

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACION DEL PRODUCTO DE
CHANCHOS EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A
2016

J.J ALIMENTOS

ESTEBAN JAVIER CASTILLO WAGNER

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA
EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL
PACHO
2016

PROYECTO EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO Y
COMERCIALIZACION DE CHANCHOS EN EL MUNICIPIO DE PACHO
CUNDINAMARCA

J.J ALIMENTOS

ESTEBAN JAVIER CASTILLO WAGNER

ASESOR
ALEXANDRA CLEMENCIA MORALES BAUTISTA
LICENCIADA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA
EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL
PACHO
2016

PAGINA DE ACEPTACION

Aprobado por:

Jurado

Jurado

Rector:

PACHO, 25 DE OCTUBRE DE 2016

AGRADECIMIENTOS

Nuestros felices años de colegio han terminado y con él, el recuerdo inolvidable del estudio. Yo agradecido de haber logrado culminar con mis estudios les aseguro ser digno exalumno, y que sus enseñanzas quedaran grabadas en mí por siempre, a los docentes a ellos que hacen sus aportes día a día de mi formación y en especialmente a mis profesoras Elena Pinzón y Alexandra Morales, son estas palabras de agradecimiento por su dedicación y esfuerzo con los estudiantes de once y especialmente conmigo

DEDICATORIA

Este proyecto quiero dedicarlo a las personas que siempre estuvieron ahí incondicionalmente apoyándome.

A mis padres, que me tendieron su mano y en sus sabios conocimientos me ayudaron a la realización de todos mis proyectos en especial de este proyecto, a ellos le dedico este triunfo y claro a Dios quien me regalo toda la sabiduría para culminar felizmente este último año de estudio, la cual representa una de las metas cumplidas.

RESUMEN

J.J ALIMENTOS es una idea empresarial que realizamos, produciendo y comercializando pasabocas, garantizando la calidad y un buen servicio al cliente, esta idea surgió para dar a conocer un producto hecho por jóvenes emprendedores, poniendo en práctica nuestros conocimientos y habilidades, los cuales hemos aprendido, gracias a nuestros maestros, que nos enseñaron y nos brindaron sus conocimientos.

Esta idea de negocio se caracteriza por entregar los productos en buenas condiciones, respetando las prácticas de seguridad e higiene en la manipulación de alimentos, para la previa distribución y consumo de los productos.

Y demostrar la rentabilidad de la empresa a la hora de realizar producciones y ciertas ventas en el municipio.

ABSTRAC

J.J ALIMENTOS is a business idea that we do, producing and selling chanchos, ensuring quality and good customer service, this idea came to publicize a product made by young entrepreneurs, implementing our knowledge and skills, which we have learned, thanks to our teachers, who taught us and gave us their knowledge.

This business idea is characterized by delivering products in good condition, compliance with health and safety practices in food handling, for pre-distribution and consumption of products.

And demonstrate the profitability of the company when making certain production and sales in the municipality.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	11
1. RAZON SOCIAL	14
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	16
3. OBJETIVOS:	17
3.1. Objetivos generales:	17
3.2. Objetivos específicos:	17
4. JUSTIFICACIÓN:	18
5. MARCO TEORICO:	19
5.1 MARCO HISTÓRICO:	19
5.1.1 CHANCHOS	20
5.2 MARCO REFERENCIAL.	20
5.3 MARCO CONCEPTUAL	21
5.4marco legal	22
6. METODOLOGIA	24
6.1 ESTUDIO DE MERCADO	24
6.1.2 CARACTERISZACION DEL CONSUMIDOR	25

6.1.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	25
6.1.4 PRECIOS	26
De acuerdo con el valor justo del producto y mirando los márgenes de inversión se les ha asignado 1000	26
6.1.5 OFERTA Y DEMANDA.....	26
6.1.6 CANALES DE DISTRIBUCION	27
7. ESTUDIO TECNICO	28
7.1 LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	29
7.1.1 PLANTA	30
7.2 ADQUISICION DE MAQUINARIA:	31
7.3 FLUJOGRAMA	32
7.4 PROGRAMAS DE PRODUCCION	33
7.5 FILOSOFIA INSTITUCIONAL.....	34
7.5.1 MISION.....	34
7.5.2 VISION	35
7.5.3 PRINCIPIOS INSTITUCIONALES.....	35
7.5.4 VALORES INSTITUCIONALES	36
7.6 PLANTA DE PERSONAL	37
7.6.1 ORGANIGRAMA	38

7.6.2 PERFIL DEL EMPLEADO	38
7.6.3MANUAL DE FUNCIONES	39
6.3 ESTUDIO ESCONOMICO	43
6.3.1OBJETIVO.....	43
6.3.2 INVERSION FIJA	44
6.3.3CAPITAL DE TRABAJO:	44
6.3.4COSTOS DE PRODUCCION	44
6.3.6PUNTO DE EQUILIBRIO	47
6.3.7 COSTO UNITARIO.....	47
6.3.8 ESTADO DE RESULTADOS	48
7. CRONOGRAMA DE GRATT	49
8. CONCLUSIONES	51
9. RECOMENDACIONES.....	52
10. BIBLIOGRAFIA	53
11. ANEXOS.....	54
11.1ENCUESTA	54
11.2 DOFA.....	72
11.3REUNION DE COMPROMISO	¡Error! Marcador no definido.

TABLA DE FIGURAS

Fig N°1,logotipo.....	pag 12
Fig N°2 canal de distribución.....	pag 24
Fig N° 3 planta ideal	pag27
Fig N°4 planta actual.....	pag 28
Fig N°5 planta de personal	pag 34

TABLA DE TABLAS

Tabla N° 1, demanda.....	pag 24
Tabla N° 2, adquisición de maquinaria.....	pag 28
Tabla N° 3, flujograma.....	pag 30
Tabla N° 4, programa de producción.....	pag 31
Tabla N°5, organigrama.....	pag 35
Tabla N°6, manual de funciones.....	pag 37
Tabla N°8msnusi de funciones.....	pag38
Tabla N°9 manual de funciones.....	pag 39
Tabla N°10, manual de funciones.....	pag 40
Tabla N°11, inversión.....	pag 41
Tabla N°12, materia prima.....	pag 42
Tabla N° 13,mano de obra.....	pag 42
Tabla N° 14, materiales indirectos.....	pag 43
Tabla N° 15, constos e insumos.....	pag 43
Tabla N° 16, punto de equilibrio.....	pag 43
Tabla N° 17, punto de equilibrio.....	pag 44
Tabla N° 18, estado de resultados.....	pag 44
Tabla N° 19, cronograma de gratt.....	pag 46

TABLA DE GRAFICOS

Grafica N°1, cronograma de gatt.....	pag 46
Grafica N°2, folleto.....	pag 69
Grafica N°3, folleto.....	pag 69
Grafica N°4, evidencia fotográfica.....	pag 71
Grafica N°5, evidencia fotográfica.....	pag 72
Grafica N°6, evidencia fotográfica.....	pag 73

INTRODUCCION

Este trabajo se fundamenta en la elaboración y comercialización de chanchos lo que permite fortalecer los conocimientos adquiridos durante los años cursados en la modalidad; para esto se establece una idea empresarial donde se maneje la documentación necesaria para el sostenimiento y proyección del producto del cual se va a trabajar.

Esta empresa busca llamar la atención, el cual quiere llegar a los diferentes gustos y preferencias del mercado, generando bienestar en los clientes.

1. RAZON SOCIAL

PROYECTO EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO Y
COMERCIALIZACION DE CHANCHOS EN EL MUNICIPIO DE PACHO
CUNDINAMARCA



Grafica N°1:logotipo

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Como estudiante de la modalidad de empresarial de la institución educativa departamental Pio XII se notó que en el municipio de Pacho no es muy asequible y hay limitada oferta de pasabocas.

