRES
UNIDADES DE PRODUCCION	1440 UNIDADES
PORCENTAJE DE UTILIDAD	(44%)

Tabla 21: Punto de equilibrio

COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO

MATERIA PRIMA	VALOR ANUAL
Materia prima directa	\$950.000
Materia prima indirecta	\$336.000
Total materia prima	\$1.286.000

Tabla 22: Costo unitario del producto

Mano de obra anual	\$144.000
--------------------	-----------

Tabla 23: Mano de obra actual

Otros costos de fabricación	Valor Anual
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$87.996
Servicios Públicos	\$96.000
Arriendo.	\$1'800.000
TOTAL	\$1'983.000

Tabla 24: Otros costos de fabricación

(+) Materia prima	\$950.400
(+) Mano de obra	\$144.000
(+) Otros costos de fabricación	\$240.000
(=) Total	\$1.334.400
(/) unidades producidas	1440
(=) Valor unidad producida	\$926

Tabla 25 : Costos de fabricación

ESTADO DE RESULTADOS

VENTAS	VALORES POR AÑO
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 2.160.000
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 1.190.000
UTILIDAD BRUTA	\$ 970.000
GASTOS OPERACIONALES	\$ 0
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 0
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 0
UTILIDAD NETA	970.000
% DE UTILIDAD	45%

Tabla 26: Estado de resultados

CRONOGRAMA DE GANT

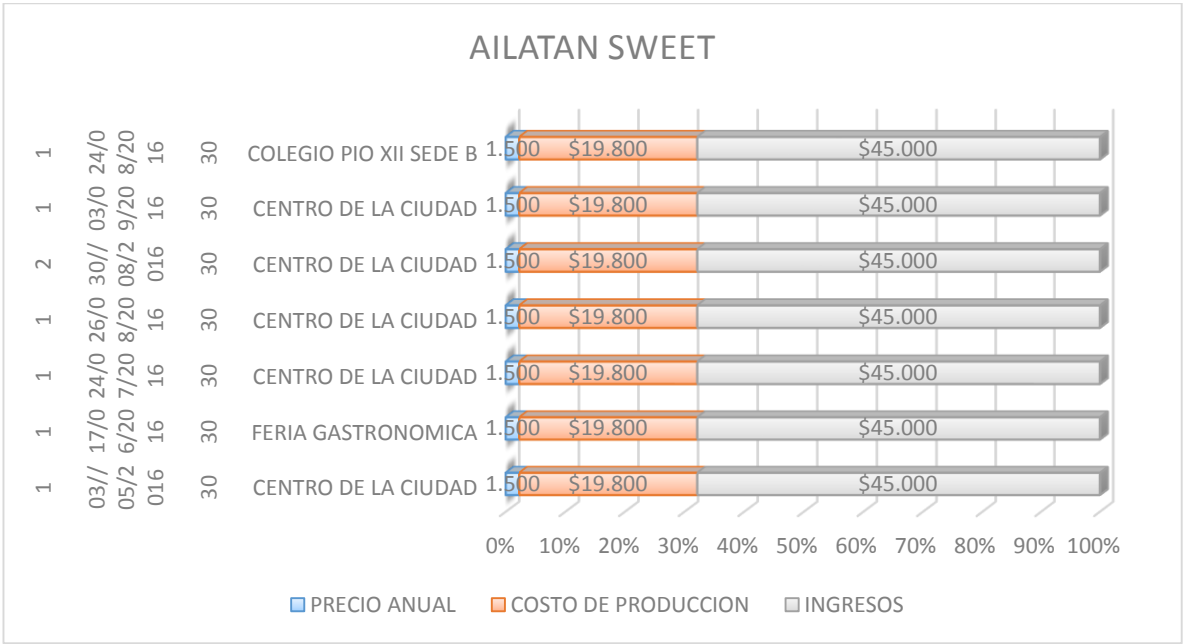


Figura 7: Cronograma de gant

CONCLUSIONES

- Para elaborar un buen proyecto de grado se deben seguir las pautas correspondientes.
- Por medio del proyecto de grado, se llega a tener grandes conocimientos acerca del comercio Pachuno.
- El comercio en Pacho Cundinamarca, con respecto a los postres a base de gelatina no es muy reconocido, por lo cual **ES UNA GRAN OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.**
- Se obtuvo conocimiento sobre la oferta y demanda, correspondiente a los postres a base de gelatina, en que existe en nuestro municipio.
- En el municipio de Pacho, gran parte de la población prefieren los postres a base de gelatina por su sabor y nutrición

