

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL -
PANADERIA Y PASTELERIA CHISKEY



BRAYAN GUSTAVO AGUILAR SANTIAGO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2017

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
PANADERIA Y PASTELERIA CHISKEY

BRAYAN GUSTAVO AGUILAR SANTIAGO

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

Profesional en Comercio Exterior
EDISON ORLANDO GARZON CESPEDES
Docente

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2017

Autoridades académicas

P. JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. MAURICIO ANTONIO CORTÉS GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. 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

EDISON ORLANDO GARZON CESPEDES

Director Trabajo de Grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Jurado

Villavicencio, Agosto de 2017

Agradecimientos

De primera mano agradecer a Dios, quien me ha permitido avanzar en cada proceso de mi vida y por la oportunidad de culminar mi carrera universitaria; a mis padres por el 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 íntegra.

A Yaneth Rocío Rojas Bolaños, Gerente de Panadería y Pastelería Chiskey, 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 y unificación de los productos manejados en la misma siendo el líder de este último procedimiento Juan Carlos Rodríguez, 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 integral, especialmente al docente Edison Orlando Cáceres Céspedes 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, donde aprendí el valor de una gran amistad.

Contenido

	Pág.
GLOSARIO	10
RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN	13
OBJETIVOS	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos.....	14
1. PERFIL DE LA EMPRESA	15
1.1 Elementos Estratégicos	15
1.1.1 Filosofía	15
1.1.2 Misión	16
1.1.3 Visión.....	16
1.1.4 Valores	16
1.2 Área de Trabajo.....	17
1.3 Organigrama	17
2. CARGO Y FUNCIONES	18
2.1 Nombre del Cargo.....	18
2.2 Funciones del Cargo	18
2.3 Actividades Realizadas	19
2.3.1 Capacitación al personal de Producción	19
2.3.2 Capacitación al personal de ventas	19
2.3.3 Desarrollo de la formulación para productos terminados	19
2.3.4 Supervisión de las materias primas.....	20
2.3.5 Logística en gestión de proveedores	20
2.3.6 Ajustes a productos terminados	20
3. PROBLEMÁTICAS	21
3.1 Personal de producción:	21
3.2 Personal de ventas:.....	21

3.3	Formulación para productos terminados:.....	21
3.4	Supervisión de materias primas:	21
3.5	Proveedores:.....	21
3.6	Productos terminados:.....	22
4.	SOLUCIONES.....	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:.....	23
4.6	Productos terminados:.....	23
5.	INSUMOS UTILIZADOS.....	24
	CONCLUSIONES	25
6.	BIBLIOGRAFÍA	26
	ANEXOS	27

Tabla de ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1 Organigrama.	17

Tabla de anexos**Pág.**

Anexo 1. Capacitación personal de producción, donde se enfoca en la explicación de los nuevos procesos a realizar con respecto a la unificación de las formulas.....	27
Anexo 2. . Reunion con el personal de produccion, donde se realiza seguimiento respecto a las formulas implementadas anteriormente.	28
Anexo 3. Ficha de elaboración para la unificación de los productos.....	28

Glosario

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.)

Competitividad: Tendencia a participar en cualquier rivalidad para conseguir un fin. (Wordreference, s.f.)

Industria: Conjunto de operaciones destinadas a la obtención, transformación y transporte de materias primas. (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

En 1946, se reunieron en Londres delegados de 25 países y decidieron crear una nueva organización internacional, cuyo objetivo sería “facilitar la coordinación y unificación internacional de las normas industriales”. La nueva organización denominada Organización Internacional para la Normalización (ISO) (International Organization for Standardization), palabra derivada del vocablo griego isos, cuyo significado es “igual” y que es la raíz del prefijo “iso”, comenzó oficialmente sus actividades el 23 de febrero de 1947. (Viera, 1999)

Partiendo de la normatividad ISO, hoy en día las empresas están implementando procesos dedicados a mejorar la competitividad de acuerdo a sus servicios, maquinaria, productos y procesos, los cuales generan el propósito adecuado para cada fin, asegurando la calidad esperada.

Con base en lo anterior, esta práctica estuvo enfocada en la parte productiva, en la cual se realizó un proceso de mejora continua con la implementación de fórmulas, las cuales permiten la unificación de los productos en los diferentes puntos de comercialización de la compañía, gracias a esto alcanzamos un logro en la parte competitiva, ya que una de las falencias encontradas en el estudio realizado era la ausencia de unificación y uniformidad en los diferentes productos elaborados por la empresa.

Palabras Clave: ISO, Productividad, Normatividad, Unificación, Competitividad.

