



DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD

**Presidente de la Universidad y Rector del Claustro
Dr. Mario Posada García-Peña**

**Vicerrectora Académica y de Investigaciones
Dra. Alexandra Mejía Guzmán**

**Vicerrector Administrativo y Financiero
Dr. Ricardo Alfonso Peñarada Castro**

**Secretario General
Dr. José Luis Macías Rodríguez**

**Decana de la Facultad de Ingenierías
Ing. Naliny Patricia Guerra Prieto**

**Directora del Programa de Ingeniería Industrial
Ing. Mónica Yinette Suárez Serrano**

**Directora de Proyecto
Ing. Maria Jimena Arias Niño**





BIRRIA



BIRRIA MÓVIL

MÓVIL

INGENIERÍA
INDUSTRIAL

Birria Móvil

INTRAEMPRESARIAL DE BIRRIA.CO PARA
DESARROLLAR LÍNEAS DE NEGOCIO QUE
PERMITAN EXPANDIR LA MARCA

Elaborado por
Juan Sebastian Forero Polanco
Juanpablo Mahecha Olave
Jorge Daniel Sanchez Acosta



Fundación
Universidad de América



Equipo emprendedor

¿Quiénes somos?

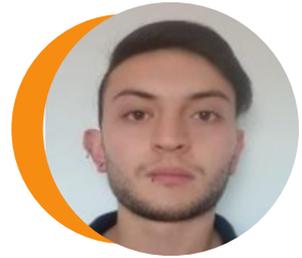


Somos ingenieros industriales, llevamos 5 años conociéndonos, desde el primer momento que nos juntamos para realizar trabajos notamos ser un grupo comprometido, dedicado y decidido, año tras año hemos ido evolucionando y aprendiendo del otro, sin embargo cada uno cumple un rol fundamental.

Juan Sebastian Forero Polanco

"El de las chelas"

Estudiante de ingeniería industrial, responsable, respetuoso, realista y centrado, sus roles en la empresa son mantener las cuentas, control de gastos y del flujo de caja, control del dinero que se tiene para invertir en las diferentes líneas de negocio.



Juanpablo Mahecha Olave

"El mero mero"

Estudiante de ingeniería industrial, y cursa la segunda carrera de ingeniería mecánica, creativo y curioso, es el encargado de la parte logística, comprende a detalle las necesidades y oportunidades de mejora dentro de la empresa.