RECOMENDACIONES

- Iniciar la realización del proyecto de grado desde 10°, para evitar retrasos e inconvenientes en el grado 11°
- Llevar a cabo el proyecto siguiendo las pautas establecidas
- Tener claro todo sobre el tema y proyecto de grado
- Interesarse por sacar adelante el proyecto de la mejor manera posible.
- Realizar la producción poniendo en práctica las Buenas Prácticas de Manufactura
- Garantizar la calidad y calidez del producto

BIBLIOGRAFIA

- https://www.google.com.co/?gfe_rd=ssl&ei=tj_V7O2Ho6_-wWCvbXoBA
- <http://www.urosario.edu.co/cienciashumanas/documentos/trabajos-de-grado.pdf>
- <http://www.solocontabilidad.com/costos-por-procesos/informe-de-produccion>

ANEXOS

10.1. ACTAS

ACTA 001

FECHA: 29 de enero de 2015

HORA: 2 A 4 Pm

LUGAR: Institución Educativa Departamental Pio XII

ASISTENTES: Estudiantes grado 10-01

INVITADOS: LIC. Alexandra Morales

ORDEN DEL DIA:

1. Reconocer y decidir con que idea empresarial participaran
2. Escoger los socios con quienes emprenderán este proyecto.
3. compromiso de cumplir lealmente con la empresa y con todo lo que conllevara los requisitos escolares
4. Nombrar la idea empresarial y realizar todo con desempeño.
5. Propositiones y varios

DESARROLLO

1. De acuerdo con lo explicado por la profesora Alexandra sobre constituir una empresa, se empezó a dialogar sobre la razón social y logotipo de esta, también de los productos que se ofrecerán.
2. Se consolidó que los socios de la empresa serían Natalia Puertas, Natalia Sánchez y Nicolás Suarez.
3. Se acordó que se cumpliría de manera responsable tanto con las obligaciones escolares como con la idea empresarial naciente.
4. Estando todos los socios dio una idea de cómo sería la razón social y el logotipo, se acordó como razón social Sweet Taste. En forma de letrero siendo sostenido por un oso panda.
5. Se propuso ser una idea empresarial de elaboración artesanal de Postres.

Se cierra el acta 001 del 29 de enero de 2015

FIRMAN

Natalia Sanchez

T.i. 1001090097

Natalia Puertas

T.i. 98121711672

Nicolas Suarez

C.c.1073608803

ACTA 002

FECHA: 13 de Febrero de 2015

HORA: 8:00 am

LUGAR: I.E.D Pio XII

ASISTENTES: Estudiantes grado 10-01

INVITADOS: Docente Alexandra Morales

Padres de familia

ORDEN DEL DIA

1. Saludo y palabras de la docente Alexandra Morales.
2. Presentación de cada idea empresarial frente a los padres.
3. Aprobación de la idea empresarial por parte de los padres.
4. Preposiciones y varios.

DESARROLLO

1. La licenciada Alexandra Morales realizo una oración, dio la bienvenida y hablo sobre lo que sería la reunión, recordándonos la modalidad y todos los aspectos positivos del ejercicio.
2. Cada empresa hablo de su primera idea, de como se llamaría, de su logo, de los socios y de los que ofrecerían, con el fin de que los padres de familia les dieran su aprobación.
3. Al finalizar la presentación de todas las ideas empresariales, los padres dieron su aprobación y a la ves los aspectos negativos y positivos que veían a futuro.
4. No hubo preposiciones ni varios

Se cierra el acta 002 del 13 de febrero de 2015

FIRMAN

Natalia Sanchez

T.i. 1001090097

Natalia Puertas

T.i. 98121711672

Nicolas Suarez

C.c.1073608803

ACTA 003

FECHA: 15 de octubre de 2015

HORA: 2 a 4 Pm.

