

PLAN DE MEJORAMIENTO, PARA LA CONSOLIDACIÓN DE UNA
FÁBRICA DE EMPANADAS.

MARTIN QUINTERO SANCHEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEDE VIRTUAL Y A DISTANCIA

FACULTAD DE GERENCIA DE PROYECTOS

ESPECIALIZACIONES

BOGOTÁ D.C.

2019

DE MEJORAMIENTO, PARA LA CONSOLIDACIÓN DE UNA
FÁBRICA DE EMPANADAS.

MARTIN QUINTERO SANCHEZ

WILLSON CAMILO VARGAS

(Director)

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEDE VIRTUAL Y A DISTANCIA

FACULTAD DE GERENCIA DE PROYECTOS

ESPECIALIZACIONES

BOGOTÁ D.C.

2019

Dedicatoria

El presente proyecto investigativo lo dedico principalmente a Dios por darme la fuerza para obtener más conocimientos, a mis padres, por su ejemplo de perseverancia, a mi esposa por creer en que los triunfos con honestidad y esfuerzo son mucho más valiosos, a nuestros docentes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios por compartir sus conocimientos a lo largo de la especialización, en especial al Director de esta área.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia.

Gracias a mis padres Carlos Julio y Ana Julia, por ser quienes confían en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han infundido.

Gracias a mi Esposa Sandra por ser la persona que me acompaña en todos los momentos tanto felices como de dificultad.

Gracias a mis hijos Erika Ximena y Eduard Stiven quienes son el motorcito para mejorar cada día y dejar un gran ejemplo de superación.

Agradecemos a Nuestros Docentes y en especial al Director de este proyecto Profesor Wilson Camilo Vargas.

1. Contenido

Introducción

1. Dimensión del tema de estudio.....	12
1.1. Problema.....	12
1.2. Descripción del problema.....	12
1.3. Formulación del problema.....	15
2. Objetivos.....	15
2.1. Objetivo general.....	15
2.2. Objetivos específicos.....	16
3. Justificación y alcance.....	16
3.1. Justificación.....	17
3.2. Relación con la línea de investigación institucional.....	17
3.3. Alcance.....	17
4. Revisión de literatura.....	18
4.1. Marco referencial.....	18
5. Diseño metodológico.....	20
5.1 tipo de estudio.....	21
5.2 Población y muestro.....	21
5.3 Instrumentos.....	21
5.4 Procedimientos.....	22
6: Estudio de mercados y comercialización.....	22

6.1 Inteligencia de mercados.....	22
Descripción del proyecto.....	23
Descripción del bien(s) o Servicio(s) que ofertara el proyecto	23
6.1.1 Análisis del sector(s) económico donde está el proyecto de empresa.....	23
6.1.1.1 Generalidades del sector donde pertenece el proyecto.....	24
6.1.1.2 Participación del sector donde pertenece el proyecto PIB Nacional.....	24
6.1.1.3 Estadísticas del sector donde pertenece el proyecto.....	25
6.1.1.4 Estructura actual del mercado local de la empresa.....	25
6.1.1.5 Mercado proveedor.....	25
6.1.1.6 Mercado distribuidor.....	25
6.1.2 Análisis de la demanda.....	26
6.1.2.1 Productos sustitutos y productos complementarios.....	26
6.1.2.2 comportamientos de precios Vs comportamiento de la demanda.....	27
6.1.2.3 Demanda potencial.....	27
6.1.2.4 Mercado objetivo.....	27
6.1.2.5 Perfil del consumidor.....	27
6.1.3 Análisis de la oferta.....	28
6.1.3.1 factores que determinan la oferta.....	28
6.1.3.2 Estrategias de ventas de la competencia.....	28
6.1.3.3 Balance de oferta y demanda.....	29
6.1.4 Mezcla de marketing	29
6.1.4.1 Estrategias de Producto.....	29

6.1.4.2 Plaza.....	30
6.1.4.3 Promoción.....	30
6.1.4.4 Precio.....	30
7 ASPECTOS TÉCNICOS DEL PROYECTO.....	30
7.1 Macro localización.....	31
7.2 Micro localización.....	32
7.3 flujo de procesos.....	33
7.4 Análisis de recursos del proyecto.....	33
7.4.1 Especificaciones de los recursos requeridos para implementación y puesta en marcha del proyecto.....	33
7.4.2 Ficha técnica por producto o servicio.....	34
7.4.3 Obras Físicas para el proyecto.....	34
7.4.4 Maquinaria, herramientas y equipo necesario en el proyecto.....	35
7.4.5 Muebles y enseres requeridos en el proyecto.....	42
7.4.6 Balance de personal requerido en el proyecto.....	43
7.4.7 Presupuesto de capital de trabajo requerido en el proyecto.....	43
7.4.8 Definición de la inversión inicial para el funcionamiento del proyecto.....	44
8. Resultados.....	45
8.1 Distinción del nombre y la marca.....	46
8.2. Plataforma estratégica.....	46
8.2.1 Misión.....	46
8.2.2 Visión.....	46

8.2.3 Principios y valores.....	47
8.2.4 Objetivos organizacionales.....	48
8.3 Políticas de la organización.....	49
8.3.1 Política de gestión del conocimiento.....	49
8.3.2 Política comercial.....	50
8.3.3 Política tecnológica.....	50
8.4 Estructura organizacional, Organigrama.....	51
8.5 Plan de mejora.....	54
8.5.1 Presentación del plan de mejora.....	56
8.5.2 Objetivos del plan de mejora.....	56
9. Estudio económico y financiero.....	56
9.1 Balance de flujos financieros que se incurrirá en la implementación y puesta en marcha del plan de mejoramiento.....	56

Referencias

Anexos

Introducción

Este proyecto de investigación que se va a desarrollar tiene como propósito y objetivo, realizar un *plan de mejoramiento* para la consolidación de la fábrica de empanadas MartinKing en el Municipio de Sesquilé, Cundinamarca.

Esta idea, de consolidar una fábrica de empanadas en el Municipio de Sesquilé nace ya que hace dos años, en momentos de dificultad económica, vi como una oportunidad fabricar empanadas artesanalmente e inicié con esta labor, gracias al apoyo de mi esposa, de poseer mi propia casa ubicada en el sector las Brisas de la Vereda Boitivá del Municipio de Sesquilé, Cundinamarca, al hacer un pequeño sondeo llegué a la conclusión; que en el Municipio hay varias personas que fabrican empanadas, que sumando la producción se fabrican y se consumen aproximadamente mil empanadas diarias en el Sesquilé, pero ninguna de estas personas que las fabrican está legalmente constituidas, por tal razón y con base en los conocimientos adquiridos en la corporación minuto de Dios, nace la idea de realizar un plan de mejoramiento para la consolidación de la fábrica de empanadas.

Al carecer de la parte legal, logotipo, página web entre otras características, aprovechamos esta oportunidad con los nuevos conocimientos para obtener un factor diferenciador, de gran relevancia, de tener un valor agregado tanto en variedades, tamaños y precios, por tal razón de acuerdo a la problemática y necesidad me puse en la tarea de investigar en negocios sobresalientes en fabricación de empanadas para acoger las fortalezas y debilidades.

Para llevar a cabo este plan de mejoramiento se debe determinar la viabilidad del producto en esta zona del país desarrollando un estudio de mercados y comercialización, haciendo un análisis detallado del producto, de la demanda, de la oferta, el marketing la

plaza, el precio y demás variables, realizando encuestas a los posibles clientes (cafeterías, colegios, empresas de flores y consumidores en general).

Posteriormente se realiza un estudio de los aspectos técnicos del proyecto partiendo de la localización del mercado, el flujo de procesos, las obras físicas, maquinaria y herramientas, personal y presupuesto requerido para la puesta en marcha del mejoramiento del proyecto.

De igual forma se realiza un estudio en los aspectos administrativos y legales donde se define el nombre y marca, la misión, visión, objetivos, políticas y estructura organizacional detallada, los principios y valores, políticas de la organización, de gestión, tecnológicas, comerciales, de seguridad y salud en el trabajo, mapas de procesos de la organización y constitución legal de la empresa.

Luego se realiza un estudio económico y financiero en el cual se observan los requerimientos de la inversión frente a presupuestos, proyección y balances, P y G, flujos de caja e indicadores financieros del proyecto.

Y por último se realiza un plan de mejora, conclusiones y recomendaciones, para el desarrollo de objetivos y estrategias consolidando la fábrica de empanadas para que sea ampliamente competitiva en el sector.

1. Dimensión del tema de estudio

1.1 Problema

TITULO: consolidar la empresa MartinKing empanadas en el Municipio de Sesquilé, Cundinamarca desde agosto de 2019 hasta agosto de 2020 a través de un plan de mejoramiento.

TEMA: fabricar una buena cantidad de empanadas con calidad y variedad y tener una excelente comercialización

LINEA DE INVESTIGACION: Desarrollo de innovadores productos y servicios en el tema de la empanada

SUB LINEA: Estudios del consumidor y vendedores.

1.2 Descripción del problema

El municipio de Sesquilé, ubicado en el departamento de Cundinamarca, en el país de Colombia aproximadamente a 60 kilómetros al norte de la Ciudad de Bogotá, se ha caracterizado por una gran riqueza gastronómica.