Basado en lo anterior se ha motivado para desarrollar una idea empresarial que contenga nuevos productos a un costo asequible para todo tipo de bolsillos, produciéndolos y comercializándolos en el municipio de Pacho Cundinamarca donde, ya que no se encuentran con facilidad se vuelve un sitio apto para la venta de productos de este tipo.

Con la puesta en marcha de este proyecto se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos en la especialidad, se potencializaran habilidades empresariales y se generan ingresos que ayudan a mejorar el nivel de vida del autor de este proyecto.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVOS GENERALES

Proponer una idea empresarial que fabrique, comercialice y distribuya chanchos, en la región.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis acerca del mercado y comercialización de los chanchos en el municipio y así determinar la factibilidad de esta idea empresarial.
- Dar a conocer un producto diferente donde el consumidor pueda usarlo en diferentes momentos del día.
- Motivar en la comunidad el consumo de los chanchos por medio de la, participación en diferentes actividades mejorando la comercialización de estos.

4. JUSTIFICACIÓN:

Este proyecto se realizó con el fin de crear una idea empresarial que tenga claro su mercado, a quien está dirigido y las funciones que debe cumplir teniendo en cuenta las pautas a realizar en el proceso para ver qué tan factible es crear una microempresa de pasabocas en el municipio de Pacho, ya que como estudiante de la modalidad Técnico en Gestión Empresarial se deben poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en esta y potencializarlos.

J.J. alimentos es creada, a partir de una necesidad que hay en el mercado al cual se pretende impactar, con ideales claros y estándares de calidad, cualidades que permitirán reconocimiento.

5. MARCO TEORICO:

5.1 MARCO HISTÓRICO

Si queremos descubrir la historia de los chanchos podemos primero tomar como referencia la historia de uno de sus derivados como lo es el churro.

Los churros empezaron a consumirse en Cataluña a principios de siglo XIX, pero se desconoce quien fue su inventor. Según la asociación de churreros catalana, su origen es probablemente árabe y se pierde en el tiempo.

En cuanto a la diferencia entre churro y porra, la clave está en la masa. La de los churros se hace con agua muy caliente para que la levadura se queme. Por lo contrario la porra precisa agua templada y, de esa forma, la levadura actúa dándole textura esponjosa que la caracteriza.

5.1.1 CHANCHOS

El primer registro que se tiene del producto defiende de un churro con componentes especiales o diferentes por lo cual no se podía deducir que eran churros esto sucede cerca de 1986.

5.2 MARCO REFERENCIAL.

Surge a partir del año 1986 donde un joven común es atraído por un producto en la cafetería de su colegio estos eran alargados y contenían salchicha.

Este joven con el paso del tiempo se convirtió en panadero, lo que lo hizo despertar la curiosidad del por qué eran así estos alimentos que en su pasado había visto, comido y apreciado.

Se despertó el interés de reconstruirlos, así creo el primer sabor, el tradicional y los denomino chanchos por su origen.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Metodología:

Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o exposición doctrinal.

Marco referencial:

Consiste en una serie de acuerdos que empleara un investigador, analista, observador, para a apartar de ellos poder medir una posición y también unas magnitudes presentes en un sistema físico.

Estudio de mercado:

Consiste en una serie de procesos para analizar y constituir una ideología sobre un mercado exponente.

Esencia:

Líquido utilizado en el integro de sabor de masa

Levadura:

Sustancia para el crecimiento de masa en chanchos y otros alimentos

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 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

6. METODOLOGIA

J.J alimentos es una idea empresarial, la cual realizó una encuesta cuya población consta de 100 personas la cual se utiliza como parte del estudio de mercado, con el fin de caracterizar el tipo de clientes, los gustos que estos tienen la aceptación que el producto puede llegar a tener, se continuo común estudio técnico para analizar aspectos que permiten mejor la idea empresarial tanto en la producción como en la comercialización y se terminó con un estudio económico, que es el que nos brinda la factibilidad que tiene el producto en el mercado.

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 procesos y canales de distribución, por otra parte sirve

para tener una 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

6.1.2 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR

Personas mayores a los cuatro años de edad teniendo en cuenta la cierta cantidad de dulce que algunas de las clases de CHANCHOS con llevan por lo cual se podría determinar que algunas clases de ellos no son recomendables a personas que sufran de problemas con el azúcar, demás sin restricción de alguna y sin límite de edad.

6.1.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Los CHANCHOS son rollos envueltos en una capa de masa de harina de trigo con diferentes rellenos como:

Chancho Tradicional: salchicha, queso y bocadillo

Chancho Hawaiano: salchicha, piña y queso

Chanchipollo: pollo

Chanchico: chocolate blanco, chocolate oscuro.

Sus modalidades de sabores y rellenos se ajustan a la necesidad del cliente o antojo. Tienen un muy alto porcentaje nutricional su forma es de cilindro de alrededor 12 centímetros de largo con 3,5 de grosor. Funciona como acompañante a bebidas calientes y frías. Es consumido en horas aproximadas a meriendas entre desayuno-almuerzo o almuerzo-cena. Es de un color amarillo quemado. Tiene 3 años de circulación en el mercado

6.1.4 PRECIOS

De acuerdo con el valor justo del producto y mirando los márgenes de inversión se les ha asignado 1000

6.1.5 OFERTA Y DEMANDA

La oferta en el municipio de pacho es prácticamente nula pues nadie excepto de mi idea empresarial desarrolla y comercializa chanchos en el municipio

El producto es altamente llamativo a fuertes y medianos consumidores que actualmente lo hacen ser un producto que tiene unas metas de desarrollo del

número de unidades al año por medio de la expansión en el municipio y alrededores

300 chanchos al mes			
$300 * 12 = 3600$ chanchos en un año			
$3600 * \$1000 = \$3'600.000$			
año	Unidades	precio	total
2016	3600	1000	3600000
2017	9000	1200	10800000
2018	15000	1300	19500000

Tabla N°1: Demanda

6.1.6 CANALES DE DISTRIBUCION

Actualmente el canal de distribución con los clientes es directo pues soy yo quien lo comercializa directamente con el consumidor final.



Fig. N°2: canal directo

7. 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 calificada.

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

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio técnico para determinar los equipos y procesos necesarios en la producción de chanchos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Determinar los insumos necesarios para la realización del producto.

Calcular el área o espacio físico para la planta de producción

Obtener una excelente calidad del producto

Dar adecuado manejo al producto

Facilitar una ideología institucional

7.1 LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO

J.J alimentos buscó determinar un lugar apto para la elaboración y comercialización de los distintos pasabocas.

Lo que lo lleva a elegir el centro de pacho en la entrada al centro comercial “pacho centro “en el local actual donde se ubica “merkaropa”.

Pues considero que es un punto estratégico para el llamado a clientes potenciales en días de semana y fines de semana donde es muy transitado.

Este lugar seria equipado con maquinaria para la fácil producción de los chanchos y otros servicios adicionales u complementarios

Actualmente el sitio tiene un valor en arriendo de 480000 mensual, y valoramos que la utilidad del producto si efectuaría los ingresos necesarios para sostener el arriendo y el salario de algunos empleados para el manejo del lugar.