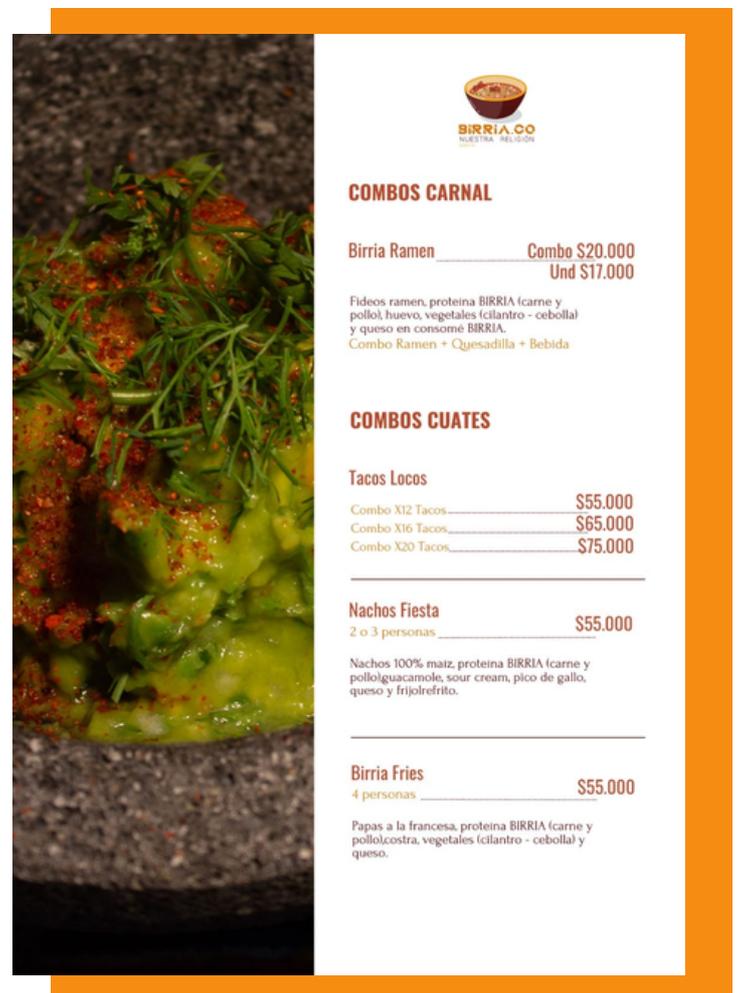
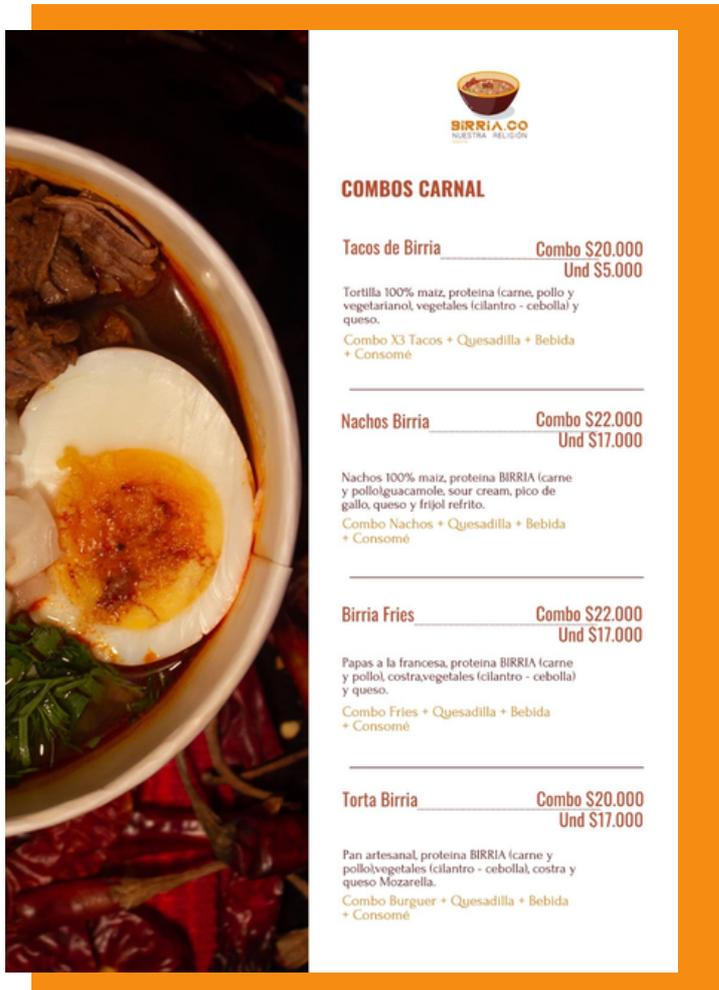
Jorge Daniel Sanchez Acosta

"El chambeador"

Estudiante de ingeniería industrial con doble programa en ingeniería química, es una persona responsable y organizada, el rol que cumple es el de verificar las operaciones y desarrollar estrategias para aplicar en el negocio.



Surgió hace aproximadamente 2 años, con el propósito de entregar a los consumidores comida mexicana auténtica a partir de la cocción lenta de chiles dulces, receta típica que se conoce como “Birria”, la empresa funciona mediante un modelo de cocina oculta, por lo que su desempeño depende en gran medida de su gestión en redes sociales y los domicilios por aplicativos.



Actualmente los ingresos que se generan son de \$300.000 COP semanales, cifra que se busca aumentar mediante las ventas, sin embargo el marketing y manejo de redes no es suficiente para las expectativas que se tienen.

Propuesta de valor Birria.co



Asistir a aquellas personas que están en búsqueda de comida mexicana autentica, de manera veloz y a un precio atractivo.