A pesar de contar con una gran riqueza gastronómica, no se ha impulsado proyectos para dar un valor agregado a las mismas. En el tema de las empanadas; producto fabricado con ingredientes únicos (harina, carnes, pollo, arroz, huevo, añejos etc.) este producto es ofrecido en cafeterías, colegios, empresas de flores, restaurantes y otros establecimientos, sin ofrecer ningún valor agregado, no se tiene casi diferencia con otros fabricantes y en la mayoría de las veces no se brinda la higiene que los consumidores desean.

Por lo anterior se hace necesario la consolidación de una empresa fabricante de empanadas donde se ofrezca este tipo de producto con mayor variedad, con ventaja diferencial y competitiva de alta calidad de higiene en su fabricación y comercialización, con el objetivo de que el producto sea mayor aceptado y consumido en el Municipio de Sesquilé y con proyección regional.

También vemos que en Sesquilé hay varios fabricantes de empanadas, pero la mayor de las causas es que no estamos organizados legalmente ni higiénicamente, por tal razón se ve con claridad la gran oportunidad que hay y que se requiere de una visión empresarial para mejorar estos aspectos, como otra de las causas es el desconocimiento en la parte normativa como es el de tres derechos muy importantes y que fruto de esta actividad, se ven afectados vendedores, compradores y la sociedad en general.

El primer derecho afectado es el derecho a la salud (Art 49. Constitución Política) y es que no puede ser tan claro, gracias a lo arraigado de la práctica, pero lo cierto es que los alimentos que son preparados y expendidos en la vía pública son un peligro para la salud de los consumidores, por cuestiones tan simples como el lavado de las manos, limpieza de los utensilios, refrigeración, control de plagas, contaminación ambiental, convierten a estos alimentos en el alojamiento de peligros físicos, químicos y biológicos.

Por otra parte, se encuentra el derecho al trabajo (Art 25 Constitución Política), este se ha usado mucho, para defender esta actividad económica, puesto que representa el único ingreso para muchas familias, configurándose como una necesidad para la supervivencia. Pero al contrario de lo que se puede pensar, el defender esta actividad de la manera cómo funciona actualmente, violenta el derecho al trabajo de los ciudadanos, especialmente de los más vulnerables, para analizar este punto debemos mirar más a fondo, más allá de la persona

que al no tener una educación, u opciones laborales, inicia un negocio de venta callejera de alimentos, para su sostenimiento y el de su familia.

Y para continuar el análisis, se debe mencionar el tercer derecho afectado, el espacio público (Art 82 Constitución Política) En este artículo se menciona que es deber del estado regular el uso de espacio público, según (Santiago Valencia Rodríguez, 2019) teniendo en cuenta la prevalencia del interés general sobre el particular. Pero a pesar de esto, en ninguna ciudad del país se ha podido generar una reglamentación clara acerca de las ventas de alimentos en la vía pública, convirtiendo de nuevo al estado en un cómplice, esta vez de la inseguridad laboral y la invasión del estado público. la mafias no se limitan al control del uso del espacio, se encuentran presentes en toda la cadena: fabricación de los puestos, logística de los alimentos, control de las ventas, contratación de empleados, entre otras, incluso, se han creado “franquicias” de negocios ambulantes, principalmente de comidas rápidas, fácilmente reconocibles por sus diseños y marcas, estas son altamente rentables y se manejan como cualquier otro negocio de franquicias, solo que aquí no se pagan impuestos, lo que lo hace aún más lucrativo.

Por otra y según (OPS, 2019), las enfermedades causadas por alimentos contaminados constituyen un serio problema para la salud de la población. Todos los días, se reportan casos de personas que contraen enfermedades debido a los alimentos o el agua que consumen y que están contaminados por microorganismos, gérmenes peligrosos y/o químicos tóxicos que incluso pueden llegar a causar la muerte. Estas enfermedades representan una grave amenaza para la salud, afectando principalmente a los niños y niñas, mujeres embarazadas, personas inmunosuprimidas y de la tercera edad.

1.3 Formulación del problema

El problema existente es no contar con una fábrica de empanadas tradicionales, legalmente constituida en el municipio de Sesquilé, ni en los municipios aledaños.

1.4 Sistematización del problema

¿Cuáles son las mejores técnicas para la fabricación de empanadas tradicionales en el Municipio de Sesquilé?

¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la consolidación de una fábrica de empanadas en el Municipio de Sesquilé año 2019?

¿Cuál es la estructura organizacional más adecuada a las necesidades de la consolidación de una fábrica de empanadas en el Municipio de Sesquilé año 2019?

¿Cuál es la viabilidad financiera para la consolidación de una fábrica de empanadas en el Municipio de Sesquilé año 2019?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Realizar un plan de mejoramiento, para la consolidación de la fábrica MartinKing empanadas en el Municipio de Sesquilé, Cundinamarca

2.2 Objetivos específicos

De acuerdo a los problemas realizar el plan de mejoramiento para la empresa MartinKing empanadas.

Identificar las características del proceso de producción de la empresa MartinKing empanadas en el Municipio de Sesquilé, Cundinamarca.

Realizar un estudio de mercado que determine las condiciones de oferta y demanda de la empresa MartinKing empanadas en el Municipio de Sesquilé Cundinamarca en el año 2019

Determinar las condiciones técnicas con las cuales funcione se podría consolidar la empresa MartinKing empanadas en el Municipio de Sesquilé en el año 2019

Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad económica del plan de mejora de la empresa MartinKing empanadas.

3. Justificación y alcance

3.1 Justificación

De acuerdo con la información en la parte empresarial y de emprendimiento en el Municipio de Sesquilé y consultando (Portafolio, 2019), no ha existido una empresa fabricante de empanadas legalmente constituida, hay varias personas que fabrican empanadas pero artesanal y clandestinamente, por tal motivo se hace necesario consolidar y hacer un plan de mejoramiento a una fábrica de empanadas que viene funcionando hace dos años aproximadamente.

3.2 Relación con la línea de investigación

Buscando y consolidando la propuesta en esta línea de investigación referente al plan de mejora para la consolidación de la fábrica MartinKing empanadas, detectaremos el grado de cumplimiento en la consecución de los objetivos estratégicos, cuantificando y calificando la labor del grupo de trabajo y aplicando planes de mejora continua.

Al adoptar la propuesta se puede monitorear de forma periódica el desempeño del área respecto a los objetivos estratégicos, facilitando la toma de decisiones oportunas para generar el aumento de la eficacia y la eficiencia en el cumplimiento de los planes.

3.3 Alcance

Conociendo los resultados verídicos del cumplimiento de cada una de las funciones del personal de apoyo de la empresa MartinKing empanadas, podemos optimizar la planeación y seguimiento de cada tarea con tiempos más productivos, facilitando también las labores de verificación del cumplimiento de los objetivos estratégicos, consiguiendo mejores resultados y menos inversión para conseguir los objetivos propuesta

4. Revisión de la literatura

4.1 Marco referencial

En el libro indicadores de gestión (Beltran, 1998) se recuerda que esencialmente, medir es comparar una magnitud con un patrón preestablecido. Aunque existe la tendencia de medir todo con el fin de eliminar la incertidumbre o, por los menos de reducirla a su mínima expresión, la clave consiste en elegir las variables críticas para el éxito del proceso, y para ello es necesario seleccionar la más conveniente para medir y asegurar que esta última resuma lo mejor posible la actividad que se lleva a cabo en cada área funcional.

En la realización del estudio del plan de mejoramiento para la consolidación de la fábrica de empanadas en el Municipio de Sesquilé, Cundinamarca, se hace necesario un estudio de mercados, para (Pérez Mosquera, 2016) un estudio de los aspectos técnicos y comercialización, un estudio en los aspectos administrativos y legales y un estudio económico y financiero para establecer la viabilidad del proyecto.

Con el estudio de mercados se hace un análisis detallado del producto, de la demanda, de la oferta, el marketing la plaza, el precio y demás variables.

Con el estudio de los aspectos técnicos del proyecto se hace análisis de la localización del mercado, el flujo de procesos, las obras físicas, maquinaria y herramientas, personal y presupuesto requerido para la puesta en marcha del plan de mejoramiento.

Con el estudio en los aspectos administrativos y legales se define el nombre y marca, la misión, visión, objetivos, políticas y estructura organizacional detallada, los principios y valores, políticas de la organización, de gestión, tecnológicas, comerciales, de seguridad y salud en el trabajo, mapas de procesos de la organización y constitución de la empresa.

Y con el estudio económico y financiero se observan los requerimientos de la inversión, presupuestos, proyección y balances, P y G, flujos de caja e indicadores financieros del proyecto.

Ya que los elementos de administración, control y seguimiento hay que tener en cuenta lo siguiente:

Según (Beltran, 1998) El logro de la competitividad de la organización debe estar referido al correspondiente plan, el cual fija la visión, misión, objetivos y estrategias corporativas con base en el adecuado diagnóstico situacional. Las áreas funcionales establecen, con base en el plan corporativo, unos objetivos, que garanticen el logro del éxito de la gestión de la organización; con base en esos objetivos y planes, cada área efectúa una asignación de requisitos para su ejecución. Tras la iniciación de la ejecución de los mencionados planes, surge una serie de inquietudes no solo en la organización, sino también en las personas que conforman cada estrato de esta (estratégico, táctico y operativo).