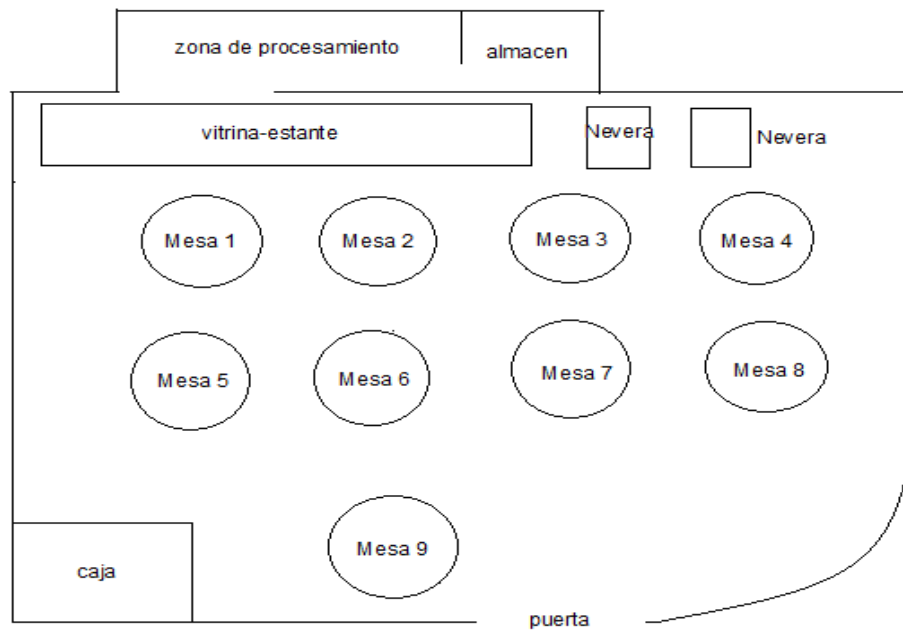


Fig. N°3: planta ideal

7.1.1 PLANTA

Actualmente la producción es realizada en la vereda la cabrera en la panadería familiar, esta está articulada con la maquinaria necesaria para el desarrollo y producción de chanchos, segmentada por zonas de producción y donde se facilita esta.

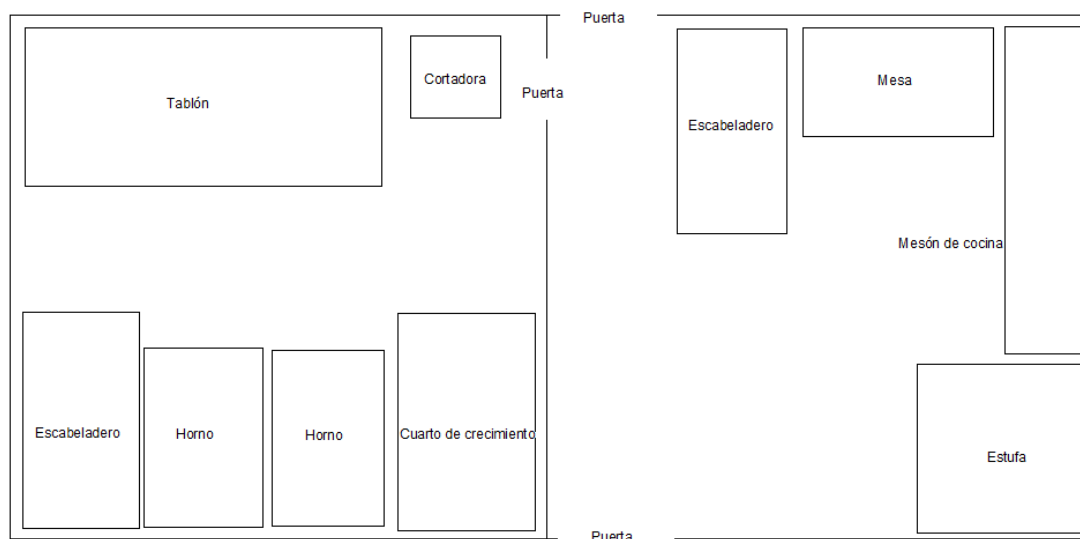


Fig. N°4: planta

7.2 ADQUISICION DE MAQUINARIA







Para el procesamiento industrializado de chanchos se necesita el siguiente listado de materiales óptimos

EQUIPOS	COSTOS	VIDA ÚTIL
Estufa industrial	2'500'000	12 años
Latas	100'000	8 años
Rodillos	5'000	6 años
Tablón	3'000'000	30 años
Recipientes de secado	120'000	3 años
cortadora	1'550'000	18 años
mojadora	6'000'000	15 años
balanza	250'000	7 años
Cuarto de crecimiento	2'300'000	11 años

Tabla N°2: adquisición de maquinaria

A futuro se busca que la mano de obra sea bastante pues son muchas las funciones dentro de la empresa, se solicitan panderos, horneros, meseros, cajeros etc...

7.3FLUJOGRAMA

CONVENCIÓN	PROCESO	TIEMPO	GASTOS
	Limpiar el espacio de trabajo	13 minutos	\$0
	Amasar y obtener la masa lista para el corte	20 minutos	Masa \$8200
	Rellenar cada uno	15 minutos	Relleno \$9500
	Dejar crecimiento en	180 minutos	\$0
	Freír el producto	50 minutos	\$0
	Secar el producto	7 minutos	Toalla \$4000


	Empacar el producto	17 minutos	Mano de obra \$800
TOTAL DE PRODUCCIÓN		302 minutos	\$ 23300

Tabla N°3: flujograma

7.4 PROGRAMAS DE PRODUCCION

AÑO	MES	CANTIDAD	VALOR MONETARIO
2015	marzo	165	\$ 165.000
2015	Abril	156	\$ 156.000
2015	Mayo	189	\$ 189.000
2015	Junio	207	\$ 207.000
2015	Julio	163	\$ 163.000
2015	agosto	190	\$ 190.000
2015	septiembre	180	\$ 180.000
2015	octubre	190	\$ 190.000
2015	noviembre	170	\$ 170.000
2015	diciembre	487	\$ 487.000
2016	enero	207	\$ 207.000
2016	febrero	187	\$ 187.000
2016	marzo	206	\$ 206.000
2016	Abril	252	\$ 252.000

2016	Mayo	258	\$ 258.000
2016	Junio	248	\$ 248.000
2016	Julio	251	\$ 251.000
2016	Agosto	243	\$ 243.000
2016	septiembre	187	\$ 187.000
2016	Octubre	167	\$ 167.000

Tabla N°7: programas de produccion

7.5 Filosofía institucional

Esta nos ayuda en la forma del ideal de la empresa y la idea que cada uno de los empleados puede tomar al entrar a ella.

7.5.1 MISION

Somos una empresa en crecimiento que busca el crecimiento de la región del crecimiento innovando y creando nuevos productos atractivos para los consumidores, hacemos «chanchos» y lo hacemos con el propósito de superarnos a nosotros mismos así mismo como a nuestra región ,incluso a nuestro país, trabajamos para el pueblo y su propio crecimiento

7.5.2 VISION

Queremos conseguir que nuestro departamento tenga un nuevo producto poco comercializado antes, nos constituye la puntualidad, la humildad y la responsabilidad; así mismo como el respeto, producimos resultados ya comprobados anteriormente por que al ser un producto nuevo se han hecho grandes producciones, esperamos afrontar en algún momento los cambios de competitividad con la calidad del producto y tal vez buscaríamos nuevos tipos de especializaciones, seremos competitivos en precio así mismo en variedad y diferentes estilos

7.5.3 PRINCIPIOS INSTITUCIONALES

Calidad- En el producto y servicio, el cliente debe sentirse a gusto tanto con el sabor del producto como del cordial servicio

Servicio al Cliente- j.j alimentos se mueve alrededor de estas tres palabras. El servicio al cliente es esencial para la duración de la panadería y es el compromiso primordial que tenemos con las personas.

