

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL.
PANADERIA Y PASTELERIA LA CHANTILLY



IMIR GILDARDO AGUILAR SANTIAGO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2018

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
PANADERIA Y PASTELERIA LA CHANTILLY

IMIR GILDARDO AGUILAR SANTIAGO

Informe final de práctica presentado como requisito para optar al título de profesional en
Negocios Internacionales

Asesor

ALFONSO CANONIGO GALVIS
Profesional en Comercio Exterior

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2018

Autoridades académicas

FRAY JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

FRAY MAURICIO ANTONIO CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

FRAY JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICA GAMBOA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota de aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS
Decano de Facultad de Negocios Internacionales

ALFONSO CANONIGO GALVIS
Director Trabajo de Grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE
Jurado

EDISÓN ORLANDO GARZÓN CESPEDES
Jurado

Villavicencio, mayo de 2018

Agradecimientos

En primer lugar agradezco a Dios, por permitirme estar vivo y poder cumplir con un sueño más el ser un profesional de Negocios Internacionales. Feliz por mis padres que fueron parte vital de este bonito esfuerzo y sacrificio, Gracias a su formación como ser humano íntegro y su apoyo incondicional, especialmente en esta etapa, a ellos quienes con su emprendimiento, valores y principios inculcados son los responsables de cada uno de mis logros y éxitos, los cuales hoy me permiten ser una persona con grandes cualidades.

Agradecerle a Janeth roció bolaños, Gerente de Panadería y Pastelería la Chantilly, quien a través de este tiempo permitió que los conocimientos adquiridos durante mi carrera universitaria fueran practicados en cada uno de los procesos de la empresa. De igual forma es un privilegio para mí el haber aprendido junto con esta compañía el valor de liderazgo, trabajo en equipo, manejo de personal, apalancamientos con proveedores, costeo y unificación de los productos manejados en mi cargo teniendo una gran responsabilidad y un rol importante que me genero una gran experiencia como practicante y una enseñanza inigualable, también ha Laura Mancera (talento humano) Jefe inmediata a quien le agradezco también por su dedicación y tiempo para con esta práctica.

A todos y cada uno de los docentes de la Universidad Santo Tomas que en el transcurso de la carrera me brindaron las bases fundamentales en el ámbito educativo y personal para una formación integra y ética, especialmente al docente Alfonso canónigo Galvis por su gran aporte para la culminación de este logro, por ultimo al Decano de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas sede Villavicencio, Dr. Javier Trillos Celis, quien considero la persona más importante en este sueño que hoy se hace realidad, a él y su familia desearle los mayores éxitos y agradecimientos por todo el apoyo recibido durante estos cinco años, mi cariño y respeto a un ser humano sencillo y humilde que género en mi grandes aspectos como persona y profesional.

Contenido

	Pág.
GLOSARIO	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
1. OBJETIVOS	14
1.1. Objetivo General	14
1.2. Objetivos Específicos.....	14
2. PERFIL DE LA EMPRESA	15
2.1. Elementos Estratégicos	15
2.1.1. Logo de la empresa	15
2.1.2. Filosofía	16
2.1.3. Misión	16
2.1.4. Visión.....	16
2.1.5. Valores	17
2.2. Área de Trabajo.....	17
2.3. Organigrama	18
3. CARGO Y FUNCIONES	19
3.1. Nombre del Cargo.....	19
3.2. Funciones del Cargo	19
3.3. Actividades Realizadas	20
3.3.1. Capacitación al personal de Producción.	20
3.3.2. Capacitación al personal de ventas.	20
3.3.3. Desarrollo de la formulación para productos terminados.	21
3.3.4. Supervisión de las materias primas.....	21
3.3.5. Logística en gestión de proveedores.	21
3.3.6. Ajustes a productos terminados.	22
4. PROBLEMÁTICAS	23

4.1.	Personal de producción	23
4.2.	Personal de ventas	23
4.3.	Formulación para productos terminados.....	23
4.4.	Supervisión de materias primas	23
4.5.	Proveedores.....	24
4.6.	Productos terminados.....	24
5.	SOLUCIONES.....	25
5.1.	Personal de producción	25
5.2.	Personal de ventas	25
5.3.	Formulación para productos terminados.....	25
5.4.	Supervisión de materias primas	25
5.5.	Proveedores.....	25
5.6.	Productos terminados.....	26
6.	MATERIALES UTILIZADOS	27
	CONCLUSIÓN.....	28
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	29
	ANEXOS	30