(Beltran, 1998) La base fundamental para la administración de organizaciones está en el control que se realice a cada uno de los procesos que se realicen en la empresa:

Uno de los principios fundamentales para la toma adecuada de las decisiones y la calidad de las mismas es basarse en hechos y datos que nos brinden información precisa antes de la ejecución de los planes, durante estos y después. El concepto general de la administración implica, como sus acciones básicas, planear, organizar, dirigir y controlar.

Siguiendo el concepto de (Beltran, 1998), respecto a la planeación se entiende que:

Desde la fase de planeación se va definiendo y ejerciendo el control, a través de la determinación de las variables clave de éxito asociadas a los objetivos y a los recursos disponibles. Es el control, mediante la generación de la información, el que provee los insumos para la adecuada y oportuna toma de decisiones, de preferencia preventivas, que mantienen a la organización en la senda del éxito.

5. Diseño metodológico

5.1 Tipo de estudio

La investigación realizada es cuantitativa, teniendo en cuenta que la metodología se analiza de manera objetiva para tomar las mejores decisiones para el plan de mejoramiento de la empresa MartinKing empanadas, partiendo de entender la investigación cuantitativa como “la propiedad de algo que se puede medir o controlar, de algo susceptible de crecimiento o de medición mediante el cual se definen criterios que permiten determinar si un objeto u otro forman parte de la extensión de un concepto (Lemelin, 2004)

De esta forma la investigación que estamos realizando concluirá en los indicadores de gestión tanto en el control a los procesos administrativos y operativos en la empresa MartinKing empanadas, para tomar las mejores decisiones en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

5.2 Población y muestra

La población objeto de la investigación es la empresa MartinKing empanadas, con un número pequeño de empleados en cabeza del gerente, con el apoyo de un contador un jefe de cocina y producción y un conductor, a su vez las personas que venden el producto en los diferentes sitios como cafeterías, colegios y tiendas.

De esa forma habrá la participación en la investigación de personal operativo y administrativo para lograr cumplir con los objetivos fijados. A su vez 20 personas que son los intermediarios de venta como local, tiendas, colegios y cafeterías

5.3 Instrumentos

Como instrumentos en esta investigación se ha considerado las encuestas al intermediario de MartinKing empanadas y aplicadas a las fuentes primarias de investigación. Se han encuestado 20 personas que son las que las venden en sus diferentes establecimientos

5.4 Procedimientos

La aplicación de las encuestas genera información del consumidor final de las empanadas, permitiendo conocer de primera mano las deficiencias que existen y así poder hacer un plan de mejoramiento de la empresa, para esta recolección se hace en varias fases:

- Diseño de la encuesta
- Recolección de información
- Tabulación de la información

- Análisis de la información
- Toma de decisiones

6. Estudio de mercados y comercialización

6.1 Inteligencia de mercados

Realizar un estudio de oferta y demanda, donde se permita conocer y evaluar las condiciones del Municipio de Sesquilé y Municipios aledaños para la viabilidad del plan de mejoramiento de una fabricadora y comercializadora de empanadas.

Descripción del proyecto

Por medio de este estudio analizaremos los canales de distribución, los precios y disponer los medios de la publicidad para ampliar el espacio donde se conozca el producto en óptimas condiciones para satisfacer las necesidades del consumidor final.

Analizar las expectativas de la demanda del mercado de las empanadas en el Municipio de Sesquilé y Municipios aledaños, para llevar a cabo un análisis real de los principales criterios de consumo de este producto en los sitios que actualmente los compran.

Identificar la competencia y alcance de ventas para proyectar el comportamiento del consumo en el Municipio de Sesquilé y municipios aledaños.

Realizar un análisis de los precios, buscando el mecanismo y estudio financiero para hacer una competencia leal.

Establecer los canales más adecuados para la comercialización con el fin de llegar de una forma efectiva el producto a la población objetivo.

Buscar la mejor forma de realizar la publicidad para promocionar la consolidación de la empresa fabricante de empanadas en el Municipio de Sesquilé.

Descripción del producto que ofertara el proyecto

El producto de esta empresa de fabricación de empanadas; es la empanada tradicional que viene en cinco presentaciones innovadoras, con diferentes rellenos y tamaños, las cuales se entregaran listas para ser consumidas. Para la elaboración de estas empanadas se utiliza como materia prima; harina de trigo para su envoltura, esta empanada estará rellena con carne molida, arroz y huevo, con un exquisito guiso de cebolla que le dará el sabor especial, habrá otra variedad que en cambio de carne molida llevara pollo, otra variedad es pollo con champiñones, habrá ora variedad que es papa con carne desmechada.

6.1.1 Análisis del sector económico donde está el proyecto de empresa

Para la consolidación de la empresa de fabricación de empanadas, esta empresa se encuentra ubicada en un sector económico donde la mayoría de los ciudadanos son de

estratos bajos uno, dos y tres, por tal motivo hay que tener precios asequibles para este tipo de población.

6.1.1.1 Generalidades del sector donde pertenece el proyecto

El sector donde pertenece el proyecto es el municipio de Sesquilé en el Departamento de Cundinamarca, un municipio de sexta categoría, ubicado a 45 kilómetros al norte de la Ciudad de Bogotá con una temperatura aproximada de 14 grados con fácil acceso por parte de personas de otros Municipios y ciudadanos de la Capital de Bogotá, lo mismo que personas del norte del país, entre ellos el departamento límite de Boyacá.

6.1.1.2 Participación del sector donde pertenece el proyecto en el PIB Nacional

Sesquilé se encuentra en el grado 6 a nivel del grado de importancia económica de nuestro País Colombia, económicamente el Municipio de Sesquilé vive de la agricultura, la ganadería y empresas floricultoras.

6.1.1.3 Estadísticas del sector donde pertenece el proyecto

Las estadísticas de ventas de empanadas en el Municipio de Sesquilé están sobre 1200 empanadas diarias lo que nos da un resultado de 36.000 empanadas mensual, pero no vemos la fabricación de empanadas innovadoras ya que son las tradicionales de siempre

6.1.1.4 Estructura actual del mercado local de la empresa

La estructura actual del mercado local en la fabricación de empanadas, es mercado competitivo ya que hay varios compradores y varios vendedores, dentro de las personas que ofertan el producto de empanadas y otros productos parecidos como arepas, pasteles, papa rellena hay alrededor de cinco pero ninguna legalmente constituida.

6.1.1.5 Mercado proveedor

El mercado proveedor está constituido por cinco supermercados, donde se compra el arroz, la harina y el aceite, cuatro fruterías para la compra de cebolla, cilantro y tomate, cinco famas donde se compra la carne y otros negocios medianos y pequeños para la compra de otros productos como huevo, para la fabricación de las empanadas.

6.1.16 Mercado distribuidor

El mercado distribuidor lo conforman los motocarros, las bicicletas o ir a pie al sitio donde se comercializa, ya desde allí, los negocios como cafeterías, colegios, empresas de flores lo hacen llegar el producto al consumidor final.

6.1.2 Análisis de la demanda

La demanda para este proyecto se da por la población objetivo como son amas de casa, ejecutivos los estudiantes, los trabajadores de flores y en general la mayoría de personas de los diferentes estratos socio económicos del municipio de Sesquilé y sus alrededores

donde se realizó una investigación por medio de una encuesta, para saber sus preferencias de acuerdo a la calidad, precio, y disponibilidad de comprar el producto.

6.1.2.1 Productos sustitutos y productos complementarios

Los productos sustitutos presentan una competencia indirecta ya que los consumidores pueden optar por otros productos que se venden en el municipio, estos desempeñan satisfacciones muy parecidas a las empanadas y son fabricados en Sesquilé como, arepas, papas rellenas, arepa de huevo y pasteles de yuca. Por otra parte los productos complementarios de las empanadas son muy importantes para la satisfacción del consumidor como es el ají, guacamole y salsa, los cuales deben ser de muy buena calidad y sabor para mayor demanda del producto.

6.1.2.2 Comportamientos de precios vs comportamientos de la demanda

En el estudio de los comportamientos de los precios vemos que la mayoría de sitios donde venden las empanadas al consumidor final oscila entre \$1.300 y \$1.600, por lo cual el fabricante deberá venderla a los intermediarios entre \$1.000 y \$1.300 pero teniendo en cuenta la demanda vemos que hay gran factibilidad de respetar esos valores.

6.1.2.3 demanda Potencial

La demanda potencial del presente estudio está formado por los sitios que compran el producto para luego ser vendido al consumidor como son; cafeterías, colegios, empresas de flores y tiendas.

6.1.2.4 Mercado objetivo

El mercado objetivo lo conforman amas de casa, ejecutivos, los estudiantes, los trabajadores de flores y en general la mayoría de personas de los diferentes estratos socio económicos del municipio de Sesquilé y sus alrededores.

6.1.2.5 Perfil del consumidor

El perfil del consumidor de las empanadas es individual en el caso de las cafeterías o tiendas ya que es proveído por una cadena de distribución, pero también puede ser institucional en el caso de las Instituciones educativas ya que hay volúmenes altos de consumo propio.

6.1.3 Análisis de la oferta

Las características de los oferentes actuales que se constituyen en competencia para la nueva empresa al determinar su participación en el mercado por medio de sus debilidades y fortalezas.