LUGAR: I.E.D. PIO XII

ASISTENTES: Estudiantes Grado 10-01

INVITADOS: ALEXANDRA MORALES

ORDEN DEL DIA

1. Términos y condiciones de la liquidación de la empresa
2. División del capital de la idea empresarial
3. cierre del acta y liquidación total de la empresa
4. Propositiones y varios.

DESARROLLO

1. Se decidió liquidar la empresa por decisión unánime de los socios, se comentó con la Docente y padres de familia hasta finalmente aprobar su liquidación, se acordó que ningún socio se quedaría con su razón social ni su eslogan. Natalia Puertas se quedó con el fondo documental que reunión la empresa durante su vigencia, Natalia Sánchez, se quedó con la materia prima sobrante.
2. Del capital total cada socio recupero sus \$14.000 de división inicial y \$20.000 de ganancia dando un total de \$34.000, la empresa se quedó sin capital y cada socio adquirió su parte equitativa.
3. Todos sus socios firmaron el acta de liquidación, conformes y de acuerdo con los términos y la división de capital.
- 4.No hubo preposiciones ni varios.

Se cierra el acta 003 del 15 de octubre de 2015

FIRMAN

Natalia Sanchez

T.i. 1001090097

Natalia Puertas

T.i. 98121711672

Nicolas Suarez

C.c.1073608803

ACTA 004

FECHA: 22 de octubre de 2015

HORA: 2 A 4 Pm

LUGAR: I.E.D. Pio XII

ASISTENTES: Estudiantes del grado 10-01

INVITADOS: LIC. Alexandra Morales

ORDEN DEL DIA

- 1.Continuacion de una idea empresarial con un capital independiente de socio alguno.
- 2.Razon social.
- 3.Proposiciones y varios

DESARROLLO

- 1.Como fundadora de la idea empresarial se acordó con los antiguos socios que Natalia Puertas continuara con el proyecto.
- 2.Bajo las condiciones de la liquidación total de la idea empresarial anterior se debe crear una nueva razón social y logotipo.
- 3.No hubo ni preposiciones ni varios

Se cierra el acta 004 del 22 de octubre de 2015

FIRMAN

Natalia puertas

T.I. 98121711672

10.2. INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII

ENCUESTA: AILATAN SWEET

OBJETIVO

GRADO 1101

Se realizó la siguiente encuesta a 50 personas del municipio, con el objetivo de conocer la demanda, la oferta y el precio del producto que se comercializara en el municipio de Pacho.

1. ¿Le gustan los postres?

SI ____ NO ____ ¿POR QUÉ? _____

2. ¿Tiene algún problema de salud por el cual no pueda consumir postre?

SI ____ NO ____ ¿CUÁL? _____

3. ¿Cada cuánto consume postres?

Diario ____ Semanal ____ Mensual ____ Otro ____

4. ¿En qué establecimiento le gusta comprar postres?

_____ ¿Por qué?

Sabor ____ Costo ____ Calidad ____ Servicio ____ Otro ____

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre?

De \$1000 a \$1500 ____ De \$1500 a \$ 2000 ____ Más ____

6. ¿Qué tipo de sabor de postres le gustan?

Fresa ____ Limón ____ Salpicón ____ Naranja ____ Mora azul ____
Frutos rojos ____ Otro ____ ¿CUÁL? _____

7. ¿Le gustaría tener un servicio a domicilio?

SI ____ NO ____ ¿POR QUÉ? _____

8. ¿Le gustaría algún tipo de postre light?