Autenticidad



Receta traída desde México

Rapidez

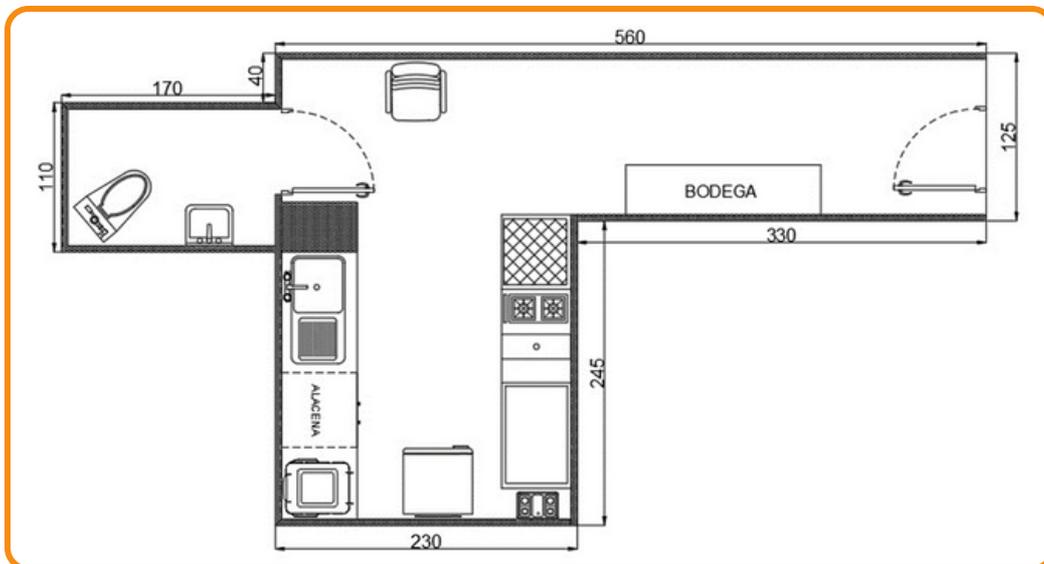


Los productos están listos entre 5 y 7 minutos.

Precio atractivo



Precio en combo de \$22.000, mucho más bajo que la competencia.

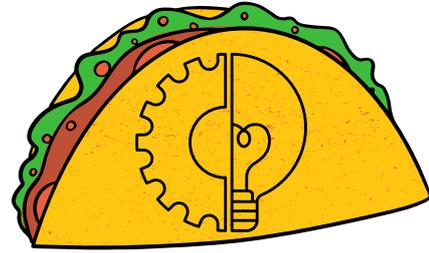


La distribución del local tal como se muestra en el plano es de uso exclusivo para operaciones de cocina y despacho de pedidos, los clientes potenciales que se acercan al negocio no se ven atraídos por la fachada, razón por la cuál se pierden oportunidades de contactar con nuevos públicos, cayendo nuevamente en el uso intensivo de redes sociales para continuar con el crecimiento de la marca. (Véase a mas detalle en el ANEXO 2)



La solución: Birria Móvil

Birria Móvil da solución al problema de Birria.co, esto se logra mediante la implementación de 3 líneas de negocio llamadas Domichingones, Ruta Azteca y Birria Truck, con esto se logra ampliar el panorama y cubrir lugares que Birria.co no lograba abastecer debido al planteamiento del negocio.



Propuesta de valor



De la mano de Birria.co y cumpliendo su objetivo de asistir a aquellas personas que están en búsqueda de comida mexicana autentica, de manera veloz y a un precio atractivo, Birria Móvil pretende llegar al público que no tiene alcance Birria.co, se busca llevar el sazón genuino de la birria cada vez a más rincones de la ciudad.

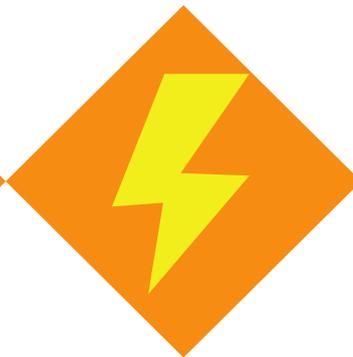
Nuestro cliente



No tiene tiempo para cocinar, no le gusta o no sabe.



Busca calidad en sus productos



Quiere velocidad en el servicio



El cliente ideal es amante de la cultura mexicana



Aproximación al mercado

Nuestra Competencia

Para comprender el mercado es necesario conocer quienes hacen parte y por qué se encuentran en donde están, es necesario adoptar e innovar en ciertos aspectos en los cuales la competencia destaca como lo puede ser en la presentación de productos o en la forma de como venden estos mismos, por tal motivo nos enfocamos en aquellos negocios en donde se focalicen en nuestro estilo de comida, que es la Birria, este con el fin de aprender y actualizar para generar confianza en los comensales y que opten por nuestros productos.



Es de suma importancia comprender el producto que es ofrecido y el impacto que tiene, al enfocarnos en comida mexicana se debe estudiar y analizar hasta qué punto es bueno trabajar con un negocio con estas características, la realidad es que esta cocina es amplia y constituye uno de los símbolos más representativos del país azteca en el mundo, de hecho, en el año 2010 la gastronomía mexicana fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco [1], esto ayuda a percibir que tan bien es recibida esta comida en el país, generando influencia significativa en la industria alimentaria global, abarcando nuevas tendencias saludables y haciendo impacto en las redes sociales.