La oferta de fábrica de empanadas en el Municipio de Sesquilé, Cundinamarca está representada principalmente por algunas personas que fabrican el producto en el Municipio de Sesquilé y sus alrededores, pero que no vemos su legalidad y visión empresarial, son personas que fabrican el producto de una forma rudimentaria y en cantidades pequeñas, no tienen la tecnología ni la visión de empresa fabricante de grandes cantidades.

6.1.3.1 Factores que determinan la oferta

El consumidor final de la empanada para la fábrica de empanadas se hace por medio de una cadena de distribución, con el fin de facilitar el acceso bien sea en cafeterías, colegios o empresas de flores y se manejara volúmenes altos de producción, dentro de los factores que determinan la oferta está el número de competidores, la capacidad de producción de los mismos y la llegada de nuevos competidores, todo esto nos lleva a la conclusión que al tener legalmente constituida y consolidada la fábrica de empanadas la oferta va a satisfacer las expectativas.

6.1.3.2 Estrategias de ventas de la competencia

Dentro de las estrategias de venta de los competidores está el precio, la calidad y el tamaño, porque en el tema de variedad, calidad, legalidad y servicio no existe, donde vemos la gran oportunidad de avanzar a pasos agigantados.

6.1.3.3 Balance de oferta y demanda

En el balance de la oferta vemos un número pequeño de competidores que ponen a disposición del mercado el producto de la empanada pero sin legalidad y otros puntos importantes y que al hacer un sondeo no están dispuestos a legalizar sus fábricas, por parte del balance de la demanda vemos que hay una necesidad insatisfecha en el producto de la empanada de alta calidad y que al consolidar la fábrica hay grandes posibilidades de surgir.

6.1.4 Mezcla de marketing

Dentro de esta mezcla de marketing trabajaremos las cuatro p como son producto, precio, plaza y promoción, donde el producto es lo que el consumidor de empanadas va a degustar con gran sabor y variedad, el precio ajustado al consumidor, la plaza es el municipio de Sesquilé inicialmente y la promoción se hará con el ánimo que la mayoría conozca el producto

6.1.4.1 Estrategias de producto

Las estrategias del producto están en el servicio, el precio, la promoción y la distribución, el servicio tiene que ser eficiente, el precio exequible al consumidor, la promoción por medios de gran acceso de nuestra población del Municipio y la distribución con seriedad y cumplimiento.

6.1.4.2 Plaza

La plaza inicialmente son las instituciones educativas urbanas, las cafeterías del municipio de Sesquilé, las empresas de flores cercanas al casco urbano e ir expandiendo hacia la parte rural y municipios cercanos

6.1.4.3 Promoción

Para este proyecto las estrategias de promoción la haremos por medio de las redes sociales, volantes, emisora comunitaria y voz a voz

6.1.4.4 Precio

Determinamos el precio al tener en cuenta la capacidad de compra de los consumidores, el nivel socioeconómico, los costos de producción, los costos de distribución, los costos financieros, costos de publicidad y promoción, salarios y precios de la competencia. El precio es de \$1000 para la venta al intermediario bien sea cafetería, tienda, colegio u otro establecimientos

7. Aspectos técnicos del proyecto

7.1 Macro localización

Localización del Municipio de Sesquilé a nivel regional

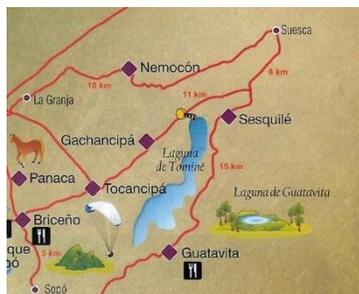


Fig. N° 01 Localización Municipio Sesquilé nivel regional. Fuente: plan de desarrollo

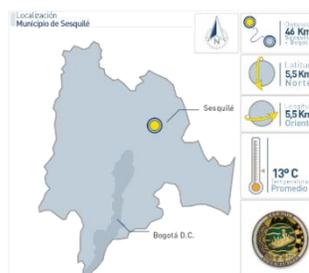


Fig. N° 02 Localización Municipio Sesquilé a nivel Departamental. Fuente: plan de desarrollo



Fig. N° 03
 Municipio Sesquilé.
 desarrollo

División política
 Fuente: plan de



FLUJO DE PROCESOS MARTINKING EMPANDAS

E

S



La fábrica de empanadas en su plan de mejoramiento estará ubicada en el sector las brisas de la Vereda Boitivá del Municipio de Sesquilé, departamento de Cundinamarca, país Colombia

8.2 Micro localización

La micro localización del proyecto se hará teniendo en cuenta que existe un mi propia casa un primer piso que se puede adaptar y adecuar para realizar los diferentes procesos de producción, freír y comercialización, además cuenta con vías de fácil acceso, cercanía al casco urbano del municipio y servicios públicos acordes a las necesidades

7.3 flujo de proceso

El flujo de los procesos es de gran importancia ya que se tiene en cuenta los tiempos y movimientos empleados por los trabajadores no solo en la parte operativa, sino administrativa y financieramente para mejor eficiencia en los procesos en el área de trabajo.

7.4 Análisis de los recursos del proyecto

Los recursos y material que se requiere para la implementación de la fábrica de empanadas MartinKing son; maquinara y equipos, muebles y enseres de producción, muebles y enseres de administración, equipo de oficina, materia prima e insumos y por último los servicios públicos necesarios

7.4.1 Especificaciones de los recursos requeridos para implementación y puesta en marcha del proyecto

Las especificaciones de los recursos requeridos para la puesta en marcha del plan de mejoramiento de la fábrica de empanada MartinKing son; por una parte la maquinara y equipos encaminados a la producción más eficiente e higiénica como bascula digital, freidora industrial, estufa industrial, molino industrial, maquina amasadora industrial y maquina industrial para cortar masa, también los muebles y enseres de producción que son aquellos que estaremos utilizando a diario como mesas y utensilios de cocina, a su vez los

muebles y enseres de administración como escritorios, sillas y archivadores, por otra parte el equipo de oficina como computador, teléfono y materiales de oficina, también la materia prima e insumos como harina, arroz, aceites entre otros, los insumos de cocina como papel de cocina, servilletas, caneca de basura, jabones etc., y por último los servicios necesarios como agua, luz, internet, gas y teléfono

7.4.2 Ficha técnica de producto

Empanadas MartinKing es un producto obtenido de la cocción de masa preparada con harina de trigo, levadura, agua potable, sal, azúcar, aceite de cocina y color, con rellenos diferentes como arroz, carne molida, huevo, papa, carne desmechada, pollo y champiñones

7.4.3 Obras físicas para el proyecto

La obra física con que contara la fábrica de empanadas será el primer piso de mi propia casa que tiene con una construcción de 112 m2 que está distribuida de la siguiente manera;



MARTINKING EMPANADAS OBRA FISICA DEL PROYECTO

ADMINISTRACION	AÑO 1		c
----------------	-------	--	---

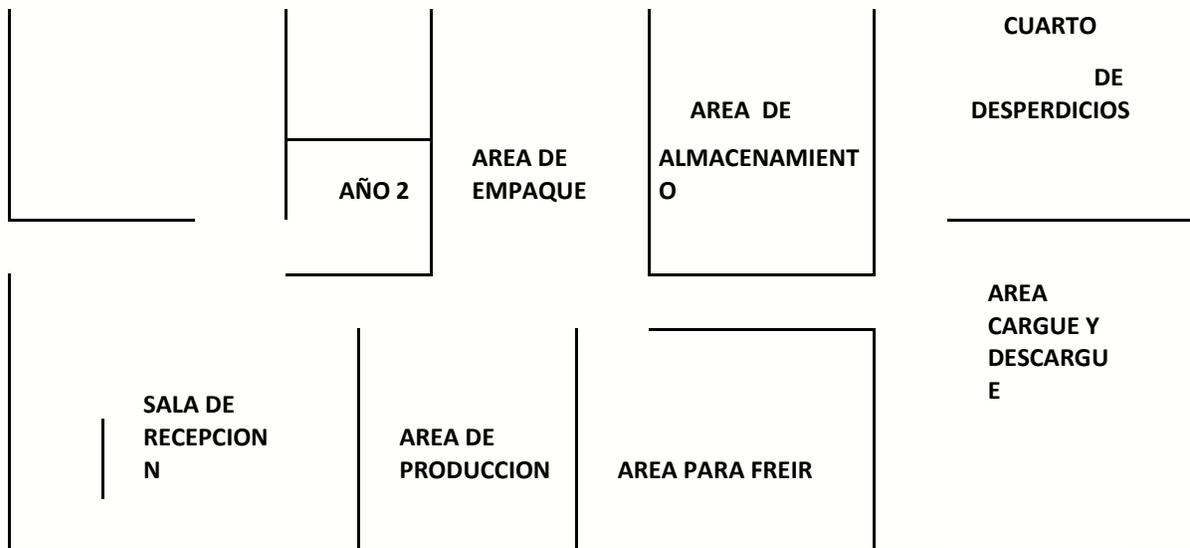


Fig. N° 04 Planos arquitectónicos fábrica de empanadas: Fuente: elaboración propia

Área de administración 9 m²

Para la producción de empanadas MartinKing, uno de los principales objetivos es la calidad y servicio, por todo esto estaremos muy pendientes del cliente, a quien en esta área de administración estará una oficina dotada con Internet, muebles y enceres de oficina, teléfono y papelería alusiva a la fábrica de empanadas MartinKing, Esta área es muy importante ya que aquí se encontrara la oficina de gerencia.