SI ____ NO ____ ¿POR QUÉ? _____

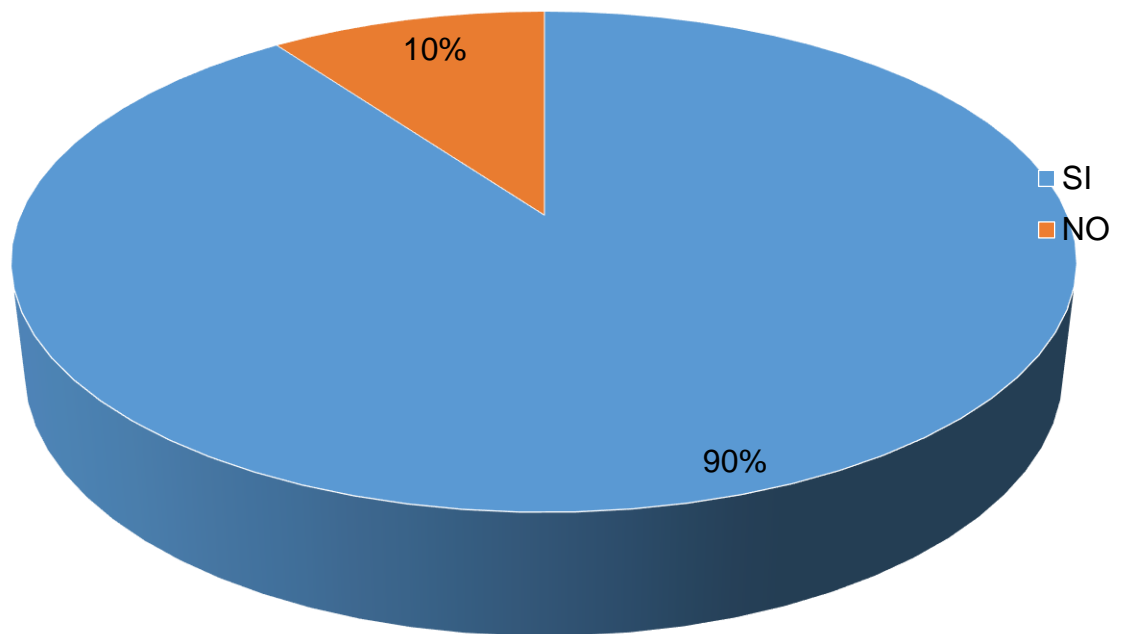
9. Le gustaría que la decoración del postre fuera con:

Chocolate ____ Fruta ____ Crema ____ Otra ____ ¿CUÁL? _____

10. ¿Cómo le gustaría la presentación de los postres?

Elegante ____ Sencilla ____ Formal ____ Otra ____ ¿CUÁL? _____

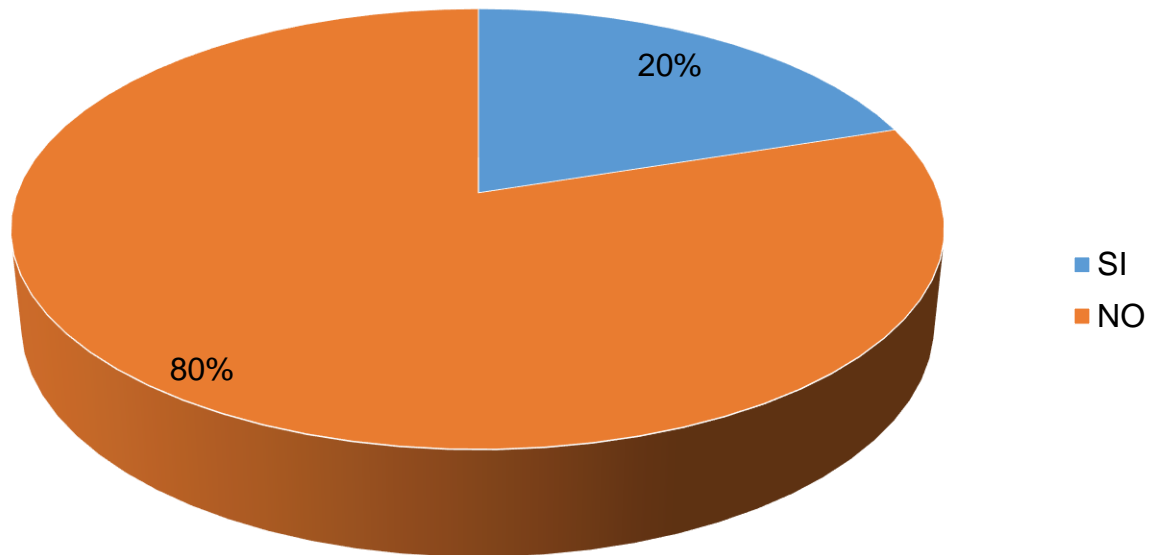
1. ¿LE GUSTAN LOS POSTRES A BASE DE GELATINA?