Compromiso- Comprometidos a cabalidad con el producto y con el cliente.

Voluntad- Hacer todo lo que esté al alcance para satisfacer las necesidades del cliente, no importa el estado de ánimo con el que se encuentre el empleado, el cliente debe ser atendido con el mejor de los servicios.

7.5.4 VALORES INSTITUCIONALES

Solidaridad: Nos sentimos comprometidos con el acontecer de La Cooperativa y asumimos que nuestras acciones afectan a los demás.

Participación: Somos una organización democrática, donde cada asociado tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.

Equidad: Facilitamos el desarrollo integral del asociado y su familia, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios cooperativos.

Honestidad: realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.

Lealtad: Somos fieles a La Cooperativa y buscamos su desarrollo y permanencia en el tiempo.

Responsabilidad: Obramos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos como asociados, acorde con nuestro compromiso con La Cooperativa.

Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Mística: Realizamos nuestro trabajo bien desde el principio, con la convicción de entregar lo mejor.

Confianza: Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.

Trabajo en Equipo: Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos de La Cooperativa buscamos el logro de los objetivos organizacionales.

7.6 PLANTA DE PERSONAL

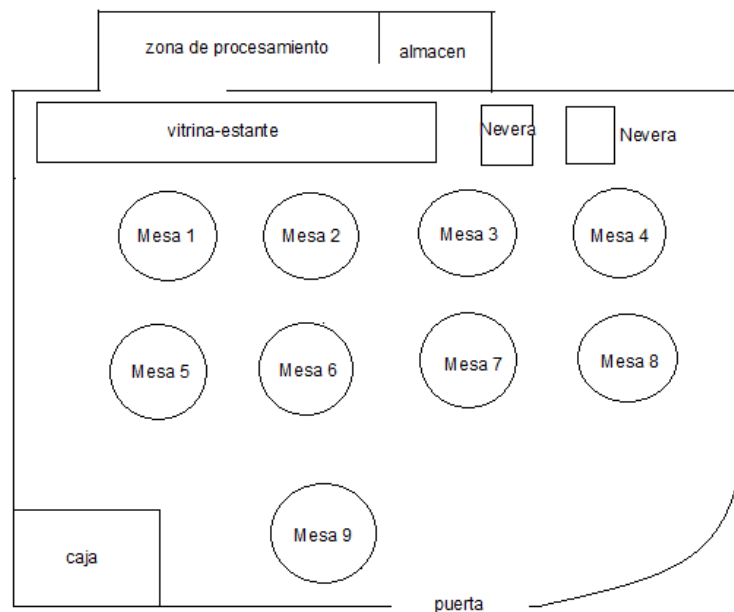


Figura N°5:Planta de personal

7.6.1ORGANIGRAMA

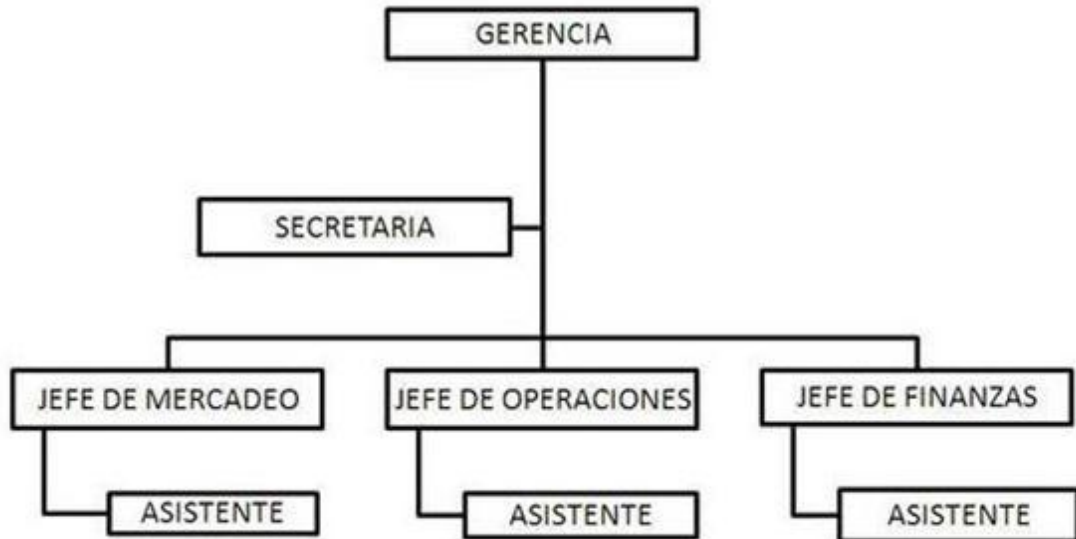


Tabla N° 5:organigrama

7.6.2 PERFIL DEL EMPLEADO

Buscamos en nuestros colaboradores; talento, iniciativa, pasión por los retos, capacidad de liderazgo, motivación, y sobre todo, que les guste trabajar en equipo.

Buscamos profesionales capaces de superarse constantemente, que compartan su profesionalidad y experiencia con el resto de colaboradores, Y que puedan aportar soluciones efectivas e innovadoras.

j.j alimentos cree en la promoción interna. No seleccionamos únicamente a profesionales recién licenciados, sino también a profesionales con experiencia en aquellos ámbitos que requieren de un alto grado de especialización.

Los trabajadores podrán incorporarse a j.j alimentos en cualquier fase de su carrera profesional.

7.6.3 MANUAL DE FUNCIONES

manual de funciones	
nombre del cargo:	gerente (área: administrativa)
jefe inmediato:	Propietario
número de personas en el cargo:	1
objetivo: Mantener un control y supervisión de la empresa	
Funciones	
1.asumir el control sobre el personal al servicio 2.planificar, organizar, controlar y orientar las distintas áreas de trabajo 3.supervisar la gestión del presupuesto de naturaleza económica 4. entregar informes mensuales 5. disposición a nuevas tareas asignadas	
perfil del cargo:	será la encargada de dirigir, coordinar y supervisar que todas las actividades de la empresa se cumplan para ello debe hacer un seguimiento y control de todas y cada una de las aéreas que pertenecen a la empresa

requisitos	requisitos intelectuales: escolaridad: ingeniería en administración de empresas formación en psicología ingeniero industrial administración de recursos humanos experiencia: 4 años Actitudes: honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad. Responsabilidades adquiridas: supervisión y control de personal para garantizar el buen funcionamiento de la empresa. ambiente: oficina riesgo: mínimo
------------	---

Tabla N°6:manual de funciones

manual de funciones	
nombre del cargo:	secretaria (área: administrativa)
jefe inmediato:	Gerente
número de personas en el cargo:	1
objetivo: ayudar a llevar un orden de los archivos y documentos de la empresa	
Funciones	
1. Recibir, revisar, contestar, enviar y archivar la correspondencia y documentos de la empresa 2. Llevar la agenda del gerente y anunciar las personas que lo soliciten 3. Contestar las líneas telefónicas 4. Elaborar y presentar informes mensuales 5. Disposición a nuevas tareas asignadas	
perfil del cargo:	servir de apoyo y coordinación para que los servicios administrativos y ejecutivos se desarrollen adecuadamente y eficiente

Requisitos	requisitos intelectuales: escolaridad: bachiller comercial atención al cliente técnica en sistemas experiencia: 2 años actitudes: honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad, orden, discreción, compromiso Responsabilidades adquiridas: recibir y enviar documentos confidenciales de la empresa y mantener discreción de no publicar datos. ambiente: oficina riesgo: mínimo
------------	--