Sala de recepción 24 m²

Esta sala es para quien desee conocer la fábrica, o tener un dialogo de negocios con la administración se ubique mientras es atendido, además para los temas de degustación del producto de empanadas MartinKing y sala de reuniones con la parte administrativa y operativa.

Área de almacenamiento 8 m²

Esta área estará dotada de estantes para almacenara harinas, aceites, arroz, papa y demás productos de materia prima para la fabricación de las empanadas MartinKing

Área de producción 12 m²

Este lugar estará dotado de las máquinas y equipos necesarios para la producción de empanadas MartinKing, que son las siguientes; molino, balanza, mesones en acero inoxidable, amasadora harina, cortadora de masa y maquina fabricadora de empanadas

Área de freír 9 m²

Esta área estará dotada de una estufa industrial, escurridero, campana expulsora de vapores, bandejas, ollas para cocinar los diferentes rellenos de las empanadas y demás utensilios necesarios para la cocción y frito de las mismas.

Área de empaque 12 m²

Luego de estar fritas y terminadas las empanadas habrá un espacio para solo empaque donde se habrá los artículos necesarios para esta tarea como son recipientes, bolsas, guantes y lo necesario para estas funciones.

Cuarto de desperdicios 12 m²

En este cuarto se depositaran los residuos de la materia prima, estos residuos se retiraran día a día, además contaremos con el servicio de agua potable para el respectivo aseo del área de la fábrica de empanadas

Área cargue y descargue 20 m²

En este lugar se recibirá la materia prima y todos los materiales o insumos necesarios para la producción de las empanadas MartinKing, también se hará el respectivo cargue del producto terminado para ser entregado al transportador.

Servicios sanitarios y vestuarios 6 m²

Esta área es adecuada para que las personas que trabajaran en la planta de fabricación de empanadas MartinKing tengan espacio para aseo personal y realizar de forma higiénica las necesidades fisiológicas.

Maquinaria, herramientas y equipo necesarios para el proyecto

A continuación encontraremos la maquinaria requerida para el proyecto

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	EMPRESA SELECCIONADA
BASCULA DIGITAL INDUSTRIAL	1	\$ 627.000	\$627.000	MERCADO LIBRE
FREIDOR INDUSTRIAL A GAS	1	\$ 3.689.000	\$3.689.000	MERCADO LIBRE
ESTUFA INDUSTRIAL A GAS	1	\$ 1.000.000	\$1.000.000	MERCADO LIBRE
MOLINO ELECTRICO	1	\$ 1.500.000	\$1.500.000	MERCADO LIBRE
MAQUINA BATODPRA PARA PREPARAR LA MASA	1	\$ 3.200.000	\$3.200.000	MERCADO LIBRE
MAQUINA CORTADORA DE LA MASA	1	\$ 3.000.000	\$3.000.000	MERCADO LIBRE
CAMAPANA EXTRACTORA DE OLORES	1	\$ 660.000	\$660.000	MERCADO LIBRE
MAQUINA DESMECHADORA DE CARNE	1	\$ 3.200.000	\$3.200.000	MERCADO LIBRE
MAQUINA INDUSTRIAL PARA HACER	1	\$ 9.800.000	\$9.800.000	MERCADO LIBRE

EMPANADAS				
CONGELADOR NEVERA GRAN TOTAL MAQUINARIA	1	\$ 886.400	\$ 86.400	MERCA DO LIBRE
			\$ 2 7.562.400	MERCA DO LIBRE



Figura 04 Bascula digital industrial, fuente; mercado libre



Figura 05 Freidor industrial a gas, fuente; mercado libre



Figura 06 Estufa industrial a gas, fuente; mercado libre



Figura 07 Molino electrico, fuente; mercado libre



Figura 08 Maquina batidora para preparar la masa, fuente;mercado libre



Figura 09 Maquina cortadora de masa, fuente; mercado libre



Figura 10 Campana extractora de olores, fuente; mercado libre



Figura 11 Maquina despechadora de carne y pollo, fuente; mercado libre



Figura 12 Maquina industrial para hacer empanadas, fuente mercado libre

Mesas planas



Figura 13 mesa acero inoxidable, fuente; mercado libre

7.4.5 Muebles y enseres requeridos para el proyecto

MUEBLES Y EQUIPOS PARA OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	EMPRESA SELECCIONADA
ESCRITORIO DOTADO	1	\$2.350.000	\$2.350.000	MERCADO LIBRE
COMPUTADOR PARA OFICINA	1	\$1.800.000	\$1.800.000	MERCADO LIBRE
TOTAL MUEBLE Y EQUIPOS PARA OFICINA		\$4.150.000	\$4.150.000	MERCADO LIBRE



Fig. N° 14 Escritorio completo para oficina: Mercado libre



- Procesador: Intel Core I3 7020U 2.3GHz
- Sistema Operativo: Windows 10 HOME 64 EM
- Memoria RAM: 4 GB
- Disco Duro: 1TB
- Pantalla: 21,5" Pulgadas en Full HD

Fig. N° 15 Computador para oficina: Mercado libre

7.4.6 Balance de personal requerido en el proyecto

El personal requerido necesario para la consolidación y elaboración del plan de mejoramiento de la empresa MartinKing empanadas es el siguiente:

Un gerente o administrador general

Un contador

Un jefe de producción

Un asistente de cocina

Un conductor

7.4.7 Presupuesto de capital de trabajo requerido en el proyecto

Con respecto a la remuneración salarial de cada uno de los cargos que estarán cumpliendo cada una de las personas se determina con el salario legal aprobado por el gobierno nacional para el año 2019

Salario mínimo \$826.116

Aporte a salud por el empleador \$70.390

Aporte a pensión por el empleador \$132.499

Riesgos laborales riesgo I \$4.323

Caja de compensación \$33.125

Cesantías \$77.096

Intereses de cesantías \$9.251

Prima de servicios \$77.096

Total salario mensual \$1.298.896

Cargo	Salario básico	Tipo de contrato
Gerente	\$1.500.000	Indefinido
Contador	\$300.000	Indefinido
Jefe de producción	\$1.400.000	Indefinido
Asistente de cocina	\$1.229.896	Indefinido
conductor	\$1.229.896	Indefinido
Total salario mensual	\$5.659792	

Fig. N° 17 Presupuesto remuneración mensual: fuente propia

7.4.8 Definición de la inversión inicial para el funcionamiento del proyecto

La inversión que se requiere para el plan de mejoramiento de la empresa MartinKing empanadas, es la siguiente.

Maquinaria y equipo	\$27.562.400
Muebles y equipo	\$4.150.000
Materia prima mensual	\$5.000.000
Nómina mensual	\$5.659.792
TOTAL INVERSION INICIAL	\$42.372.192

8. Resultados

8.1 Distinción del nombre y la marca

El nombre de esta empresa es MartinKing empanadas, ya que Martin es el emprendedor de este proyecto y la palabra King al traducirla al idioma español es Rey, donde nos da como resultado y quiere decir “MARTIN REY DE LAS EMPANADAS”

Imagen 1 logo “MartinKing empanadas”



Fig. N° 16 Logotipo empresa MartinKing empanadas: fuente elaboración propia

Este logo fue diseñado teniendo en cuenta aspectos importantes como el color naranja que le da vida e invitación a consumir, la foto es de empanadas reales de la fábrica,. La hojita de yerbabuena es dando a conocer que es comida saludable y también que habrá protección al medio ambiente

Slogan

Calidad y servicio que es lo que nos va a caracterizar, ya que las empanadas irán a tener su toque especial en calidad y desde luego un servicio eficiente.



Fig. N° 17 Empaques empresa MartinKing empanadas: fuente, elaboración propia

8.2 Plataforma estratégica de la organización

8.2.1 Misión

MartinKing empanadas es una empresa dedicada a producir y comercializar empanadas tradicionales, de alta calidad y servicio, con ventajas competitivas para la satisfacción del cliente, quien será el consumidor final de nuestro producto, asequibles a todas las personas en el lugar que las requieran.

8.2.2 Visión

MartinKing empanadas será en cinco años, una empresa reconocida, consolidada, competitiva, innovadora y líder en la producción y comercialización de empanadas tradicionales de alta calidad y servicio, con ventajas competitivas para la satisfacción del consumidor final de nuestro producto, asequibles a todas las personas en el lugar que las requieran.

8.2.3 Principios y valores

Los principios y valores de MartinKing empanadas son reflejados mediante el actuar diario y buscando siempre mejorar en todos los aspectos para bien de la empresa y del consumidor final.

Principios:

- Ir más allá del plan de negocios

MartinKing empanadas será una empresa decidida a ganar experiencia día a día rodeándose de personas idóneas en cada campo de acción para una mejora constante.

- Buscar siempre el mayor nivel de calidad.

En MartinKing empanadas la calidad siempre será un marcador determinante para que el consumidor final del producto sea beneficiado y así ganaremos la fidelidad de los clientes.

- Buscar establecer precios competitivos

El precio de las empanadas será una estrategia fundamental de la empresa pero desde luego sin sacrificar la calidad y sin estar muy por encima de los competidores.