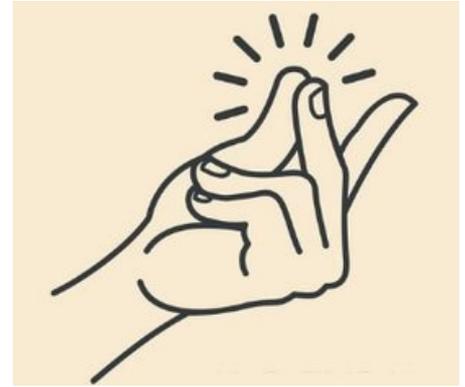




Tendencias del mercado

Cultura de la Inmediatez

Las personas hoy en día buscan conseguir productos de forma inmediata o que su tiempo de entrega sea mínimo, esta es una ventaja para la empresa debido a que en los diferentes productos que se ofrecen a los clientes los tiempos de preparación son muy pequeños, generando así que la entrega de estos sea de forma rápida. [2]



Conciencia Ambiental

La conciencia ambiental y la reducción de los impactos negativos en el medio ambiente es un aspecto en el que se quiere ser diferencial, por tal motivo se aborda tanto la importancia como la necesidad de la implementación de la Logística Verde, buscando un mejoramiento dentro de los procesos tanto internos como externos inmersos en la cadena de suministro de esta, logrando identificar todas aquellas actividades y/o procesos que requieren de intervención. [3]



Productos Llamativos

Si los productos que se ofrecen logran ser diferentes a lo que se ofrece en el gremio puede generar una ventaja, no solo en lo como se hace el producto o su forma de cocción, sino también en el empaque, en su presentación para que con esto a las personas les queden plasmadas las características que tienen los diferentes productos y los asocien directamente a la marca.





Líneas de negocio

Ruta Azteca

Consiste en la inmersión en ferias de gastronomía mexicana, allí se garantiza la presencia dentro del gremio y se da a conocer de una manera mucho más visual la marca, una vez allí se abre un stand al público y se lleva el proceso de la cocina a un espacio más reducido.



Hasta el momento se han realizado 3 ferias: Usme, Quinta de Bolívar y Niza, en las cuales cada vez el nombre de la empresa se logra posicionar más por la cantidad de clientes que se atraen. Además, se obtuvo un certificado firmado por el embajador de México en Colombia por la participación en la feria de la Quinta de Bolívar por la independencia de México.



Inversión
total :
\$6'414.113

Ganancia
total :
\$7'440.00

Futuro

Buscamos seguir participando en la Ruta Azteca y demás eventos que permitan dar a conocer al mundo el movimiento de la birria, es por ello, que se quieren buscar más alianzas y fortalecer el vínculo con el gremio.



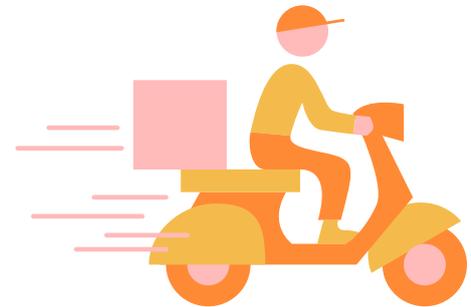
Líneas de negocio

Domichingones

Fue el segundo tipo de movilidad aplicada, para ello se implementó la programación de pedidos, tipo reserva, en horarios establecidos, así como la personalización de pedidos al gusto de cada cliente.



En esta línea de negocio se ha puesto en práctica 4 veces, en las cuales se ha visto que la personalización de pedidos ha sido muy común y que a los clientes les parece algo diferente reservar pedidos, por lo cual se tuvo un aumento en las ventas ya que muchas personas lo decidieron probar.



Inversión
total :
\$2'758.725

Ganancia
total :
\$3'024.900

Futuro

Se le quiere apostar a la sostenibilidad , para la entrega de los pedidos se quiere contar con una empresa o personas que se encarguen de la distribución pero en vehículos eléctricos, además con el capital inyectado se harán mejoras en el punto físico para tener más espacio, poder ser más organizados y con utensilios más específicos para que a la hora de la producción de los diferentes pedidos sea mucho más sencillo.