Fuente encuesta realizada por la idea empresarial aillatan sweet

Al 90% de la población de Pacho le gusta los postres; y el 10% de la población no les gusta los postres.

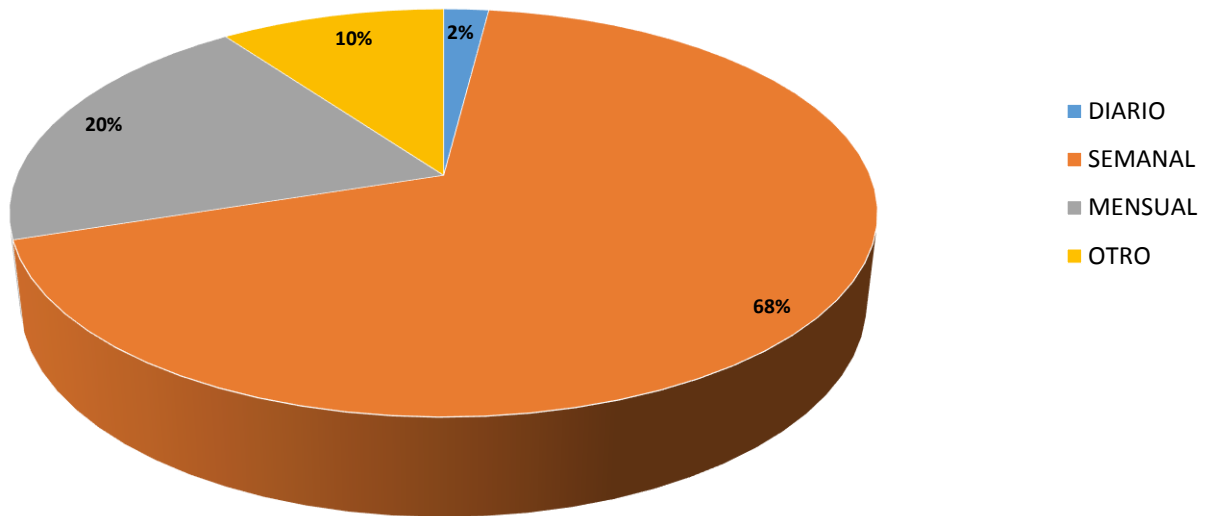
**2. ¿TIENE ALGÚN PROBLEMA DE SALUD POR EL CUAL NO
PUEDA CONSUMIR POSTRES?**



El 80% de la población de Pacho no tiene problemas de salud que le impidan consumir postres, y el 20% de la población si tiene problemas de salud que le impide consumir postres.

Fuente encuesta realizada por la idea empresarial ailtan sweet

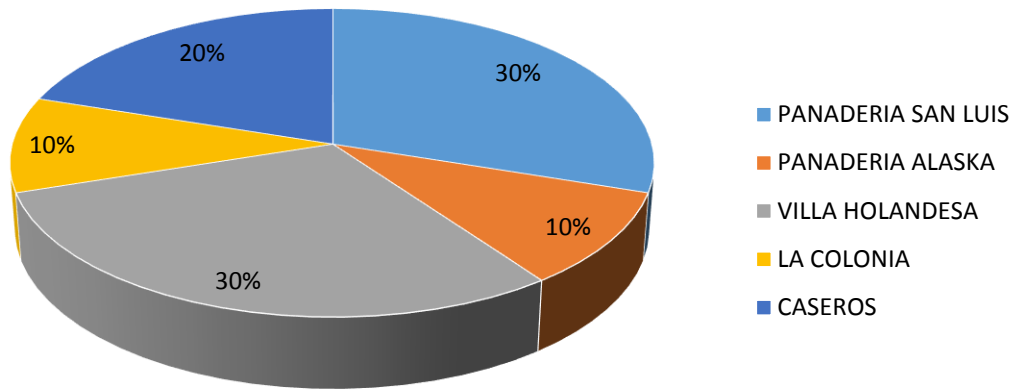
3. ¿CADA CUÁNTO CONSUME POSTTRES?