Tabla N°7:manual de funciones

Tabla N°8:manual de funciones

manual de funciones	
nombre del cargo:	hornero (área: operativa)
jefe inmediato:	Panadero
número de personas en el cargo:	1
objetivo: Hornear todos y cada uno de los productos de la empresa.	
Funciones	
1.determinar la temperatura y tiempo de cocción 2.estar pendiente de su adecuada cocción 3.avisar sobre el abastecimiento de gas 4.decorar las tortas 5.estar dispuesto a otras actividades	

perfil del cargo:	Será la encargada de hornear las tortas por medio de calor manteniendo una temperatura y tiempo deber minado dependiente del tamaño del producto.
requisitos	requisitos intelectuales escolaridad: bachiller técnico curso sobre horneado experiencia: 1 año Actividades: creatividad, destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, criterio, autonomía. Responsabilidades: entregar los productos en buenas condiciones organolépticas para almacenarlas y distribuir las. condiciones de trabajo ambiente: ruidos y un color elevado producido por el horno riesgo: quemaduras graves y posibles expresiones requisitos físicos: resistencia a peso normal y a jornadas largas

Tabla N°9: manual de funciones

manual de funciones	
nombre del cargo:	servicios generales (área operativa)
jefe inmediato:	Gerente
número de personas en el cargo:	1
objetivo: Mantener el ambiente de la empresa limpio y agradable.	
Funciones	
1. barrer 2. trapear 3. rastrillar 4. limpiar 5. lavar 6. disponibilidad a otros oficios	
perfil del cargo:	Se busca una persona que sea capaz de mantener un óptimo las instalaciones de la empresa.

requisitos	requisitos intelectuales escolaridad: primarios experiencias: 6 meses Actitudes: agilidad, velocidad. responsabilidad responsabilidades: mantener todas las áreas limpias y aseadas condiciones de trabajo ambiente: todos las áreas de trabajo de oficina y de producción riesgo: mínimo requisitos físico: constante movimiento y resistencias muscular
------------	---

Tabla N°10:manual de funciones

6.3 ESTUDIO ECONOMICO

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

6.3.1OBJETIVO

Determinar la factibilidad y rentabilidad de la idea empresarial a partir del análisis de la producción y comercialización de pescado de la variedad tilapia roja, teniendo en cuenta los gastos, costos que estos generaron

6.3.2 INVERSION FIJA

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

MATERIAL	VALOR
BALANZA	150000
LATAS	100000
RODILLO	6000
COLADERAS	12000
EMPAQUE	22000

Tabla N°11: inversión fija

6.3.3 CAPITAL DE TRABAJO

Para el capital de trabajo por producción es de 16500 son cuatro producciones por mes lo que significa que por mes la inversión es de 66000 por mes y si queremos tener una contabilidad estable lo que necesitamos es de 198000 en tres meses.

6.3.4COSTOS DE PRODUCCION

Es el valor que se cobra por cada producción y cuánto cuesta hacer cada una de ellas

6.3.4.1 MATERIA PRIMA

Los costos de producción están formados por los siguientes elementos:

Son los materiales que de hecho entran y forman parte del producto terminado

ELEMENTO	VALOR
HARINA (3 LIBRAS)	2700
AZUCAR	300
SAL	200
MANTEQUILLA	1000
COLOR	500
LEVADURA	500
QUESO	2500
BOCADILLO	1000
SALCHICHA	6000
PIÑA	2500
POLLO	9000

Tabla N°12: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	11498	137980

Tabla N°13: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	AÑO
EMPAQUE	100000

Tabla N°14: materiales indirectos

6.3.4.4COSTOS DE INSUMOS

INSUMOS	AÑO
JABON DE LOSA	\$ 25.000
ESPONJAS	\$ 5.000
BOLSAS	\$ 1.500
TOTAL	\$31500

Tabla N°15: costos de insumos

6.3.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Valor fijo	40000
Precio	1000
Costo variable	650

Tabla N°16:punto de equilibrio

unidades	Ventas	Costos	Utilidad
40	40000	66000	26000

Tabla N°17:punto de equilibrio

6.3.7 COSTO UNITARIO

Si el valor de una producción de 40 es de \$16500 entonces el valor unitario será \$412.5 pesos

6.3.8 ESTADO DE RESULTADOS

VENTAS	VALORES POR AÑO
INGRESOS OPERACIONALES	1920000
COSTOS OPERACIONALES	792000
UTILIDAD BRUTA	1128000
GASTOS OPERACIONALES	0
INGRESOS NO OPERACIONALES	0
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES	0
UTILIDAD NETA	1128000
% UTILIDAD	58,75

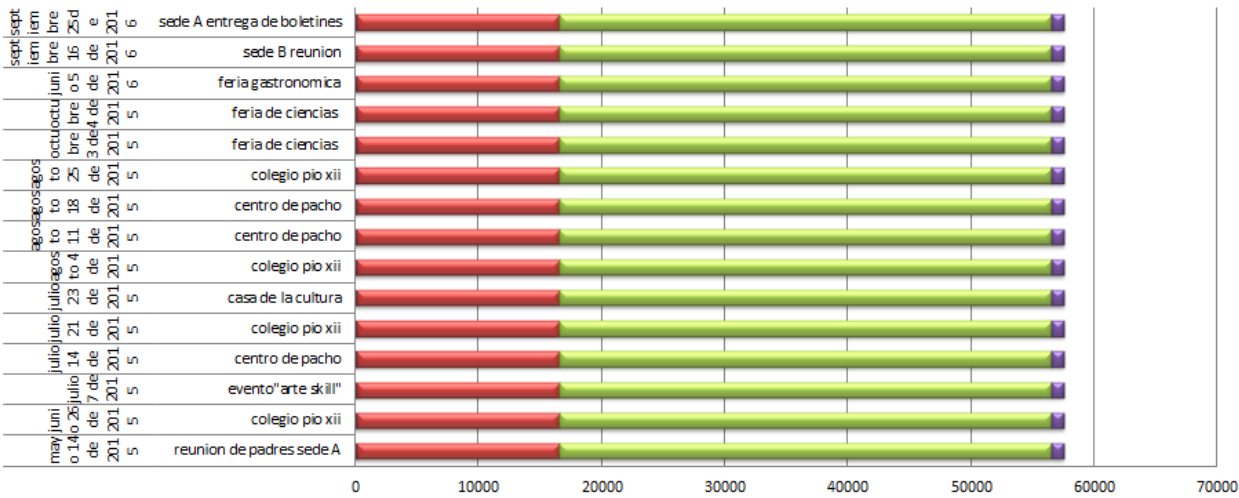
Tabla N°18:estado de resultados

7. CRONOGRAMA DE GRATT

FECHA	LUGAR DE VENTA	CANTIDAD	COSTO DE PRODUCCION	INGRESOS	PRECIO	UTILIDAD NETA	%UTILIDAD
mayo 14 de 2015	reunión de padres sede A	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
junio 26 de 2015	colegio pio xii	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
julio 7 de 2015	evento "arte skill"	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
julio 14 de 2015	centro de pacho	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
julio 21 de 2015	colegio pio xii	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
julio 23 de 2015	casa de la cultura	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
agosto 4 de 2015	colegio pio xii	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
agosto 11 de 2015	centro de pacho	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
agosto 18 de 2015	centro de pacho	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
agosto 25 de 2015	colegio pio xii	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
octubre 3 de 2015	feria de ciencias	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
octubre 4 de 2015	feria de ciencias	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
junio 5 de 2016	feria gastronómica	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
septiembre 16 de 2016	sede B reunión	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75
septiembre 25 de 2016	sede A entrega de boletines	40	\$16.500	\$40.000	1000	23500	58,75

Tabla N°19 cronograma de grantt

CRONOGRAMA DE GANTT DE" J.J ALIMENTOS"



Grafica N°1

8. CONCLUSIONES

- Es acogida por el público en general
- Su crecimiento es proyectado como veloz pues no posee competencia por el momento
- La experiencia es de término positivo.
- 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 acho cundinamarca, con respecto a los pasabocas no es muy reconocido, por lo cual es una gran oportunidad de negocio.
- se obtuvo conocimiento sobre la oferta y demanda, correspondiente a los pasabocas, en que existe en nuestro municipio.