Tabla de ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1. Logo de la Empresa	15
Ilustración 2 Organigrama	18

Tabla de anexos

	Pág.
Anexo 1. Capacitación personal de producción, para la implementación de nuevas técnicas de fondant.	30
Anexo 2. Registro de la vista realizada a la empresa Proveedor Santillana, junto al grupo de pasteleros.....	31
Anexo 3. Ficha de elaboración para la unificación de los productos.....	32
Anexo 4. Procedimientos	33
Anexo 5. Productos terminados luego de la estandarización y unificación en los puntos.....	34

Glosario

Apalancamiento: Es la relación entre crédito y capital propio invertido en una operación financiera. A mayor crédito, mayor apalancamiento y menor inversión de capital propio. Al reducir el capital inicial que es necesario aportar, se produce un aumento de la rentabilidad obtenida. ("Apalancamiento", 2018)

Producción: Como producción se denomina, de manera general, el proceso de fabricar, elaborar u obtener productos. Como tal, la palabra proviene del latín productiō, productiōnis, que significa ‘generar’, ‘crear’. (7Graus, S.F)

Procedimiento: Método o sistema estructurado para ejecutar algunas cosas. (Wordreference, s.f.)

Valor agregado: Es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor. Éste término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia. (Merca 2.0, 2015)

Estandarización: Proceso mediante el cual se realiza una actividad de manera standard o previamente establecida. (Bembibre, 2010)

Comercialización: Conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. (Ucha, Florencia, 2009)

Resumen

Dentro de la gran cantidad de opciones de grado que ofrece la Universidad Santo Tomas encontramos las prácticas empresariales, las cuales son una opción que tiene gran aceptación por parte de los estudiantes, ya que se tiene la posibilidad de poner en práctica todo lo aprendido en las aulas de clase durante la carrera. Adicionalmente se inicia con el tiempo de experiencia laboral que exigen las empresas al ofrecer un puesto de trabajo, se cuenta con la oportunidad de recibir un pago por las prácticas y según el desempeño obtenido, la oportunidad de un puesto de trabajo en la compañía.

Frecuentemente, los estudiantes que optan por las prácticas empresariales tienen una mayor facilidad de adaptación a la vida laboral. Uno de los factores más importantes en la toma de esta decisión es el poder poner en práctica de una manera vivencial, todo lo aprendido durante la carrera universitaria, ya que es diferente pasar de la parte teórica a la práctica, además, el trabajar y compartir con profesionales en un mismo recinto, con responsabilidades y tareas asignadas y en ocasiones con personal a cargo hace que los estudiantes pasen de los libros a las oficinas, que se cumpla un horario, rendir cuentas a un jefe, lidiar a diario con diferentes situaciones y compartir el día con personas nuevas. Hacer que el estudiante aprenda a manejar este tipo de situaciones y saber solucionar cada situación que se presente de la mejor manera destacando su estadía en la empresa.

Las actividades desarrolladas en estas prácticas empresariales y que se socializan en este trabajo, se llevaron a cabo en la Panadería y Pastelería la Chantilly en la Ciudad de Villavicencio.

Palabras Clave: Práctica empresarial, Profesionales, Experiencia Laboral, Empleo, Trabajo, Estudiante, Opción de Grado.

Abstract

Within the large number of degree options offered by Santo Tomas University, we find business practices, which are an option that has great acceptance by students, since it is possible to put into practice everything learned in the Classrooms during the race. Additionally, it starts with the work experience time that companies require when offering a job, they have the opportunity to receive a payment for the internships and, according to the performance obtained, the opportunity of a job in the company.

Frequently, students who opt for business practices are more easily adaptable to working life. One of the most important factors in making this decision is to be able to put into practice in an experiential way, everything learned during the university career, since it is different to go from the theoretical part to the practice, in addition, to work and share with professionals in the same room, with responsibilities and assigned tasks and sometimes with staff in charge makes students move from books to offices, a schedule is fulfilled, accountability to a boss, deal with different situations daily and Share the day with new people. Make the student learn to handle this type of situation and know how to solve each situation that is presented in the best way highlighting your stay in the company.

The activities developed in these business practices and that are socialized in this work, were carried out in the Bakery and Pastry Chantilly in the City of Villavicencio.

Keywords: Business practice, Professionals, Work Experience, Employment, Work, Student, Degree Option.