El 68% de la población de Pachón consume postres semanal, el 20% de la población mensual, el 10% de la población consume en ocasiones especiales u otro tipo fechas y el 2% de la población consume postres diariamente.

Fuente encuesta realizada por la idea empresarial ailtan sweet

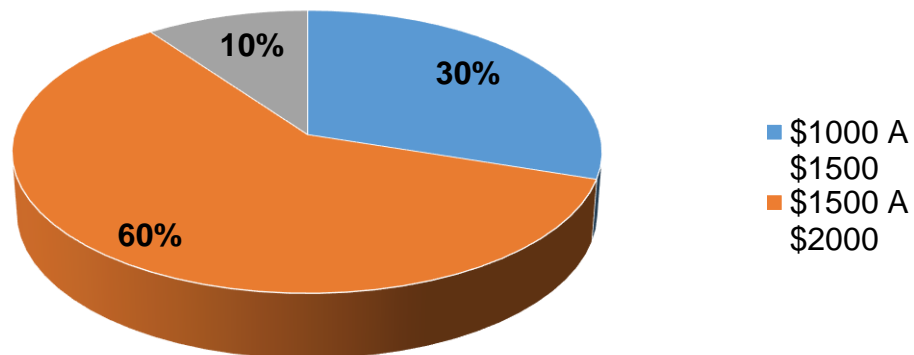
4. ¿EN QUÉ ESTABLECIMIENTO LE GUSTA COMPRAR POSTRES?



Fuente encuesta realizada por
la idea empresarial aillatan
sweet

El 30% de la población de Pacho compra postres en la panadería San Luis, otro 30% compra postres en la panadería Villa Holandesa, un 10% en La Colonia, otro 10% en la panadería Alaska y un 20% prefiere los postres caseros.

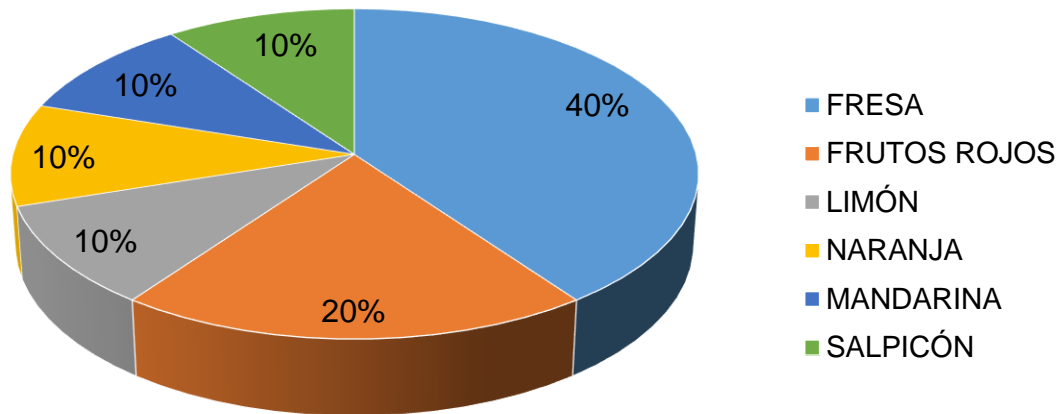
5. ¿CUÁNTO ESTARA DISPUESTO A PAGAR POR UN POSTRE?