9. RECOMENDACIONES

- mantener los principios y valores de la empresa
- 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 usando la Buena Práctica de Manufactura.
- Garantizar la calidad del producto.
- Tener evidencias del proyecto.

10. BIBLIOGRAFIA

http://www.ehowenespanol.com/historia-churros-sobre_46820/

11. ANEXOS

11.1 REUNION DE CONSTITUCIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL

ACTA 001

FECHA: 29 de enero de 2015

HORA: 2 a 4 de la tarde

LUGAR: institución educativa departamental PIO XII

ASISTENTES: Estudiantes grado 10-01

INVITADOS: LIC. Alexandra Morales

ORDEN DEL DIA:

1. Explicar acerca de lo que se tratara constituir una empresa con fines educativos
2. Reconocer y decidir con que idea empresarial participaran.
3. Escoger los socios con quienes emprenderán este proyecto.
4. Compromiso de cumplir lealmente con la empresa y todo está conlleva para los requisitos escolares.
5. Nombrar la idea empresarial y realizar todo con desempeño.
6. Propositiones y varios.

DESARROLLO

1. Explicaciones sobre constituir una empresa.

La Lic. Alexandra Morales explico y trato los puntos que conllevaría manejar y dirigir una empresa con un producto que nos llevaría a participar comercialmente.

2. Reconocer y decidir con que idea empresarial participaran.

Tener claro con que producto participaron y lo que será necesario utilizar Para la elaboración de este. Escogiendo el proyecto de realizar pasabocas

3. Escoger los socios con quienes emprenderán este proyecto.

La empresa es unitaria por lo tanto solo tendrá participación esteban Javier castillo wagner

4. Compromiso de cumplir realmente con la empresa y toda la que esta conlleva para los requisitos escolares

Normas de cumplir responsablemente con todas las pautas que se tendrán que tratar para el funcionamiento total y real de la idea empresarial.

5. Nombrar la idea empresarial y realizar todo con desempeño

Decidir qué razón social tendrá ese proyecto y con qué logotipo lo darían a conocer todo estando de acuerdo al producto algo innovador, el nombre que se decidió para la idea empresarial es “j.j alimentos” productos diferentes para gustos excelentes

6. preposiciones y varios

No hubo preposiciones ni varios

Para el buen uso y funcionamiento e esta se deberá cumplir las siguientes

Normas:

1. higiene y calidad.
2. responsabilidad respecto al manejo al anejo de la empresa.
3. puntualidad.
4. orden.
5. Excelente atención al cliente.
6. buena presentación del producto.
7. lugar adecuado para el almacenamiento y elaboración.

- 8. un producto rentable.
- 9. brindar una buena presentación personal.
- 10. garantizar y ofrecer un producto de calidad.

Firma:

Esteban Javier castillo wagner

T.I 1003822496

11.2 ENCUESTA

INTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII

SOY CALIDAD SOY PIO XII

EMPRESA "J.J ALIMENTOS"

OBJTIVO: DETERMINAR EL NIVEL DE ACEPTACION DEL CHOCOLATE EN
EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA.

1. Genero

_____ Femenino

_____ Masculino

2. ¿Suele consumir pasabocas producidos por usted, o los compra?

_____ Sí

_____ No

_____ A veces

3. El rango de edad en que se encuentra es...

_____ 3-15

_____ 16-25

_____ 26-36

_____ 37-47 en

adelante

4. ¿Cada cuánto consume pasabocas?

_____ Muy seguido (cada día)

_____ Seguido (cada 3-4 días)

_____ Generalmente (semanalmente)

_____ A veces (mensualmente)

_____ De vez en cuando (indefinido)

5. ¿Suele comprar pasabocas para ocasiones especiales?

_____Si

_____No

6. ¿Cuál es el principal factor para que usted elija comprar pasabocas?

_____Lugar

_____Olor

_____Variedad

_____Precio

_____Diseño

7. De las cualidades de los pasabocas ¿Cuál es la que usted más valora?

_____Sabor

_____Aroma

_____Diseño

8. ¿Sufre de diabetes?

_____Si

_____NO

9. ¿Le gustaría consumir algún tipo de pasabocas dietéticos?

_____Si

_____No

10. ¿Conoce empresas dedicadas a la producción de pasabocas en Pacho?

_____Si

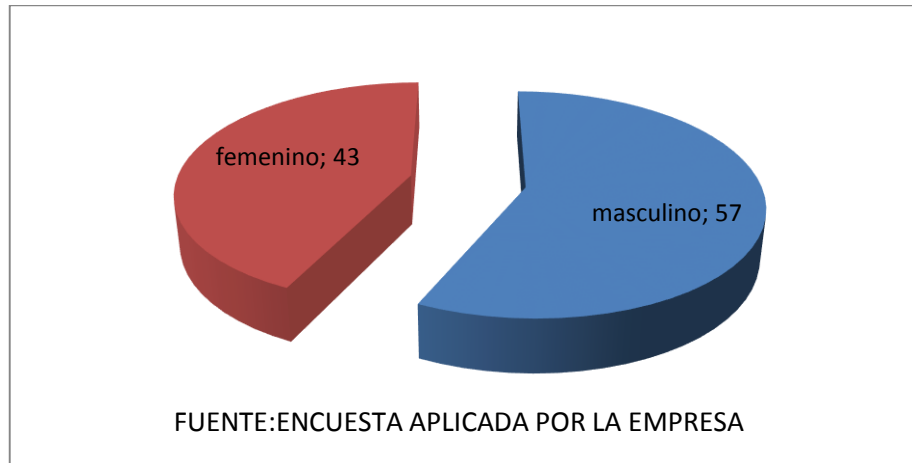
_____No

11.3 TABULACION DE ENCUESTA DE ACEPTACIÓN

1. Genero

VARIABLES	F	%
masculino	57	57%

femenino	43	43%
----------	----	-----

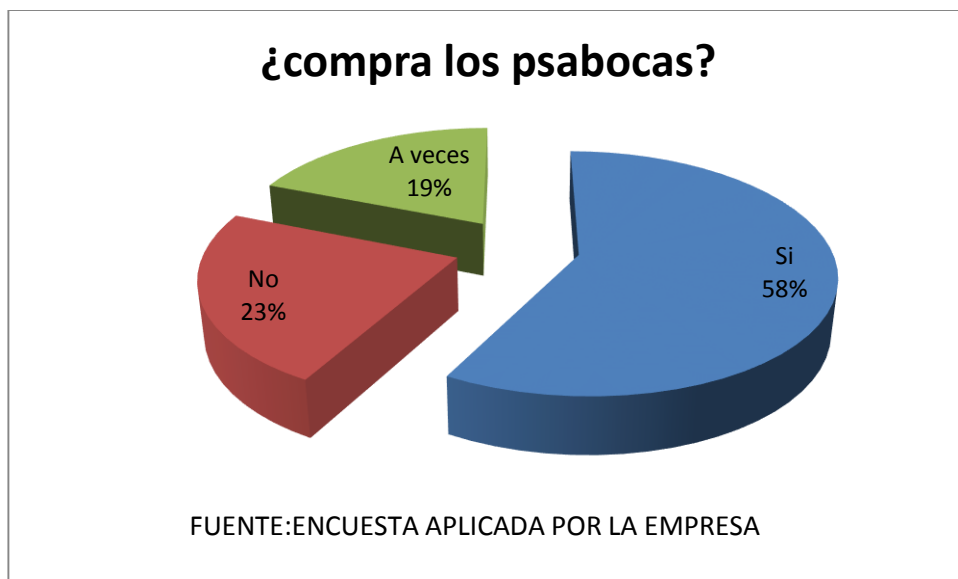


Análisis:

En la encuesta realizada por la idea empresarial se puede ver claramente que de los cien encuestados fueron 57 hombres y 43 mujeres, por lo que se puede determinar que en su mayoría los consumidores de pasabocas son hombres.