Introducción

La Universidad Santo Tomás según escrito en la normatividad vigente con lo referente a los requisitos necesarios para adquirir el título profesional en Negocios Internacionales ha expedido un Reglamento general de Opciones de Grado según Acuerdo N° 08 de junio 16 de 2003 del Consejo Superior, dentro de las opciones contempladas esta la práctica empresarial.

Con el objetivo de fortalecer el conocimiento y destrezas adquiridas por los estudiantes de la Universidad Santo Tomás a lo largo de su carrera universitaria, se crea el compromiso de llevar a cabo prácticas educativas empresariales, con el fin de dar un servicio a las empresas de la Región aportando al crecimiento y mejora de la compañía, además de poner en práctica el conocimiento y las habilidades adquiridas en las aulas de clase. En estas prácticas el estudiante debe desarrollar las actividades asignadas por su jefe inmediato dentro de la empresa, además de cumplir un horario, trabajar con personal a cargo o de otras áreas, asumirá el compromiso de solucionar cada situación que se presente de la mejor manera destacando su estadía en la empresa.

Con base a lo anterior y con la autorización del Comité de Opciones de Grado, el 16 de Noviembre de 2017 se dio inicio a las prácticas empresariales como requisito para optar al título de profesional en Negocios Internacionales en la Empresa Panadería y Pastelería la Chantilly, en donde se desarrolló el cargo de Jefe de Producción y se llevaron a cabo capacitaciones, visitas empresariales y talleres de repostería y panificación con los colaboradores de la compañía.

La Panadería y Pastelería la Chantilly en su interés de mejorar y unificar procesos y productos en el área de producción, autoriza realizar las prácticas en el área de producción convencida de que la mejor forma de realizar una diferenciación ante la competencia es aplicando la unificación de las formulas en la parte de producción para poder manejar los mismos productos en todas las sucursales de la compañía, y así se aumenta la rentabilidad de la empresa y las utilidades de la misma.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica en procesos de Producción, costeo, talleres de repostería y panificación, unificación, y apalancamiento con proveedores, teniendo como resultado mejorar la calidad y estandarizar productos en la compañía.

1.2. Objetivos Específicos

- ❖ Identificar las falencias en el área de producción de la empresa Panadería y Pastelería La Chantilly.
- ❖ Implementar un proceso de Producción que permita la unificación de los procesos, productos y servicios que ofrece la Panadería y Pastelería la Chantilly, aumentando las ventas en las diferentes sedes de la misma.
- ❖ Dar seguimiento a los procesos de mejora implementados, en donde el personal de la compañía acoge y pone en práctica lo establecido permitiendo así abrir nuevas alianzas y convenios estratégicos con empresas de la región.

2. Perfil de la Empresa

La Panadería y Pastelería la Chantilly, en gerencia a cargo de la señora Yaneth Rocío Rojas Bolaños, es una empresa privada la cual está dedicada a la industria pastelera y panificadora, creada en el año 1989 es sinónimo de tradición, calidad y servicio, es una empresa llanera con 29 años de trayectoria en el mercado, la cual está en constante búsqueda del mejoramiento de procesos para lograr la simpatía y la fidelización de los clientes.

2.1. Elementos Estratégicos

Dentro de los Elementos Estratégicos de la Panadería y Pastelería La Chantilly, encontramos la Misión, Visión, filosofía y objetivos de la misma, los cuales son los ejes principales de todos los integrantes de esta compañía, tomados como ruta y guía que con el pasar de los años se torna un eje fundamental para el destino al cual se quiere llegar.

2.1.1. Logo de la empresa



“El mejor momento del día”

Ilustración 1. Logo de la Empresa, Adaptado de los documentos de la Empresa. Panadería y Pastelería la Chantilly

2.1.2. Filosofía

En la panadería y Pastelería La Chantilly, nos preocupamos por brindar productos de excelente calidad que estén a la vanguardia de las tendencias y que posicionan a la compañía en la mente de los consumidores llaneros.

Entendemos que el talento humano es lo más importante, razón por la cual procuramos brindar un espacio de crecimiento y bienestar para todos los colaboradores, lo cual se ve representado en la experiencia y satisfacción de sus clientes.

2.1.3. Misión

Somos una empresa llanera dedicada a la producción y comercialización de una gran variedad de productos de panadería y pastelería de calidad. Estamos comprometidos en garantizar la satisfacción y confianza en cada experiencia de nuestros clientes en la Chantilly, innovando en nuestros procesos y asesorándonos de los mejores profesionales y colaboradores con esfuerzo, constancia y contacto permanente atendemos a sus necesidades con un portafolio de productos que brinda la mejor calidad y precio.