El 60% de la población de Pacho está dispuesta a pagar por un postre entre \$1500 a \$2000, el 30% está dispuesto a pagar entre \$1000 a \$1500, y un 10% está dispuesto a pagar más de \$2000 por un postre.

Fuente encuesta realizada por la idea empresarial ailtan sweet

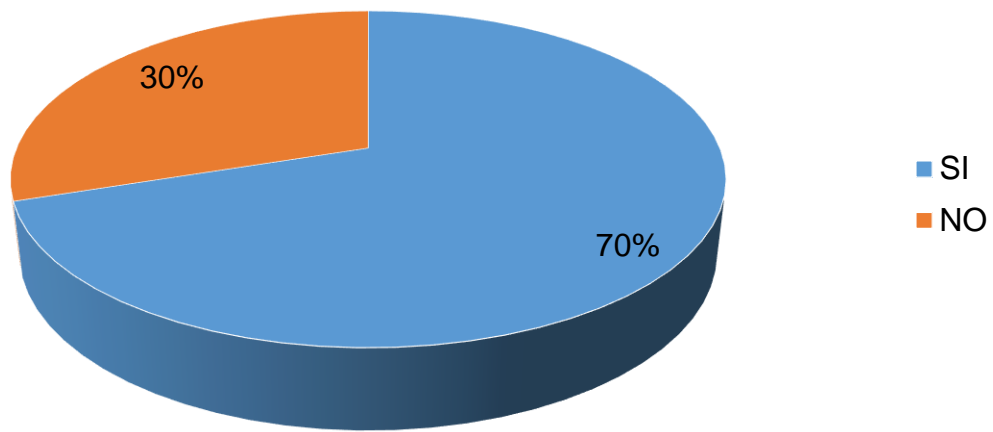
6. ¿QUÉ TIPO DE SABOR DE POSTRE LE GUSTA?



Al 40% de la población de Pacho les gusta los postres de fresa, al 20% de la población les gusta de frutos rojos, a un 10% les gusta de limón, a otro 10% de naranja, a otro 10% de mandarina, y a otro 10% de la población le gusta los postres de salpicón.

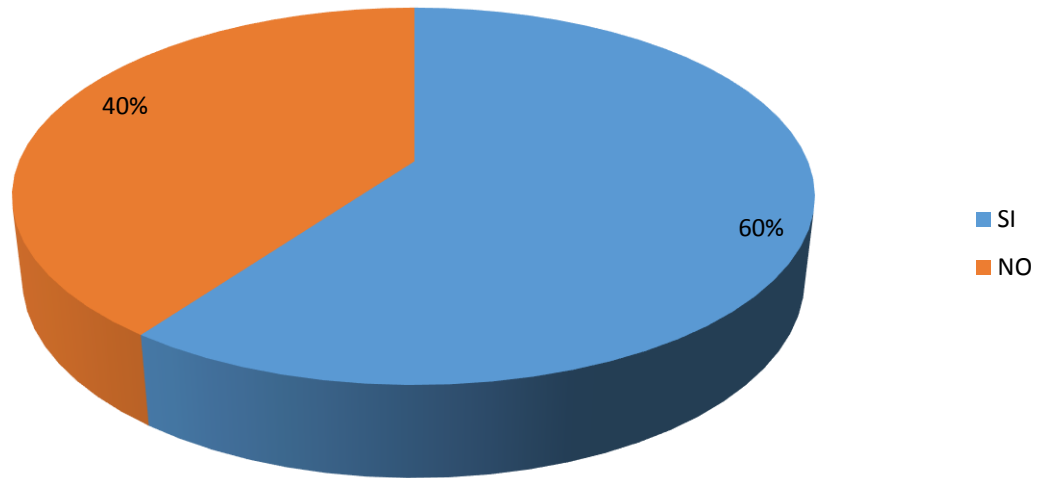
Fuente encuesta realizada por la idea empresarial aillatan sweet

7. ¿LE GUSTARÍA TENER UN SERVICIO A DOMICILIO?



Al 70% de la población de Pachó le gustaría tener un servicio a domicilio, y a un 30% de la población no le gustaría tener un servicio a domicilio.