Líneas de negocio

Birria truck

Se basa en un truck el cual ayuda a cubrir más zonas de la ciudad ya que gracias a su movilidad es fácil ir más puntos, consiguiendo atraer mayor cantidad de clientes y suplir la necesidad de conseguir una comida de calidad en la tarde/noche sin tener que esperar demasiado tiempo.

Debido a la gran planificación que tiene esta línea de negocio, se ha hecho una sola vez, no obstante se dieron cosas muy positivas, por ejemplo lo llamativo que es ya que solo al ver la decoración mucha gente se acercó y con esto logramos tener ventas y clientes nuevos.



Inversión
total :
\$1'297366

Ganancia
total :
\$1'316.000

Futuro

Gracias a la inversión se podrá comprar un foodtruck especializado para cocinar y vender alimentos, este será personalizado con los colores y logos de la empresa para hacerlo más llamativo y que los clientes lo puedan reconocer sin importar en donde se esté haciendo el evento.



Desarrollo Técnico

Para las distintas alternativas es necesario tener procesos en común, y es que la pre-elaboración de los diferentes productos es fundamental, ya sea la cocción de la carne, el debido tratamiento de las verduras o incluso el alistamiento de los diferentes recipientes para poder elaborar de manera adecuada el producto junto con el packaging es crucial. Todo esto con el fin de agilizar los procesos y obtener la rapidez que se quiere ofrecer.

De igual manera es importante el desarrollo de un estudio logístico para las diferentes líneas de negocio, para esto es necesario la elaboración de un MRP (ANEXO 3) con el fin de poder conocer cuánta materia prima se requiere para dar respuesta en los diferentes momentos en los que se vaya a realizar alguno de estos modelos, de igual manera el control de inventarios en cada uno de estos es clave, ya que se debe saber con que dispone la empresa y si hay necesidad de reabastecer para poder continuar con las operaciones.

Para todos estos procesos es necesario contar con personal capacitado para la realización de los diferentes actividades dentro de las distintas líneas de negocio, aunque se cuenta con un solo cocinero para cada una de estas, es de suma importancia obtener el apoyo ya sea de 1 o 2 ayudantes, con el fin de poder brindar el servicio de manera ágil y dar tiempos de respuestas óptimos para los clientes, a modo de poder captar mayor número de órdenes y que dentro de la cocina no existan inconvenientes al preparar los productos, es necesario que cuenten con los diferentes conocimientos básicos en la cocina como la manipulación y control de las diferentes herramientas de trabajo, ofreciendo seguridad para el personal y los clientes.

Desarrollo Técnico



Por medio de las diferentes líneas de negocio se quiere dar solución a 2 Objetivos de Desarrollo sostenible, donde se requiere de diferentes aspectos y/o acciones claves para promover la innovación, la conservación y protección del medio ambiente. [4]

8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



Con base a estudios del DANE el crecimiento del sector gastronómico aumentó en un 18% con respecto al año pasado [5], al generar estas diferentes alternativas de negocio lo que se busca es brindar empleo a aquellas personas que lo necesitan, ya que el mismo DANE informa que la tasa de desempleo de lo jóvenes es de aproximadamente un 18%. [6]

12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES



Por medio de este Objetivo nos enfocamos en la producción responsable y sostenible, donde buscamos la autosuficiencia de producir aquellos insumos necesarios para los productos, principalmente, aquellas verduras como lo son la cebolla, el cilantro y los chiles, con el fin de autosostenerse y no depender de terceros para estos insumos.

Aquí se ve inmersa la aplicación de toda la Logística Verde e Inversa en los diferentes procesos que lo requieran, siendo responsables en los impactos negativos generados por estos mismos, identificados por medio de estudios realizados en las diferentes líneas, dando solución ya sea mitigando o directamente cambiando la forma en como se realiza la actividad. (ANEXO 2)

Legislación



- **Decreto Distrital 552 del 2018**

Especifica un marco regulatorio en el cual el espacio público es aprovechado económicamente por nuevos emprendimientos. Estableciendo distintos lugares que cumplan con estas características, como puntos base del proyecto. [7]

- **Resolución 232 del 2020**

Habla sobre los diferentes acuerdos y/o acciones que deben cumplir los camiones de comida para el debido manejo tanto las operaciones como de la materia prima involucrada. Regulando todas las operaciones dentro de la cocina y por fuera de la misma. [8]

- **Ley 9 del 1979**

Por medio de esta ley se avala todo el cuidado que se debe tener al momento de tanto la manipulación de la materia prima, buscando minimizar los residuos que pueden perjudicar al medio ambiente, buscando un bienestar para el mismo y para mantener un lugar limpio y apto para la realización de la actividad clave (cocinar). [9]