- Adaptación y personalidad

MartinKing empanadas buscara desarrollar productos a medida de lo consumidores, buscando personalizar al máximo los productos con el ánimo de generar exclusividad,

- Pensar estratégicamente

MartinKing empanadas analizara tendencias, realizara planes a corto, mediano y largo plazo.

Valores:

- Respeto a los empleados

MartinKing empanadas será una empresa que ofrecerá todas las facilidades posibles para que los empleados se desempeñen en el trabajo tanto para el crecimiento personal como laboral

- Transparencia y honestidad

MartinKing empanadas será una empresa honesta con sus clientes, proveedores y competidores siendo transparente en la presentación de cuentas económicas periódicas y accesibles.

- Responsabilidad social

MartinKing empanadas estará dispuesta a contribuir de alguna manera a mejorar las condiciones de vida del sector donde estamos establecidos y estaremos dispuestos a rendir cuentas y dar respuestas de nuestro propios actos.

- Disciplina

MartinKing empanadas tendrá una disciplina como medio para alcanzar las metas y mejorar día a día y esta disciplina será el medio para el orden.

8.2.4 Objetivos organizacionales

- Buscar con muy buena calidad en el producto de las empanadas y por medio de unos precios compatibles y asequibles atraer la atención a nuestros clientes.
- MartinKing empanadas será reconocida en el Municipio de Sesquilé y a nivel regional
- Poder llegar a ser competitivos en el mercado del producto de empanadas
- Tener siempre presente que el cliente es el principal motor de nuestra empresa.

8.3 Políticas de la organización

- MartinKing empanadas tendrá un manual de funciones el cual se mantendrá en un lugar visible para que sea conocido por todos los trabajadores de la empresa para poder llevar a cabo sus labores
- Se tendrá la infraestructura adecuada y las herramientas necesarias para que los trabajadores y personal interno de la empresa tenga un buen desempeño en las labores

Se contará con personas idóneas en cada campo de acción dentro de la empresa como es un contador debidamente acreditado y con experiencia, los trabajadores tendrán capacitación continua para la optimización de recursos y prestación de los servicios.

8.3.1 Política de gestión del conocimiento

MartinKing empanadas identificara el conocimiento existente en cada uno de los miembros del equipo de trabajo, en primer lugar para generar un efecto multiplicador y en segundo lugar para producir un apalancamiento operativo basado en el conocimiento, además para conocer la parte critica dentro de la empresa; se buscara y generará espacios que permitan compartir ideas y conocimientos, se estructurara una organización inteligente, con capacidad de aprendizaje constante y de innovación

8.3.2 Política comercial

MartinKing empanadas tendrá aspectos fundamentales con respecto a la comercialización del producto como las siguientes:

- **Objetivos de ventas:** antes que nada definiremos donde queremos llegar para saber cuáles son la metas que queremos conseguir en las áreas tanto comercial y de ventas
- **Condiciones de venta:** estableceremos cuáles serán los precios de las empanadas, como se nos pagarían y las condiciones del envío y devoluciones.
- **Canales de venta:** Sera un punto importantes en la distribución de la venta de empanadas, donde definiremos los diferentes canales que utilizaremos y la importancia de cada uno de ellos.
- **Sistemas de control:** el control será fundamental para analizar que es lo que se puede mejorar en el trabajo realizado en el área comercial

8.3.3 Política tecnológica

MartinKing empanadas tendrá en cuenta los sistemas tecnológicos, definidos como el conjunto de elementos ligados entre sí por medio de relaciones estructurales diseñados para lograr un objetivo. Con la velocidad de la era tecnológica se simplificara el trabajo y la comunicación, se optimizara los tiempos de entrega y hará la empresa más competitiva.

La tecnología jugara un papel imprescindible en la fábrica MartinKing Empanadas por medio de las siguientes tendencias:

- La conectividad entre distintas funciones inalámbricas que facilitan y optimizan el trabajo como bluetooth y redes de comunicación de voz y datos.
- Poder combinar funciones de captura de datos y telefonía móvil en un mismo portátil disminuyendo los costos operativos, donde nos permitirá comprobar entregas, almacenar facturas y tener pruebas del servicio prestado
- Contar con información ordenada y en tiempo real, nos dará las soluciones para alcanzar la eficiencia y productividad en la empresa.

8.4 Estructura organizacional

MartinKing empanadas estará conformado en la parte de la organización por personas con alta idoneidad en cada uno de los campos para que la empresa obtenga un éxito total, el personal será el siguiente:

Un gerente o administrador general

Un jefe en la parte de producción

Dos asistentes de cocina

Un chofer y mensajero

Un contador debidamente acreditado

Organigrama estructura organizacional



Fig. N° 18 organigrama estructural. Fuente: elaboración propia

Gerente o Administrador general

Es el representante legal de la empresa, el que toma las decisiones y dirige la parte comercial de la empresa de fábrica de empanadas, las funciones específicas son:

- Planear, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento y los procedimientos para la elaboración y comercialización de la fábrica de empanadas
- Tomar las decisiones administrativas, técnicas y financieras de la empresa
- Llevar a cabo las estrategias que se requieran para el mantenimiento y crecimiento de la empresa.
- Negociar con proveedores y compradores acuerdos para la buena marcha de la empresa

- Dirigir y controlar tanto los recursos administrativos, técnicos y financieros de la empresa
- Ser supervisor de todas las funciones de los empleados de la empresa
- Velar por la seguridad y bienestar de todos los trabajadores de la empresa
- La demás que le sean asignadas por la empresa

Jefe de producción

Llevar a cabo el control de calidad de empanadas y los procesos de fabricación de las mismas en la empresa con las siguientes funciones específicas:

- Asesorar y orientar los asistentes de cocina y al conductor
- Hacer un seguimiento a los procesos técnicos de los productos
- Velar por que la materia prima sea de óptima calidad
- Velar por el cumplimiento de la parte de higiene en la manipulación e instalaciones de la fábrica de empanadas MartinKing.
- Realizar los respectivos informes al gerente y administrador general.

Asistentes de cocina

Realizar todas las labores de producción y empaque de las empanadas MartinKing con las siguientes funciones específicas:

- Procesar las materias primas requeridas para la elaboración de las empanadas.
- Preparar los alimentos requeridos cumpliendo con las normas requeridas en la manipulación de alimentos.

- Realizar el aseo continuo a la maquinaria e implementos necesarios para la producción de las empanadas.
- Evitar desperdicios de alimento llevando un control estricto
- Almacenar los productos de una forma que estén a la temperatura óptima para la conservación de los mismos.
- Realizar los inventarios de la materia prima periódicamente.
- Mantener las instalaciones de trabajo perfectamente aseadas.
- Cumplir las demás funciones que le sean asignadas.

Conductor - almacenista

- Entregar los pedidos de una manera eficiente
- Recibir y almacenar la materia prima de una forma adecuada
- Transportar con cuidado los productos que se le confíen
- Las demás funciones que se le asignen

8.5 Plan de mejora

El mejoramiento de los procesos es el estudio sistemático de las actividades y flujos de cada proceso a fin de mejorarlo. Su propósito es “aprender cifras”, entender los procesos y desentrañar los detalles. Una vez que se ha comprendido realmente un proceso, es posible mejorarlo. La implacable presión por ofrecer una mejor calidad a un menor precio significa que las compañías tienen que revisar continuamente todos los aspectos de sus operaciones (Krajewski, 2008)

De acuerdo con Krajewski, Ritzman, & Malhotra (2008) el mejoramiento de procesos consta de las siguientes etapas:

-Identificar oportunidades: se debe observar todos aquellos procesos que brinden valor a los clientes externos y analizar si se está satisfaciendo al cliente; se debe observar las brechas estratégicas y observar si el proceso tiene un buen ajuste estratégico y finalmente se debe alentar al personal de la empresa, clientes y proveedores a que brinden sus ideas para mejorar los procesos.

-Definir el alcance: se debe determinar los límites del proceso a mejorar, observar si es un proceso general muy grande o un subproceso anidado, dependiendo del alcance se definirá si se asigna una sola persona o un equipo de diseño para que realice el análisis del proceso. -Documentar el proceso: se debe elaborar una lista en donde se especifique los insumos, clientes, proveedores y productos involucrados en el proceso; luego se debe realizar una descripción de los pasos realizados utilizando diagramas de flujo, planos de servicio o gráficos de proceso.

-Evaluar el desempeño: se debe medir el desempeño actual del proceso, esto se puede lograr preguntando a alguien que conozca el proceso, observando el proceso o utilizando técnicas para medir retrasos o tiempos de espera como el muestreo de trabajo, un estudio de tiempos.

-Rediseño del proceso: después de analizar el proceso y su desempeño se pueden observar las brechas existentes entre el desempeño real y el deseado, con base en esto se deben buscar las causas de dichas brechas y crear ideas para mejorar los procesos, seleccionar la idea más viable para eliminar dichas brechas (mejorar el proceso) y documentarla dejando en claro como funcionara el proceso revisado.

-Implementar los cambios: en esta etapa se debe poner en marcha los pasos necesarios para poner en funcionamiento el proceso rediseñado (Krajeski, 2008).