2.1.4. Visión

Ser una empresa líder en ventas y de gran reconocimiento en el mercado de la región gracias a la alta calidad de nuestros productos y el compromiso de nuestro equipo humano que garantiza la satisfacción y preferencia de nuestros clientes. Seremos una empresa a la vanguardia en la elaboración de productos de panificación y pastelería mediante el mejoramiento continuo de nuestros procesos para satisfacer nuestros objetivos de preferencia, rentabilidad y crecimientos, comprometidos con el desarrollo del Departamento.

2.1.5. Valores

La Panadería y Pastelería La Chantilly es una empresa preocupada por el bienestar de sus clientes y colaboradores, es por esto que damos prioridad a valores familiares:

- ❖ Orden
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Respeto
- ❖ Laboriosidad
- ❖ Sinceridad
- ❖ Amistad

2.2. Área de Trabajo

Gerencia: Yaneth Rocío Rojas Bolaños

Jefe Inmediato: Laura Mancera

Dirección: Carrera 39 N. 6C 22. 2 Piso, Villa Bolívar

Teléfono: 310 765 84 32

Correo: talentohumanoChantilly@gmail.com

2.3. Organigrama

El Organigrama de la Panadería y Pastelería la Chantilly (Ver ilustración 1), se encuentra direccionado por Yaneth Rocío Rojas Bolaños en su más alto nivel jerárquico, posteriormente se encuentran 5 Departamentos entre los cuales está el Departamento de Producción.

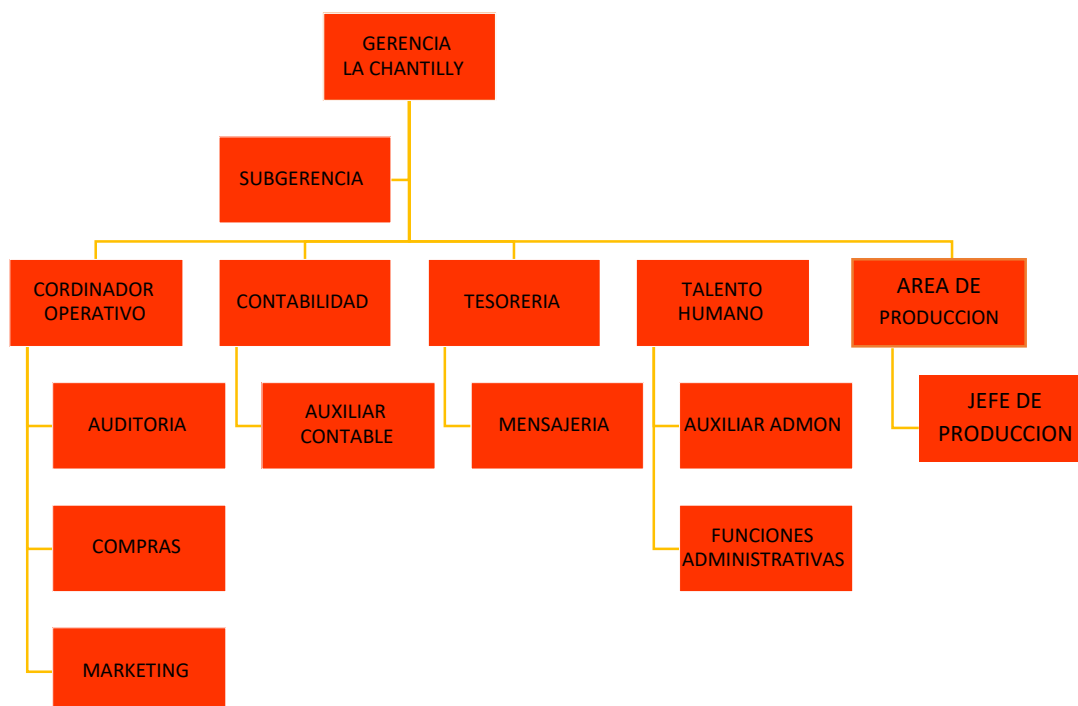


Ilustración 2 Organigrama. Adaptado de los documentos de la Empresa. Panadería y Pastelería la Chantilly

3. Cargo y Funciones

3.1. Nombre del Cargo

Pasante profesional del Departamento de Producción en la Panadería y Pastelería la Chantilly