Abstract

In 1946, they meet in London delegates from 25 countries and decided to create a new international organization whose objective would be “Facilitate the coordination and international unification of industrial standards”. The new organization called the International Organization for Standardization. Word derived from the Greek word Isos, which means “equal” and it is the root of the prefix “Iso”. It officially began the activities on February 23, 1947.

Based on ISO standards, today the companies are implementing processes dedicated to improving the competitiveness according the services, machinery, products and process, which generate the suitable purpose for every purpose, ensuring the expected quality.

Based on the above, this practice focused on the productive part, it was a process of continuous improvement with the implementation of formulas which allow the unification of products in different point of commercialization of the company, thanks to this we reach an achievement in the competitive part, since one of the shortcoming found in the study was the absence of unification and uniformity in different products developed by the company.

Key Words: International Organization for Standardization, Productivity, Regulations, Unification, Competitiveness.

Introducción

En los últimos años se evidencia como la globalización ha transformado el pensamiento hacia el consumo de un bien, en este caso los productos de la industria alimenticia especialmente los panificadores, ya que la industria se ha volcado a la producción en grandes cantidades, dejando atrás la fabricación artesanal de estos productos con miras a aumentar su eficiencia a menor costo, sin dejar atrás la calidad.

Para que una empresa tenga una base sólida en sus propósitos, es necesario que esté sometida a una estandarización en sus productos, los cuales se soportan en la verificación de calidad en sus procesos y procedimientos que permita la diferenciación en el mercado con respecto a la competencia.

La Panadería y Pastelería Chiskey en su interés de dar el salto hacia la competitividad está convencida que la mejor forma de realizar esta diferenciación es aplicando la unificación de las formulas en la parte productiva, las cuales nos brindan un punto de partida con respecto al valor agregado que desea tener la empresa para con sus clientes.

Objetivos

Objetivo General

Implementar mediante los conocimientos obtenidos en la formación académica, el proceso de unificación, el cual permitirá la estandarización de los productos y por tanto una mejora en su calidad.

Objetivos Específicos

Conocer e identificar las falencias en la parte productiva de la empresa Panadería y Pastelería Chiskey.

Realizar un proceso que permita la estructuración y solidificación de la parte productiva aportando así al valor agregado de la misma y el aumento en la comercialización de los productos.

Dar seguimiento al proceso de unificación para que el personal acoja la nueva estructura que permitirá abrir nuevos mercados en la industria llanera.

1. Perfil de la Empresa

La Panadería y Pastelería Chiskey, en gerencia de Yaneth Rocío Rojas Bolaños, es una empresa privada la cual está dedicada a la industria pastelera y panificadora, creada en el año 2011 con el objetivo de brindar la mejor calidad en un producto de primera necesidad como lo es el pan, contribuyendo a la economía de la región con el fomento de empleo.

1.1 Elementos Estratégicos

Dentro de los Elementos Estratégicos de la Panadería y Pastelería Chiskey, encontramos la Misión, Visión y objetivos de la misma, los cuales son primordiales para esta entidad desde la perspectiva de planeación comercial y productiva, permitiendo tener claro la ruta, la forma de viaje y el punto de destino al que se quiere llegar.

1.1.1 Filosofía

Somos una empresa llanera con gran trayectoria en el mercado, nacida el 9 de noviembre del año 2011. Estamos en constante búsqueda del mejoramiento de nuestros procesos internos, para lograr la simpatía y fidelización de nuestros clientes, es así como La Panadería y Pastelería Chiskey es sinónimo de calidad y servicio.

Estamos comprometidos con el talento humano, brindamos espacios de crecimiento y bienestar para todos nuestros colaboradores, lo que se ve representado en la experiencia y satisfacción de nuestros clientes.

Nuestra empresa está a la vanguardia de los nuevos procesos tecnológicos debido a la gran proyección económica de la región y del país, por ello brindamos productos y servicios de excelente calidad, posicionando la experiencia Chiskey en el corazón de nuestros clientes.

1.1.2 Misión

Somos una empresa llanera comprometida, organizada, disciplinada, innovadora, líder y exitosa, enfocada en la industria alimenticia, ofrecemos a nuestros clientes productos de excelente calidad, inspiramos confiabilidad, seguridad, alegría, responsabilidad social y ambiental, nos ocupamos del crecimiento y bienestar de nuestros colaboradores, así garantizamos una experiencia única que marca la diferencia.

1.1.3 Visión

En el 2022 nuestra empresa es comprometida, exitosa, organizada, disciplinada, líder, e innovadora dedicada al servicio panificador y pastelero, ofrecemos a nuestros clientes experiencias de armonía, confianza, seguridad, alegría y productos de alta calidad e innovación, tenemos un personal honesto, comprometido, ágil y servicial, contamos con puntos de venta novedosos y auténticos en el departamento del Meta.