8.5.1 Presentación plan de mejora

Realizando el estudio de la fábrica MartinKing empanadas donde se inició hace dos años, tiene varios puntos de vista para mejorar tanto la producción. Este estudio enfatiza el tiempo empleados en la producción de empanadas, ya que al hacerlo de manera manual se limita la capacidad productiva, se estima que se pierde en la elaboración de 500 empanadas alrededor de dos horas, en la parte de comercialización

8.5.2 Objetivos del plan de mejora

El primer objetivo de MartinKing empanadas es capacitar el equipo de trabajo con el fin de mejorar del proceso de producción

El segundo objetivo es dotar la empresa de maquinaria tecnificada con el ánimo de aumentar la producción

Un tercer objetivo es diseñar indicadores de producción y desempeño.

9. Estudio económico y financiero

En este estudio económico y financiero del plan de mejora de MartinKing empanadas se busca cuantificar la inversión que se requiere al observar la viabilidad en la parte económica

y cuál es la rentabilidad en cinco años, teniendo en cuenta los gastos de producción, los de operación, los de materia prima y los de administración, así sabremos hasta donde podremos llevar a cabo el proyecto.

9.1 Balance de flujos financieros que se incurrirá en la implementación y puesta en marcha del plan de mejoramiento

MartinKing empanadas						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2019	2020	2021	2022	2023
x Precio de Venta	1.000					
AÑO	0	1	2	3	4	5
Proyección de Unidades VENDIDAS		180.000	216.000	252.000	288.000	360000
Amortización del credito		19%	23%	27%	31%	38%
x Costo de Producción	42%	\$ 6.000.000	12	\$ 72.000.000		
x Gasto Administrativo	38%	\$ 5.659.792	12	\$ 67.917.504		
x Tasa Impuestos	5%					
		\$ 11.659.792		\$ 139.917.504		
x Rotaciones		MENSUAL		ANUAL		
CXC	30					
CXP	30					
x Depreciación LR	10					
depreciación por año	4.000.000					
x Inversión	\$ 40.000.000					
x Estructura de Capital						
Equity	30%					
Deuda	70%					
						936.000
						1



MartinKing empanadas



PYG	0	1	2			
Ingresos	-	180.000.000	216.000.000	252.000.000	288.000.000	360.000.000
Costos Operacionales	-	75.600.000	90.720.000	105.840.000	120.960.000	151.200.000
Utilidad Bruta	-	104.400.000	125.280.000	146.160.000	167.040.000	208.800.000
Gastos Admini	-	67.860.000	81.432.000	95.004.000	108.576.000	135.720.000
Depreciación	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Utilidad Operacional	-	4.000.000	32.540.000	39.848.000	47.156.000	69.080.000
Otros Ingresos						
Otros Egresos						
Intereses	1.960.000	2.097.200	1.952.726	1.739.884	1.453.887	1.089.614
Utilidad Antes de Imptos	-	4.000.000	32.540.000	39.848.000	47.156.000	69.080.000
Impuestos	-	200.000	1.627.000	1.992.400	2.357.800	3.454.000
Utilidad Neta	-	3.800.000	30.913.000	37.855.600	44.798.200	65.626.000

Balance General	0	1	2	3	4	5
-----------------	---	---	---	---	---	---

Activo	36.000.000	66.954.689	99.124.229	86.460.990	72.886.126	58.540.289
Disponible	-	19.954.689	53.124.229	41.460.990	28.886.126	12.540.289
CXC	-	15.000.000	18.000.000	21.000.000	24.000.000	30.000.000
PPE(inver inic - depreciacion)	36.000.000	32.000.000	28.000.000	24.000.000	20.000.000	16.000.000
PPE (Inversion Inicial)	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
Depreciación Acumulada	4.000.000	8.000.000	12.000.000	16.000.000	20.000.000	24.000.000

Pasivo	29.960.000	34.196.089	32.415.482	29.589.810	25.645.919	20.933.311
CXP	-	6.300.000	7.560.000	8.820.000	10.080.000	12.600.000
Obligaciones Bancarias	29.960.000	27.896.089	24.855.482	20.769.810	15.565.919	8.333.311

Patrimonio	8200000	39113000	76968600	121766800	173507600	239133600
Capital Social	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Utilidad Periodo	-	3.800.000	30.913.000	37.855.600	44.798.200	65.626.000
Utilidad Acumuladas	-	3.800.000	27.113.000	64.968.600	109.766.800	161.507.600

Linea de Chequeo - 2.160.000 - 6.354.400 - 10.259.852 - 64.895.620 -126.267.393 -201.526.622

Capital de Trabajo	0	1	2			
Activo Corriente	-	15.000.000	18.000.000	21.000.000	24.000.000	30.000.000
Cuentas por Cobrar	-	15.000.000	18.000.000	21.000.000	24.000.000	30.000.000
Pasivo Corriente	-	6.300.000	7.560.000	8.820.000	10.080.000	12.600.000
Cuentas por Pagar	-	6.300.000	7.560.000	8.820.000	10.080.000	12.600.000
Capital de Trabajo	-	8.700.000	10.440.000	12.180.000	13.920.000	17.400.000
Inversión en KW		8.700.000	1.740.000	1.740.000	1.740.000	3.480.000

Flujo de Caja	0	1	2	3	4	5
EBITDA	-	36.540.000	43.848.000			
Impuestos	-	200.000	1.627.000	1.992.400	2.357.800	2.723.200
Fc Operativo	200.000	34.913.000	41.855.600	2.357.800	2.723.200	3.454.000
CAPEX	40.000.000					
Inversión en K W	-	8.700.000	1.740.000	1.740.000	1.740.000	3.480.000
Flujo de Caja Libre	- 39.800.000	26.213.000	40.115.600	4.097.800	4.463.200	6.934.000

Intereses Financieros	-	2.097.200	1.952.726	1.739.884	1.453.887	1.089.614
Cambio en Obligaciones Financier	28.000.000	- 4.161.111	- 4.993.333	- 5.825.556	- 6.657.778	- 8.322.222
Desembolsos	28.000.000					
Pago Deuda	-	4.161.111	4.993.333	5.825.556	6.657.778	8.322.222
Otros Ingresos						
Otros Egresos						
Flujo de Caja del Periodo	- 11.800.000	19.954.689	33.169.540	- 11.663.239	- 12.574.864	- 16.345.837

Aportes de Capital 11.800.000

Flujo de Caja Neto	-	19.954.689	33.169.540	- 11.663.239	- 12.574.864	- 16.345.837
Caja Inicial	0	-	19.954.689	53.124.229	41.460.990	28.886.126
Caja Final	-	19.954.689	53.124.229	41.460.990	28.886.126	12.540.289

TIR	27%					
VPN	\$ 18.445.467					
Payback	- 39.800.000	- 13.587.000	40.115.600	36.017.800	- 4.463.200	- 11.397.200
B/C						

MartinKing empanadas



Tasa Final 7%

Producción	180000	216000	252000	288000	360000	1296000
% Amortización	14%	17%	19%	22%	28%	1

	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	28.000.000	29.960.000	27.896.089	24.855.482	20.769.810	15.565.919
Intereses Causados	1.960.000	2.097.200	1.952.726	1.739.884	1.453.887	1.089.614
Intereses Pagados	-	2.097.200	1.952.726	1.739.884	1.453.887	1.089.614
Intereses Capitalizados	1.960.000	2.097.200	1.952.726	1.739.884	1.453.887	1.089.614
Amortización	-	4.161.111,11	4.993.333,33	5.825.555,56	6.657.777,78	8.322.222,22
Saldo Final	29.960.000	27.896.089	24.855.482	20.769.810	15.565.919	8.333.311

Desembolso 28.000.000

9.2 Resultados financieros

Inversión Total inicial

Está constituida por el valor para empezar la implementación del plan de mejora de la fábrica MartinKing empandas en el Municipio de Sesquilé, en este caso por ser una empresa unipersonal la inversión será de 40.000.000 los cuales será un 30% por parte del propietario de este proyecto y el 70% del valor se hará el crédito con las entidades financieras, estos recursos corresponden a los activos fijos y diferidos adquiridos que se necesitan para que se mejore la empresa.

La TIR es del 27% y el VPN es positivo lo cual nos demuestra que el proyecto es viable.

2. Recomendaciones

Poner en marcha el plan de mejoramiento

Buscar más puntos de venta para poder aumentar la producción

Mejorar la calidad del producto

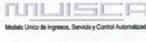
Utilizar las redes sociales y medios de difusión para dar a conocer el producto

Aprovechar los créditos bancarios para tecnificar la empresa

Capacitar el personal de la empresa en los temas de calidad y servicio

Mejorar las actividades de marketing de acuerdo a la actualidad.