3.2. Funciones del Cargo

- ❖ Realizar un estudio enfocado en la parte productiva, haciendo énfasis en los procesos de elaboración, terminado, cantidad y tamaño del producto que diariamente se elaboraban en la empresa. (4 sucursales).
- ❖ Crear un formato el cual pudiera dar soporte para el seguimiento de las formulas implantadas en el tiempo que me encontré laborando en la compañía.
- ❖ Supervisar al personal con respecto a las horas de llegadas, presentación personal, atención al cliente y demás procesos internos, enfocados en la producción de los productos para la venta.
- ❖ Realizar pedidos de materias primas para la fabricación de productos en los diferentes puntos de la compañía.
- ❖ Apoyar convenios con los proveedores, realizando talleres, visitas empresariales y capacitaciones de manejo de productos y mejora de técnicas de producción buscando la innovación y mejorar de los productos terminados.
- ❖ Realizar semanalmente planillas de programación de trabajo para el personal de producción, según la necesidad de la empresa en las fechas y fines de semana de gran afluencia de clientes en los diferentes puntos.

3.3. Actividades Realizadas

De acuerdo al enfoque de producción en que se basaron las prácticas empresariales, las actividades más relevantes que permitieron tener un punto de partida, análisis y estudio de la parte productiva de la empresa, además de la creación del plan y las capacitaciones necesarias para la mejora de los productos terminados, fueron las siguientes:

3.3.1. Capacitación al personal de Producción.

A partir del 10 de enero del presente año, con el apoyo del departamento de talento humano, se coordinaron las capacitaciones de manera semanal con el personal de cada punto trabajo, divididas en tiempos de cinco horas 2 veces por semana; ya que son cuatro puntos de venta y se requería optimizar el tiempo de capacitación, se realizó un control mensual, el cual tuvo como resultado la mejora en los tiempos de la parte productiva y la unificación de las formulas permitiendo diferenciar los sabores de los productos, los cuales dieron el punto de inicio hacia el reconocimiento en el mercado.

3.3.2. Capacitación al personal de ventas.

Con el apoyo del departamento de Talento Humano se coordinaron reuniones los días lunes de cada semana de acuerdo al personal disponible de cada punto, haciendo énfasis en la parte de ventas, más exactamente en el servicio al cliente y precios en las decoraciones de nuestros productos de pastelería, siendo este un proceso esencial para la diferenciación de la compañía. Se implementó un protocolo de atención al cliente que consistió en el asesoramiento de venta de acuerdo a las necesidades o requerimientos de los clientes brindando una mejor experiencia de compra; el resultado de estas capacitaciones fue la mejora en la recepción de los clientes aumentando la productividad de la empresa y la implementación del saludo y despedida institucional:

“Bienvenido a su Panadería y Pastelería La Chantilly, en que le puedo colaborar?”

“Fue un placer atenderlo, recuerde a su servicio las 24 horas del día, Panadería y Pastelería La Chantilly”

3.3.3. Desarrollo de la formulación para productos terminados.

Bajo la supervisión de la Señora Laura Mancera, Jefe de Talento Humano de la empresa, se desarrolló un plan de mejora a los procesos de panificación dentro de los términos de optimización de los recursos de materia prima, que generó un ahorro económico para la empresa.

Diariamente por cada punto, se realizó un comparativo de un producto con el de la nueva formulación que se implementó y así analizar las diferencias presentadas con respecto a las nuevas fichas técnicas implementadas, lo que tuvo como resultado una mejora del 70% en las cualidades organolépticas que se tuvieron en cuenta como son sabor, color, olor, temperatura, presentación y textura.

3.3.4. Supervisión de las materias primas.

Evaluación semanal en el uso consecutivo de materias primas empleadas en los procesos de producción donde se busca cumplir con el objetivo principal de la empresa, el cual es el incremento en un 35% de la materia prima, lo que genera mayor rentabilidad en el proceso de producción. Se realizó un esquema de acuerdo a cada uno de los productos ofrecidos para la base de proveedores que tiene la empresa, este esquema permitió conocer el uso semanal de materias primas, la cantidad en stock y cuál era la cantidad probable a gastar en la siguiente semana de acuerdo al flujo de venta y así emplear las materias primas en óptimas condiciones.

3.3.5. Logística en gestión de proveedores.

En la búsqueda de optimizar el valor de las materias primas, se realizó un enlace con diferentes proveedores directos, ya que la empresa estaba inmersa en tercerización, lo que necesariamente llevaba a tener un valor más elevado a la hora de conseguir estos productos, ahora obtenemos un mejor costo/beneficio para la misma. Esto se realizó con mi trabajo como Jefe de Producción y las principales empresas de insumos panificadores y pasteleros a nivel nacional, con los cuales se llevaron a cabo las actividades de logística.