8. ¿LE GUSTARÍA ALGÚN TIPO DE POSTRE LIGHT?

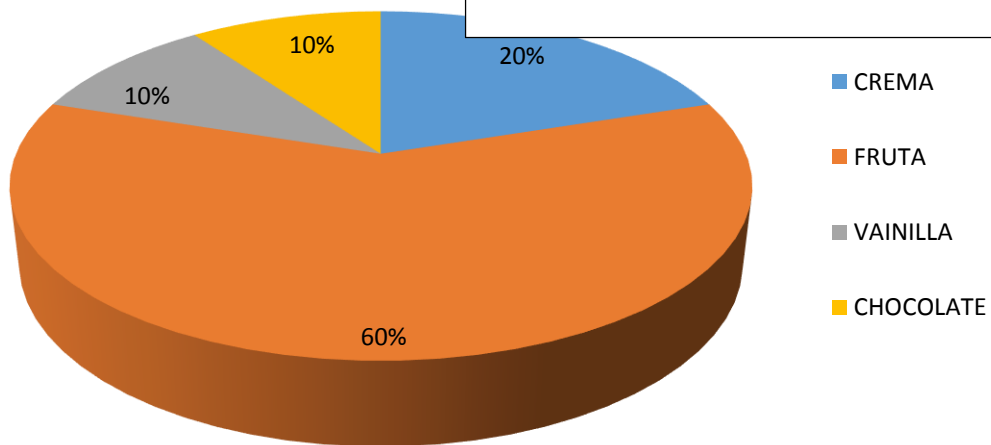


Al 60% de la población de Pachón le gustaría algún tipo de postre light, y a un 40% de la población no le gustaría ningún tipo de postre light.

Fuente encuesta realizada por la idea empresarial Ailatan Sweet

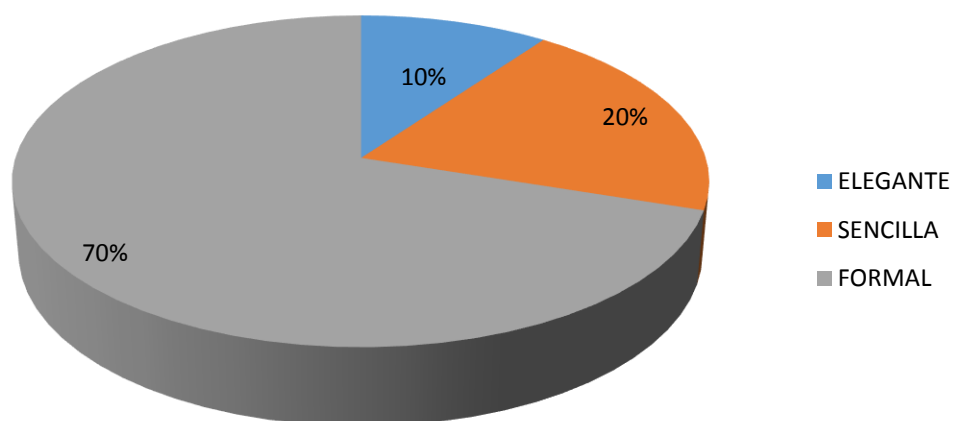
9. ¿CON QUÉ LE GUSTARÍA LA DECORACIÓN DEL POSTRE?

Fuente encuesta realizada por la
idea empresarial ailtan sweet



Al 60% de la población de Pacho le gustaría la decoración del postre con fruta, al 20% de la población le gustaría con crema, a un 10% con vainilla, y a otro 10% le gustaría la decoración del postre con chocolate.

10. ¿CÓMO LE GUSTARÍA LA PRESENTACIÓN DEL POSTRE?



Fuente encuesta realizada por la
idea empresarial aillatan sweet

DOFA

DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">• No lograr la atención del cliente	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">• La competencia• La perdida del producto inesperadamente
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• La existencia de personas que se interesen en el proyecto y quieran asociarse al proyecto empresarial.	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Se cuenta con el conocimiento y manejo para la preparación del producto