1.1.4 Valores

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

1.2 Área de Trabajo

Gerencia: Yaneth Rocío Rojas Bolaños

Jefe Inmediato: Juan Carlos Rodríguez

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

Teléfono y Correo: chiskey66@gmail.com

1.3 Organigrama

El Organigrama de la Panadería y Pastelería Chiskey (Ver ilustración 1), se encuentra direccionado por Yaneth Rocío Rojas Bolaños en su más alto nivel jerárquico, posteriormente se encuentran 6 Departamentos entre los cuales está el Departamento de Producción en cabeza de Juan Carlos Rodríguez.

Ilustración 1 Organigrama.



Fuente: Obtenida por la empresa.

2. Cargo y Funciones

2.1 Nombre del Cargo

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

2.2 Funciones del Cargo

Realizar un estudio exhaustivo enfocado en la parte productiva, haciendo énfasis en la experiencia que encontraba el cliente con respecto a la calidad del producto en los diferentes puntos de la compañía.

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.

Realizar semanalmente inventarios de productos terminados para conocer de primera mano si las personas a cargo del registro en el sistema realizaban correctamente su función.

Supervisar el personal con respecto a las horas de llegadas, presentación personal, atención al cliente y demás procesos internos, como la realización de productos para la venta.

Realizar pedidos de materias primas para la fabricación de productos en los diferentes puntos de la compañía.

Apoyar iniciativas para la mejora del proceso productivo con respecto a los tiempos que se gastaba el personal en la elaboración de los productos.

Con el conocimiento obtenido en la parte teórica respecto al talento humano por parte de la universidad, se pudo dar soporte para realizar procesos de seguimiento interno para conocer de primera medida de las necesidades que estos tenían en su sitio de trabajo.

2.3 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, creación del plan e implementación de la unificación de fórmulas para el objetivo propuesto, fueron las siguientes:

2.3.1 Capacitación al personal de Producción.

A partir del 12 de enero del presente año, con el apoyo del departamento de producción, se coordinaron las capacitaciones de manera semanal con el personal de cada punto trabajando dos horas diarias; ya que son dos 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.

2.3.2 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, 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.

2.3.3 Desarrollo de la formulación para productos terminados.

Bajo la supervisión y la guía del señor Juan Carlos Rodríguez, jefe de producción de la empresa, se desarrolló una mejora continua a los procesos de panificación dentro de los términos de optimización de los recursos de materia prima, que conllevó en un ahorro económico para la empresa.

Diariamente por cada punto, se realizó un comparativo de un producto con la formulación que se venía trabajando en comparación con las nuevas fichas técnicas implementadas, lo que tuvo como resultado en el 70% de los productos una mejora en sabor, contextura, presentación y tamaño.

2.3.4 Supervisión de las materias primas.

Evaluación semanal en el consecutivo uso de materias primas empleadas en los procesos de producción para el cumplimiento de uno de los objetivos planteados en el inicio de la práctica: llevar la materia prima al 35%. Se realizó un esquema de acuerdo a cada uno de los proveedores con los productos que ellos nos ofrecen, llamado sugerido de proveedores, este esquema permitió conocer el uso semanal de materias primas, que cantidad se tenían 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.

2.3.5 Logística en gestión de proveedores.

En pro de optimizar el valor de las materias primas, se realizó enlace con diferentes proveedores directos, ya que la empresa estaba inmersa en tercerización lo que necesariamente conllevaba a tener un costo más elevado a la hora de conseguir estos productos, ahora obtenemos un mejor costo/beneficio para la misma. Esto se realizó con el apoyo del Jefe de Producción Juan Carlos Rodríguez y las principales empresas de insumos panificadores y pasteleros a nivel nacional. Con algunas compañías se contactó vía electrónica, con otras como La Baguette, Ajover y Sigra se realizó una visita a sus instalaciones, lo que nos brindó tener el enlace directo y no realizar una compra con un mayor valor para el mismo producto, como se venía realizando.

2.3.6 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 y generar el respectivo cobro al personal responsable en cada uno de los puntos de venta 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.

3. Problemáticas

3.1 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.

3.2 Personal de ventas

Al no haber un protocolo y que el personal de ventas no estuviera capacitado para la atención al cliente, 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.

3.3 Formulación para productos terminados

Encontramos que en los puntos de venta no había uniformidad en los productos, pues diariamente tenían variación en su sabor, contextura, presentación y tamaño, dando mala imagen a la empresa, una percepción confusa y una diferencia entre sus mismos puntos.

3.4 Supervisión de materias primas

Se observó que la empresa no contaba con un mecanismo que pudiera detectar el consumo semanal de las materias primas, lo que conllevaba a tener materia prima en exceso y una mala rotación con respecto a las fechas de vencimiento.