Con algunas compañías se contactó vía correo electrónico y con las más importantes como son Santillana, Levapan, Ajovert y Sigra se realizó una visita a sus instalaciones, lo que nos brindó un alcance y enlace directo y mejorar de esta manera el proceso de compra que llevaba la empresa, además de actividades adicionales de talleres y manejo de nuevos procesos de estas empresas por parte de los colaboradores.

3.3.6. Ajustes a productos terminados.

Se implementó un control semanal de inventario, donde se verificaba por secciones la existencia de los productos elaborados diariamente, esto con el fin de que la empresa no incurriera en pérdidas de productos terminados (Mermas), además de tener el dinero estancado con materia prima que no se requiriera y generara pérdidas en cada uno de las sucursales de la empresa. Se escogió un día específico para cada punto, lo que conllevó a tener un control total y una disminución continua en las mermas y mejorar de esta forma la disponibilidad del efectivo.

4. Problemáticas

4.1. Personal de producción

Se encontró que las formulas trabajadas en cada uno de los puntos era a conveniencia de cada trabajador, ya que ninguno de ellos contaba con una guía implementada y capacitada por la empresa, esto llevo a que la empresa no encontrara una identidad respecto al sabor y presentación de sus productos en los diferentes puntos de venta.

4.2. Personal de ventas

Al no haber un protocolo en ventas, un saludo institucional definido y una actitud dispuesta a la atención al cliente, parte de los colaboradores, además de la falta de capacitación para el personal de ventas, se evidencio que los clientes no estaban satisfechos con la manera de cómo eran atendidos en los puntos, lo que generaba también una problemática interna ya que los trabajadores contaban solamente con un aprendizaje empírico.

4.3. Formulación para productos terminados

Se evidencia con las visitas realizadas a los diferentes puntos de venta, que no había uniformidad en los productos, al no tener unos parámetros más determinados y generalizados, diariamente había variación en su presentación organoléptica, lo que generaba inconformismo en los consumidores de los productos y perdidas en ventas o favoritismo por un punto al no haber igualdad.

4.4. Supervisión de materias primas

Se observó que la empresa no contaba con un mecanismo que detectar en tiempo real el consumo semanal de las materias primas, lo que generaba perdidas y solicitud en exceso en la materia prima, y faltas en la rotación por las fechas de vencimiento.

4.5. Proveedores

Se evidencia que los proveedores que se manejaban anteriormente, ofrecían precios elevados, ya que no existía una gestión para hacer un contacto directo con el proveedor principal, se trabajaban con intermediarios que aumentaban los precios de la materia prima.

4.6. Productos terminados

Se encontró que no existía un mecanismo de control que mostrara los faltantes frente los productos terminados, teniendo en cuenta que esta responsabilidad recaía en manos del personal de ventas, quienes son los encargados del manejo de los mismos.

5. Soluciones

5.1. Personal de producción

Se realizaron capacitaciones semanales con respecto al manejo de las materias primas, y la implementación de las BPM para la obtención de un mejor producto.

5.2. Personal de ventas

Se realizó la implementación de un protocolo de bienvenida y despedida institucional para que el personal de ventas lo utilizara en los puntos, mejorando el reconocimiento y la identidad de la compañía.

5.3. Formulación para productos terminados

Desarrollo e implementación de las fichas técnicas, lo cual permitió una estandarización de los productos en los 4 puntos de venta de la empresa, mejorando la producción y aumentando las mismas.

5.4. Supervisión de materias primas

Se creó una nueva lista de proveedores y con autorización de la Gerente de la empresa, se firmaron los nuevos contratos con los proveedores directos, eliminando los intermediarios disminuyendo así, las compras innecesarias.

5.5. Proveedores

Gracias a las alianzas estratégicas con los nuevos proveedores, se realizaron visitas a las empresas en Bogotá, talleres de manipulación de productos con los colaboradores de la compañía y actividades de capacitación en mejoramiento de técnicas.

5.6. Productos terminados

Se implementaron actividades de seguimiento semanal, para determinar los posibles faltantes de los productos terminados, además, con la elaboración de las fichas de producción de cada producto, se estandarizaron en cada punto los materiales exactamente necesarios para su elaboración, Disminuyendo las pérdidas.