Anexos

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
2. Concepto: <input type="checkbox"/> 0 Actualización Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario: 14618277461			
							
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 3 1 6 9 1 4 3 - 2		6. DV: 2		12. Dirección seccional: Impuestos de Bogotá		14. Buzón electrónico: 3 2	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión ilíquida <input type="checkbox"/> 2		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía <input type="checkbox"/> 1 3		26. Número de identificación: 3 1 6 9 1 4 3		27. Fecha expedición: 1 9 8 5 0 5 3 0	
Lugar de expedición: COLOMBIA		28. País: 1 6 9		29. Departamento: Cundinamarca		30. Ciudad/Municipio: Sesquillé	
31. Primer apellido: QUINTERO		32. Segundo apellido: SANCHEZ		33. Primer nombre: MARTIN		34. Otros nombres:	
35. Razón social:							
36. Nombre comercial: MARTINKING EMPANADAS							
37. Sigla:							
UBICACION							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Cundinamarca		40. Ciudad/Municipio: Sesquillé		7 3 6	
41. Dirección principal: VDA BOITIVA SECTOR LAS BRISAS							
42. Correo electrónico: martinqsan21@hotmail.com		43. Código postal:		44. Teléfono 1: 3 1 0 3 2 9 9 4 3 6		45. Teléfono 2:	
CLASIFICACION							
Actividad económica				Ocupación			
46. Código: 5 6 1 1		47. Fecha inicio actividad: 2 0 1 9 0 6 1 1		48. Código: 5 6 1 9		49. Fecha inicio actividad: 2 0 1 9 0 6 1 1	
50. Código: 1 2		51. Código:		52. Número establecimientos: 1			
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
53. Código: 2 2 4 9							
22. Obligado a cumplir deberes formales a: 49 - No responsable de IVA							
Obligados aduaneros				Exportadores			
54. Código:				55. Forma:		56. Tipo:	
57. Modo:				58. CPC:		Servicio: 1 2 3	
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X		60. No. de Folios: 0		61. Fecha: 2 0 1 9 0 6 1 2			
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1925 de 2016. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:			
984. Nombre: QUINTERO SANCHEZ MARTIN				985. Cargo: CONTRIBUYENTE			

Fecha generación documento PDF: 12-06-2019 09:56:14AM

Anexo N° 01 inscripción formulario único tributario. Fuente: Dian



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
CAMARA MOVIL REGIONAL
CODIGO DE VERIFICACION: 7190176302C59B
11 DE JUNIO DE 2019 HORA 09:53:06
7719017630 PÁGINA: 1 DE 1

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE Y CUENTA CON UN CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE LE PERMITE SER VALIDADO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOSELECTRONICOS/

CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL
LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:
NOMBRE : QUINTERO SANCHEZ MARTIN
C.C. : 3169143
N.I.T. : 3169143-2

CERTIFICA:
MATRICULA NO : 03124281 DEL 10 DE JUNIO DE 2019

CERTIFICA:
DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : VEREDA BOITIVA SECTOR LAS BRISAS
MUNICIPIO : SESQUILÉ (CUNDINAMARCA)
EMAIL NOTIFICACION JUDICIAL : MARTINQSAN21@HOTMAIL.COM
DIRECCION COMERCIAL : VDA BOITIVA SECTOR LAS BRISAS
MUNICIPIO : SESQUILÉ (CUNDINAMARCA)
EMAIL COMERCIAL: MARTINQSAN21@HOTMAIL.COM

CERTIFICA:
RENOVACION DE LA MATRICULA :10 DE JUNIO DE 2019
ULTIMO AÑO RENOVADO: 2019
ACTIVO TOTAL REPORTADO:\$1,600,000

CERTIFICA:
ACTIVIDAD ECONOMICA :1084 ELABORACIÓN DE COMIDAS Y PLATOS PREPARADOS.
5611 EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS. 5619 OTROS TIPOS DE EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS N.C.P..

CERTIFICA:
PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO
NOMBRE : MARTINKING EMPANADAS

DIRECCION COMERCIAL : VEREDA BOITIVÀ SECTOR LAS BRISAS
MUNICIPIO : SESQUILÉ (CUNDINAMARCA)
MATRICULA NO : 03124285 DE 10 DE JUNIO DE 2019
RENOVACION DE LA MATRICULA : EL 10 DE JUNIO DE 2019

Validez de Constancia del Pilar Puente Trujillo

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2019

CERTIFICA:

LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL FORMULARIO DE MATRICULA DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE.

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DIAS HABLES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS.

* * * EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE PERMISO DE * * *
* * * FUNCIONAMIENTO EN NINGUN CASO * * *

SEÑOR EMPRESARIO, SI SU EMPRESA TIENE ACTIVOS INFERIORES A 30.000 SMLMV Y UNA PLANTA DE PERSONAL DE MENOS DE 200 TRABAJADORES, USTED TIENE DERECHO A RECIBIR UN DESCUENTO EN EL PAGO DE LOS PARAFISCALES DE 75% EN EL PRIMER AÑO DE CONSTITUCION DE SU EMPRESA, DE 50% EN EL SEGUNDO AÑO Y DE 25% EN EL TERCER AÑO. LEY 590 DE 2000 Y DECRETO 525 DE 2009.

** ESTE CERTIFICADO REFLEJA LA SITUACION JURIDICA DE LA **
** PERSONA NATURAL HASTA LA FECHA Y HORA DE SU EXPEDICION. **

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO,
VALOR : \$ 2,900

PARA VERIFICAR QUE EL CONTENIDO DE ESTE CERTIFICADO CORRESPONDA CON LA INFORMACIÓN QUE REPOSA EN LOS REGISTROS PÚBLICOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN PUEDE SER VALIDADO POR SU DESTINATARIO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE CON FIRMA DIGITAL Y CUENTA CON PLENA VALIDEZ JURÍDICA CONFORME A LA LEY 527 DE 1999.

FIRMA MECÁNICA DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA AUTORIZACIÓN IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, MEDIANTE EL OFICIO DEL 18 DE NOVIEMBRE DE 1996.

Fig. N° 02 inscripción matricula mercantil. Fuente: Cámara de comercio

 MartinKing Empanadas				
COSTO FABRICACION 40 EMPANADAS TRADICIONALES 2019				
INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
CARNE	1,25	LIBRAS	\$ 6.000	\$ 7.500
ARROZ	2	LIBRAS	\$ 1.400	\$ 2.800
HARINA DE TRIGO	2	LIBRAS	\$ 1.000	\$ 2.000
ACEITE	0,3	LITROS	\$ 5.000	\$ 1.500
GAS	0,5	LITROS	\$ 2.000	\$ 1.000
HUEVOS	6	UNIDADES	\$ 300	\$ 1.800
CEBOLLA LARGA	0,25	LIBRAS	\$ 1.600	\$ 400
CEBOLLA CABEZONA	0,25	LIBRAS	\$ 1.200	\$ 300
TOMATE	0,25	LIBRAS	\$ 1.200	\$ 300
ZANAHORIA	0,25	LIBRAS	\$ 1.200	\$ 300
CILANTRO	1	MANOJO	\$ 100	\$ 100
CONDIMENTOS	1	PAQUETE	\$ 200	\$ 200
AZUCAR	0,04	LIBRA	\$ 1.400	\$ 56
SAL	0,07	LIBRA	\$ 900	\$ 63
MANO DE OBRA	1	POR 40 EMPANADAS	\$ 9.000	\$ 8.000
TOTAL FABRICACION 40 EMPANADAS				\$ 26.319

Anexo 03 Costos de fabricación. Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la tabla anterior, se observa la cantidad de cada uno de los ingredientes utilizados y el valor de cada uno para la fabricación de cuarenta (40) empanadas.

A continuación se evidencia el costo de fabricar una empanada.

Valor costo de fabricación por cada empanada

$\$26.319 \div 40 \text{ empanadas} = \$ 657.795 \text{ cada empanada}$

Lista de Imágenes

Figura N° 01 Localización Municipio Sesquilé nivel regional.....	30
Figura N° 02 Localización Municipio Sesquilé nivel departamental.....	30
Figura N° 03 División política Municipio de Sesquilé.....	30
Figura N° 04 Bascula digital industrial.....	37
Figura N° 05 Freidor industrial a gas.....	38
Figura N° 06 Estufa industrial a gas.....	38
Figura N° 07 Molino eléctrico.....	38
Figura N° 08 Maquina batidora para preparar la masa.....	39
Figura N° 09 Maquina cortadora de masa.....	39
Figura N° 10 Campana extractora de olores.....	39
Figura N° 11 Maquina desmechadora de carne y pollo.....	40
Figura N° 12 Maquina industrial para hacer empanadas.....	40
Figura N° 13 Maquina industrial para hacer empanadas.....	40
Figura N° 14 Escritorio completo.....	41
Figura N° 15 Computador para oficina.....	42
Figura N° 16 Logotipo MartinKing empanadas.....	44
Figura N° 17 Empaques MartinKing empanadas.....	45
Figura N° 18 Organigrama estructural.....	51

3. Bibliografía

Beltran. (s.f.). Indicadores de Gestión. En J. M. Jaramillo, Indicadores de Gestión (pág. 93). 3R Editores.

OPS, O. P. (2019). www.paho.org. Obtenido de www.paho.org:

[www.paho.org/hq/index.php?option=com_topics&view=article&id=266&Itemid=40906
&lang=es](http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_topics&view=article&id=266&Itemid=40906&lang=es)

Pérez Mosquera, A. I. (30 de Octubre de 2016). Estudio de factibilidad para la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas pre-cocidas congeladas en el Municipio de Puerto Tejada, Cauca. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/13670>.

Portafolio. (2019). Obtenido de portafolio.com:

<https://empresas.portafolio.co/localidad/SESQUILE/?qPagina=1>

Santiago Valencia Rodríguez. (18 de febrero de 2019). Las dos Orillas. Obtenido de Las dos orillas: www.las2orillas.co

<http://www.eco.buap.mx/aportes/libros/Metodos%20cuantitativos.pdf>

Krajewski, L., Ritzman, L., & Malhotra, M. (2008). Administración de operaciones México: PEARSON- Prentice Hall.