2. ¿Suele consumir pasabocas producidos por usted, o los compra?

VARIABLE	f	%
Si	58	58%
No	23	23%
A veces	19	19%

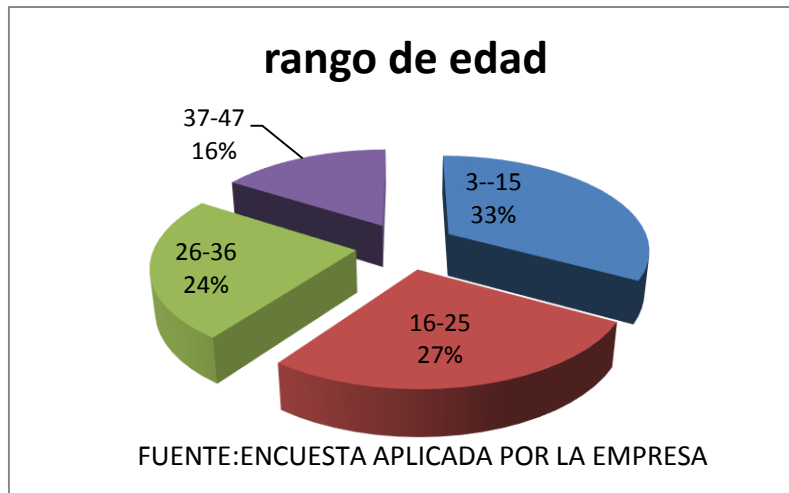


Análisis:

De acuerdo con las personas encuestadas, podemos llegar a la conclusión que el 58% de la población prefiere comprar los pasabocas a comparación de prepararlos

3. El rango de edad en que se encuentra es...

VARIABLE	f	%
3--15	33	33%
16-25	27	27%
26-36	24	24%
37-47	16	16%

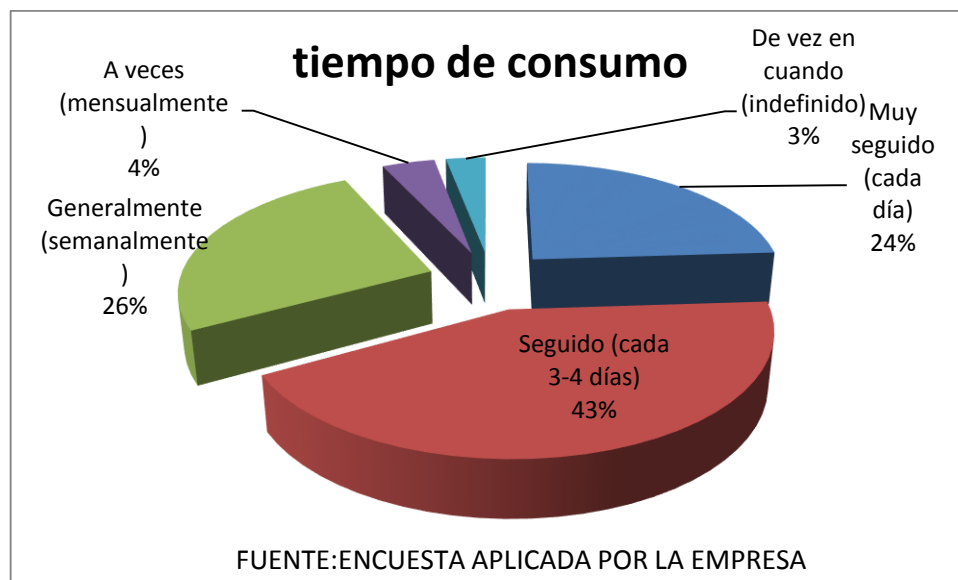


Análisis:

En la anterior tabla y grafica podemos observar que en mayoría la población juvenil le gusta consumirlos con un 33%

4. ¿Cada cuánto consume pasabocas?

VARIABLES	f	%
Muy seguido (cada día)	24	24%
Seguido (cada 3-4 días)	43	43%
Generalmente (semanalmente)	26	26%
A veces (mensualmente)	4	4%
De vez en cuando (indefinido)	3	3%



Análisis:

El anterior estudio demuestra que la mayoría de personas consumen pasabocas alrededor de entre 3-4

5. ¿Suele comprar pasabocas para ocasiones especiales?

Variables	f	%
si	72	67%
no	28	33%

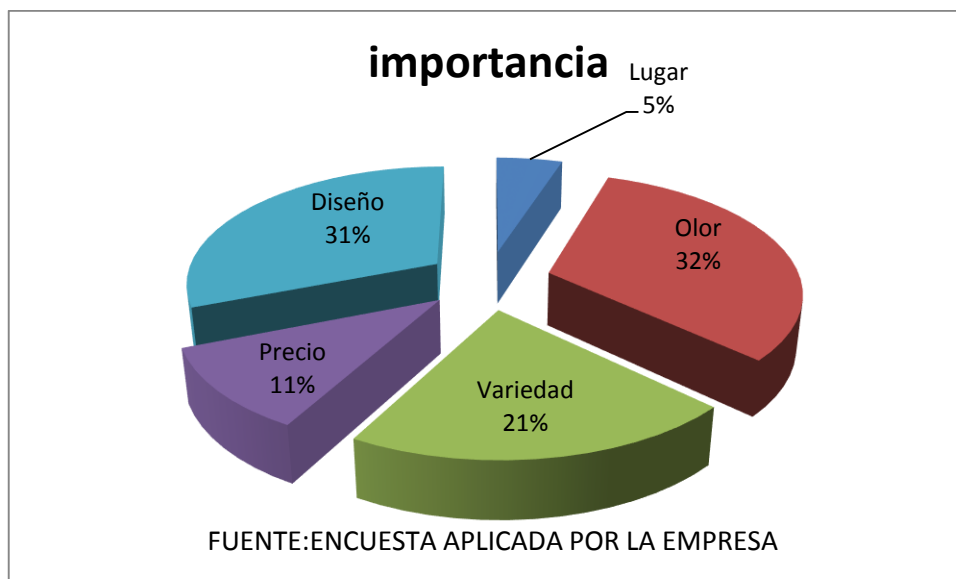


Análisis:

El 72% de las personas encuestadas si utilizan pasabocas para días especiales por lo que nos indicaría que se podría manejar eventos con el producto.

6. ¿Cuál es el principal factor para que usted elija comprar pasabocas?