6. Materiales utilizados

La compañía brindo los espacios necesarios para desarrollar las funciones asignadas en el desarrollo de mis prácticas empresariales como pasante profesional en la parte productiva de la Panadería y Pastelería La Chantilly; aquí se trabajó con el personal de producción en las instalaciones del salón de capacitación y se implementaron los procesos de unificación de productos, costeo, estandarización de fórmulas, apalancamiento con proveedores por medio de cursos y técnicas de panadería y pastelería. En el taller de producción se realizaron ejercicios con el personal de la compañía donde se dictaron las capacitaciones pertinentes, por ultimo puedo decir que la empresa puso a mi disposición todo lo necesario para llevar a cabo las funciones que me fueron asignadas y que hoy se plasman en este trabajo.

Conclusión

Gracias al proceso que llevé a cabo dentro de la parte productiva de la Panadería y Pastelería La Chantilly como Jefe del departamento de producción, no solo puse a prueba y en práctica mis capacidades como profesional en Negocios Internacionales, también mejore mis habilidades personales, las cuales me permitieron tener un gran desempeño dentro de la compañía y cumplir a cabalidad con las tareas y responsabilidades asignadas a mi cargo.

A través del proceso realizado en estas prácticas profesionales, pude brindar apoyo al área de producción de la compañía de la Panadería y Pastelería la Chantilly, generando mejoras en los diferentes procesos productivos que se llevan a cabo en la organización. Gracias a la disposición del personal de la empresa, se pudieron realizar actividades como reuniones, capacitaciones, talleres de mejoramiento en técnicas de panificación, estandarizando planes de trabajo con los colaboradores, además, del apoyo de la Gerente de la compañía la señora Janeth Rojas Bolaños, quien acepto las recomendaciones generadas y las implemento en la empresa. Gracias al apoyo de la Jefe de talento Humano, Laura Mancera, quien brindo los espacios necesarios para que se pudieran desarrollar las actividades de producción y mejorar la calidad de los productos terminados.

Se realizó la elaboración de la formulación, unificación y estandarización de productos de panadería teniendo en cuenta los costos de materia prima que requieren las fórmulas para la elaboración de los productos terminados. Con las alianzas de nuevos proveedores se mejoraron los costos de materia prima, se disminuyeron las compras innecesarias con intermediarios, mejorando así los precios de compra, la rentabilidad y utilidad de la compañía. Además, de las capacitaciones para los colaboradores de la empresa por parte de los proveedores, que fueron pieza fundamental para la tecnificación de los procesos.

Referencias bibliográficas

- 7Graus. (S.F). *Acerca de Significados*. Obtenido de [significados.com](https://www.significados.com/):
<https://www.significados.com/acerca-de-significados/>
- Bembibre, C. (10 de marzo de 2010). *Definicion de Estandarizacion*. Obtenido de [definicionabc.com/](https://www.definicionabc.com/): <https://www.definicionabc.com/general/estandarizacion.php>
- Merca 2.0. (15 de abril de 2015). *¿Qué es valor agregado y cómo lo usan las empresas?* Obtenido de [merca20.com](https://www.merca20.com/): <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Ucha, Florencia. (09 de 06 de 2009). *Definicion de Comercializacion*. Obtenido de [definicionabc.com](https://www.definicionabc.com/): <https://www.definicionabc.com/?s=comercializacion>
- Viera, N. A. (1999). *Organización Internacional para la Normalización (ISO)*. Bogota: ISO - ONUDI. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/fast_forward-es.pdf
- Wordreference. (s.f.). *Definición de apalancamiento*. Obtenido de [wordreference.com](http://www.wordreference.com/):
<http://www.wordreference.com/definicion/apalancamiento>
- Wordreference. (s.f.). *Definición de Procedimiento*. Obtenido de [wordreference.com](http://www.wordreference.com/):
<http://www.wordreference.com/definicion/procedimiento>

Anexos

Anexo 1. Capacitación personal de producción, para la implementación de nuevas técnicas de fondant.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Registro de la vista realizada a la empresa Proveedor Santillana, junto al grupo de pasteleros.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Ficha de elaboración para la unificación de los productos