3.5 Proveedores

Identificamos que los proveedores que manejaban en su momento ofrecían precios bastante elevados, ya que no existía una gestión para hacer contacto directo con el proveedor principal.

3.6 Productos terminados

Se encontró que no existía ningún control respecto a los productos terminados faltantes, cuya responsabilidad recaía en el personal de ventas, quienes son los encargados del manejo de los mismos.

4. Soluciones

4.1 Personal de producción

Capacitaciones semanales respecto al manejo de las materias primas, implementación de las BPM para la obtención de un mejor producto.

4.2 Personal de ventas

Implementación de un protocolo para la identidad de la compañía.

4.3 Formulación para productos terminados

Desarrollo e implementación de las fichas técnicas, las cuales permitieron la unificación de los puntos en lo que comprende la parte productiva.

4.4 Supervisión de materias primas

Creación de un sugerido de proveedores el cual permitió el control y vigilancia de las materias primas utilizadas para no recaer en excesos y poder obtener con exactitud la información requerida cada semana.

4.5 Proveedores

Visitas y enlaces con proveedores directos para la obtención de precios más asequibles en las materias primas utilizadas, que permitieron un mejor manejo económico.

4.6 Productos terminados

Se implementó el seguimiento por medio de inventarios semanales por punto, los cuales generaban como resultados faltantes por secciones.

5. Materiales utilizados

Por parte de la compañía, los materiales brindados para la elaboración de las practicas fueron los sitios de trabajo del personal de producción, allí encontramos todo lo relacionado a la panificación y pastelería para abordar los procesos que desde un principio fueron plasmados en las labores de mi cargo como pasante profesional en la parte productiva de la Panadería y Pastelería Chiskey, también el salón de reuniones para la interacción con el personal de la compañía donde se dictaron las capacitaciones pertinentes, por ultimo puedo decir que tuve a mi disposición todos los elementos con que cuenta la compañía para poder realizar cada uno de los procesos que hoy plasmo en este trabajo.

Conclusiones

Gracias al proceso que llevé a cabo dentro de la parte productiva de la Panadería y Pastelería Chiskey, como profesional de apoyo, no solo puse a prueba y en práctica mis capacidades como profesional en Negocios Internacionales, si no también mis habilidades personales, las cuales me permitieron tener un desempeño aún mejor dentro de las actividades que me fueron asignadas. Además de conocer los distintos aspectos organizacionales de una empresa dedicada a la panificación.

A través del proceso realizado en estas prácticas profesionales, se brindó un apoyo técnico y constante al departamento de producción de la Panadería y Pastelería Chiskey, se generaron diferentes espacios para el desarrollo de actividades, como reuniones, comités, capacitaciones, llevando a cabo el plan de trabajo organizado por parte del Jefe de Producción Juan Carlos Rodríguez, que sin lugar a duda se convirtió en una herramienta fundamental para el desarrollo del actividades de producción y en consecuencia en el aumento de calidad de producto final de los procesos.

Se realizó la construcción de la primera fase de la formulación y unificación de productos de Panadería teniendo en cuenta los costos de materia prima que dichas formulaciones requieren para su ejecución, priorizando bajar el índice de costos generados a partir del mal uso de la materia prima y así mismo generando un mejor resultado desde la parte económica y productiva. Además, se dejaron las bases listas para la ejecución de la segunda fase del proceso de formulación y unificación de los productos de Panadería, en la cual se tomará en cuenta aumentar la eficiencia de los procesos de producción para el Pan de mayor rotación.

6. Bibliografía

- 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/general/estandarizacion.php): <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/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/): <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/?s=comercializacion): <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 competitividad*. Obtenido de [wordreference.com](http://www.wordreference.com/definicion/competitividad):
<http://www.wordreference.com/definicion/competitividad>
- Wordreference. (s.f.). *Definición de Procedimiento*. Obtenido de [wordreference.com](http://www.wordreference.com/definicion/procedimiento):
<http://www.wordreference.com/definicion/procedimiento>

Anexos

Anexo 1. Capacitación personal de producción, donde se enfoca en la explicación de los nuevos procesos a realizar con respecto a la unificación de las formulas.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia.

Porción				
Harina de trigo	Troncos	Liso	Montaña	
	3000	3000	3000	
Sal	60	60	60	
Grasa	120	1000	1250	✓
Huevos	—	150	300	✓
Agua	1680	650	250	✓
Σ	1800	1800	1800	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. . Reunion con el personal de produccion, donde se realiza seguimiento respecto a las formulas implementadas anteriormente.



Fuente: Elaboracion propia