VARIABLES	f	%
Lugar	5	5%
Olor	32	32%
Variedad	21	21%
Precio	11	11%
Diseño	31	31%

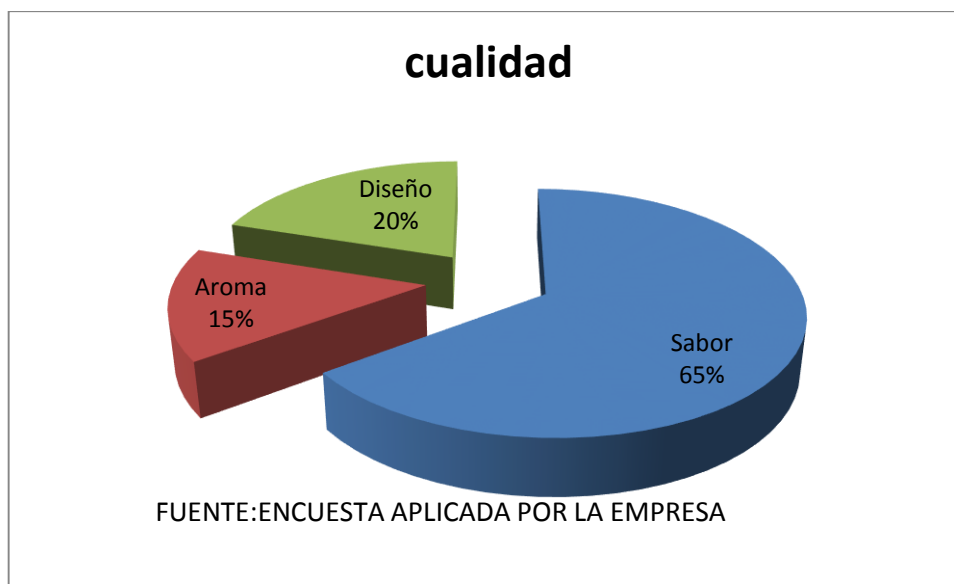


Análisis:

De acuerdo al grafico e información anterior se puede determinar que lo más importante para los clientes a la hora de elegir por qué y donde comer un pasabocas es el olor y su respectivo diseño.

7. De las cualidades de los pasabocas ¿Cuál es la que usted más valora?

VARIABLES	f	%
Sabor	65	65%
Aroma	15	15%
Diseño	20	20%



Análisis:

De los encuestados el 65% dicen que el sabor es lo más importante, y en esa forma podemos tomar la idea de mejorar el sabor de cada uno de los pasabocas.

8. ¿Sufre de diabetes?

VARIABLES	f	%
Si	30	30%
NO	70	70%



Análisis:

Demuestra que un treinta por ciento de la población tiene diabetes o problemas con el azúcar.

9. ¿Le gustaría consumir algún tipo de pasabocas dietéticos?

VARIABLES	f	%
SI	32	32%
NO	68	68%

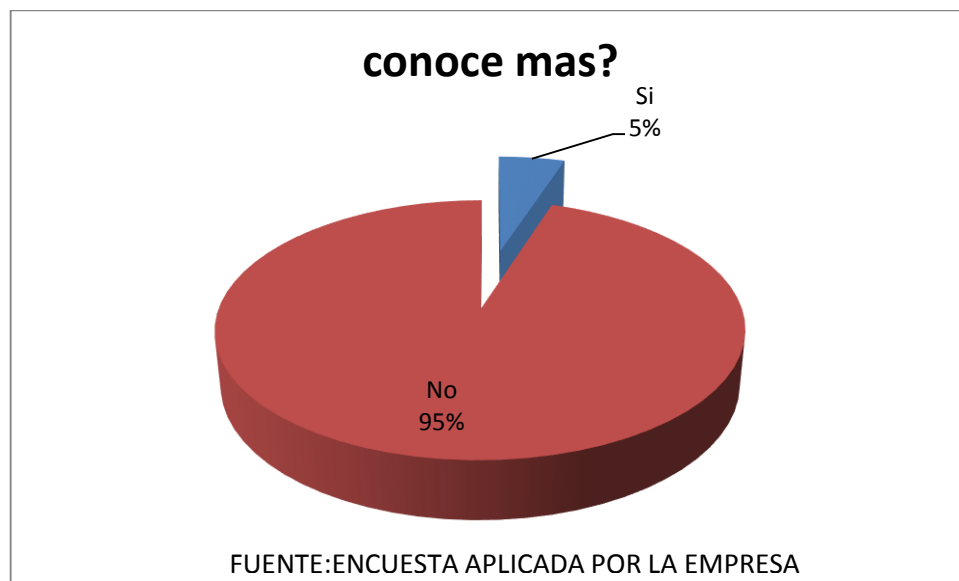


Análisis:

La población manifiesta que casi la mayoría de los que tienen problemas con el azúcar son aquellos que desean comerlos así.

10. ¿Conoce empresas dedicadas a la producción de pasabocas en Pacho?

VARIABLES	f	%
si	5	5%
no	95	95%



Análisis:

Actualmente en el municipio de pacho no hay mucha competencia por lo que el 95% de la población no conocen otro productor de pasabocas.

11.4 DOFA

DEBILIDADES

Poca experiencia en el mercado

Falta de recursos para incrementar la producción

FORTALEZA

La nueva apertura del mercado

Busca de nuevas formas de contacto en la venta.

OPORTUNIDADES

Una gran demanda que abastecer

Nuevas tecnologías

Experiencia adquirida

AMENAZAS

La poca durabilidad del producto, teniendo en cuenta su estándar

11.5 FOLLETOS


<p>chanchos</p> <p>¿Qué es un chanchito?</p> <p>Un chanchito es un rollo relleno de diferentes sabores por ejemplo:</p> <p>Tradicional: salchicha, queso y bocadillo</p> <p>Hawaiano: salchicha, piña y queso</p> <p>Chanchipollo: pollo</p> <p>Chanchico: chocolate</p>	<p>Conclusiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se ha desarrollado una idea de negocio a partir de lo adquirido del aprendizaje de la institución La experimentación en el campo, permite descubrir las facetas de la idea de negocio. <p>Director general:</p> <p>Esteban Javier castillo Wagner</p> <p>Grado 11-01</p> <p>Teléfono de contacto:</p> <p>3209271901</p>	<p>PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO DE CHANCHOS EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A 2016</p> <p>➤➤➤</p>  <p>J.J alimentos</p> <p>"Productos diferentes para gustos excelentes"</p>
---	---	---

Grafico N°2:folleto

<p>Visión:</p> <p>Queremos conseguir que nuestro departamento tenga un nuevo producto poco comercializado antes, nos constituye la puntualidad, la humildad y la responsabilidad; así mismo como el respeto, producimos resultados ya comprobados anteriormente por que al ser un producto nuevo se han hecho grandes producciones, esperamos afrontar en algún momento los cambios de competitividad con la cali-</p>	<p>Planteamiento del problema:</p> <p>Como estudiante de la modalidad de empresarial de la institución educativa departamental Pio XII se notó que en el municipio de Pacho no es muy asequible y hay limitada oferta de pasabocas.</p> <p>Basado en lo anterior se ha motivado para desarrollar una idea empresarial que contenga nuevos productos a un costo asequible para todo tipo de bolsillos, produciéndolos y comercializán-</p>	<p>Misión:</p> <p>Somos una empresa en crecimiento que busca el crecimiento de la región del crecimiento innovando y creando nuevos productos atractivos para los consumidores, hacemos «chanchos» y lo hacemos con el propósito de superarnos a nosotros mismos así mismo como a nuestra región ,incluso a nuestro país,</p>
---	--	--

Grafico°3 folleto

11.6 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



J.J alimentos

Esteban Javier castillo Wagner

Producimos chanchos :
Clásico:
(salchicha, queso y bocadillo)
Hawaiano:
(salchicha, piña y queso)
Pollo:
(pollo)

¡Contáctenos ya!
Teléfono: 3138352986
Correo: javier_castillo07@outlook.com

11.7 REGISTRO FOTOGRAFICO



GRAFICO n°4: evidencia fotografía



Grafica N°5 evidencia fotografica



Grafico N°6 registro fotográfico