FECHA: 04 NOVIEMBRE DE 2017

PRODUCTO: MANTECADA PESO: 900

SOLO SE PUEDEN CAMBIAR LOS NUMEROS EN LAS CASILLAS GRIS

INGREDIENTES	%	FORMULA	c°gramo	c total
MARGARINA	80	720.0	0.00	
AZUCAR COMUN	85	765.0		
HUEVOS	80	720.0		
SAL	0.5	4.5	0	
HARINA DE TRIGO	80	720.0	0	
HARINA DE MAIZ	10	90.0	0	
FECULA	10	90.0	0	
POLVO DE HORNEAR	1	9.0	0	
AGUA	20	180.0		
ESENCIA	1	9.0	0	
NUEZ MOSCADA	0.2	1.8	0	
RAYADURA DE NARANJA	2	18.0	0	
TOTALES	369.7	3697.0		0
PESO REAL OBTENIDO		3660.0		
COSTO MASA TOTAL		0.0		
COSTO POR GRAMO			0	
COSTO DE UNIDAD			0	
PESO UNID			900	
# UNIDADES				4.1

CORDIALMENTE
IMIR AGUILAR JUAN CARLOS RODRIGUEZ

Fuente: Elaboración propia.

ca CHANILLY
El mejor momento del día

DEPARTAMENTO	PRODUCTO	PESO FINAL	INGREDIENTES EN CRUDO						MEDIDAS
BIZCOCHOS Y TORTAS	BRAZO DE REINA	650	550 Bizcochuelo Y 100 Grms Decoloracion						
BIZCOCHOS Y TORTAS	TORTAS VARIAS	150	Mani, Coco, Chocolate, Mora, Piña						
BIZCOCHOS Y TORTAS	MANTECADAS	150							
BIZCOCHOS Y TORTAS	BRAWNIE	150							
BIZCOCHOS Y TORTAS	LIBERAL	95	140 Grms cada (capa) + 10 Grs Azequipe + 5 Grms Crema ambiente + 10 Grms coco						
BIZCOCHOS Y TORTAS	TORTA DE QUESO	150							
HOJALDRADOS	HOJALDRA POLLO	110	70 MASA - 50 COCCION DE POLLO						
HOJALDRADOS	CROISSANT MORTADELA	120	100 grs Pasta de Croissant, 10 grs queso D.C. Y 20 grs mortadela						11 X 11
HOJALDRADOS	CROISSANT BOCADILLO	120	100 grs Pasta de Croissant, 10 grs queso D.C. Y 30 grs Bocadoillo						
HOJALDRADOS	CHICHARRONA	100	80 grs Hojaldré - 25 grs Bocadoillo y 5 grs Azucar						13 X 11
HOJALDRADOS	PALITOS DE QUESO	120	70 grs Hojaldré, 20 grs queso costeño						
HOJALDRADOS	CORAZONES	130	140 grs pasta de Hojaldré, 10 grs Azucar						
HOJALDRADOS	PALMERAS	140	140 grs pasta de Hojaldré, 15 grs Decorcream y grajeas						
GALLETERIA	GALLETA RIZADA	45	50 GRMS Peso crudo						
GALLETERIA	GALLETA POLVOROZA	40	45 Grms peso crudo						
POSTRES	TENTACION DE CHOCOLATE	220	50 Grms copa chocolate, 60 Grms bizcochuelo, 30 Jarabe 3 leches, 50 Grms crema, 1 galleta Oreo y 15 Grms Filigrana						
POSTRES	POSTRES VARIOS	188	165 Grms flan, 33 Grms decoracion						

DEPARTAMENTO	TAMAÑO	PESO FINAL	MASA	RELLENO			DECORACION		PORCIONES
				ARQUIPE	GLASSE MORA	CREMA	DECORCREAM	FILGRANA	
TORTAS Y PONQUES	1 LIBRA	2.100	1.600	120	100	150	180	40	30
TORTAS Y PONQUES	1/2 LIBRA	1.600	1.100	100	80	130	150	30	20
TORTAS Y PONQUES	1/4 LIBRA	1.000	700	70	50	110	120	20	10
TORTAS Y PONQUES	MINI	380	230	30	20	30	40	20	7

DEPARTAMENTO	TAMAÑO	PESO FINAL	MASA	RELLENO			DECORACION		PORCIONES
				TRES LECHES	CREMA	GLASSE MORA	CREMA	GLASSE MORA	
TORTAS Y PONQUES	1 LIBRA	2.100	950	630	55	70	250	120	40
TORTAS Y PONQUES	1/2 LIBRA	1.600	750	500	40	50	180	90	30
TORTAS Y PONQUES	1/4 LIBRA	1.000	450	300	30	40	150	60	20
TORTAS Y PONQUES	MINI	380	150	100	20	20	70	30	10

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. Procedimientos



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5. Productos terminados luego de la estandarización y unificación en los puntos.



Fuente:



Fuente: Elaboración propia.

Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.