- **Resolución 2674 de 2013**

Establece todos aquellos requerimientos sanitarios para personas naturales como jurídicas que poseen como actividad económica la manipulación, distribución, transporte y comercialización de alimentos. [10]

- **Resolución 005109 de 2005**

En esta resolución busca que los relacionados con la comercialización de alimentos, deben cumplir con las etiquetas o empaques destinados para el consumo humano, este con el fin de brindarle una descripción adecuada y detallada al cliente de que es lo que está consumiendo, evitando engaños o confusión sobre la misma. [11]

- **Decreto 2981 de 2013**

Establece las características de aprovechamiento de los residuos sólidos y orgánicos, los encargados de esta actividad son los de Servicio Público. [12]



Aspectos financieros

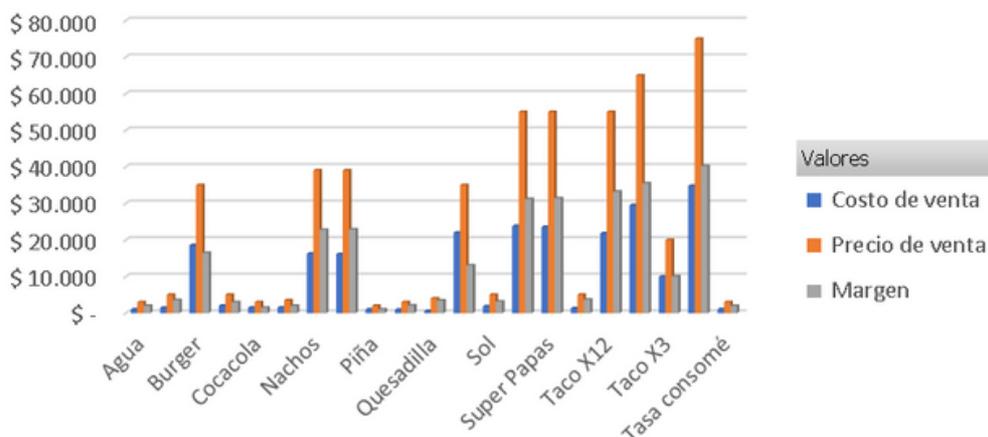
Producto	Costo de producción	Producto	Precio de venta
Taco	\$ 1.312	Taco	\$ 5.000
Nachos	\$ 5.076	Nachos	\$ 17.000
Burger	\$ 6.267	Burger	\$ 15.000
Ramen	\$ 7.934	Ramen	\$ 15.000
Papas	\$ 5.009	Papas	\$ 17.000
Quesadilla	\$ 541	Quesadilla	\$ 4.000
Productos en combo		Productos en combo	
Taco X3	\$ 9.970	Taco X3	\$ 20.000
Taco X12	\$ 21.780	Taco X12	\$ 55.000
Taco X16	\$ 29.530	Taco X16	\$ 65.000
TacoX20	\$ 34.779	TacoX20	\$ 75.000
Nachos	\$ 11.158	Nachos	\$ 22.000
Super Nachos	\$ 23.810	Super Nachos	\$ 55.000
Burger	\$ 12.300	Burger	\$ 20.000
Ramen	\$ 14.017	Ramen	\$ 20.000
Papas	\$ 11.092	Papas	\$ 22.000
Super Papas	\$ 23.560	Super Papas	\$ 55.000
Bebidas por separado		Bebidas por separado	
Agua	\$ 1.000	Agua	\$ 3.000
Cocacola	\$ 1.500	Cocacola	\$ 3.000
Postobon	\$ 917	Postobon	\$ 3.000
Azteca	\$ 1.458	Azteca	\$ 5.000
Sol	\$ 1.833	Sol	\$ 5.000
Adiciones		Adiciones	
Tasa consomé	\$ 1.050	Tasa consomé	\$ 3.000
Piña	\$ 1.000	Piña	\$ 2.000
Guacamole	\$ 1.500	Guacamole	\$ 3.500
Carne	\$ 2.000	Carne	\$ 5.000



Mediante esta tabla se puede observar tanto el costo de producción teniendo en cuenta tanto la mano de obra como los insumos necesarios para realizarlos como el precio de venta al público, buscando un beneficio económico para la empresa. Para mas detenimiento observar (ANEXO 3)

Costo de venta Precio de venta Margen

Margen por producto

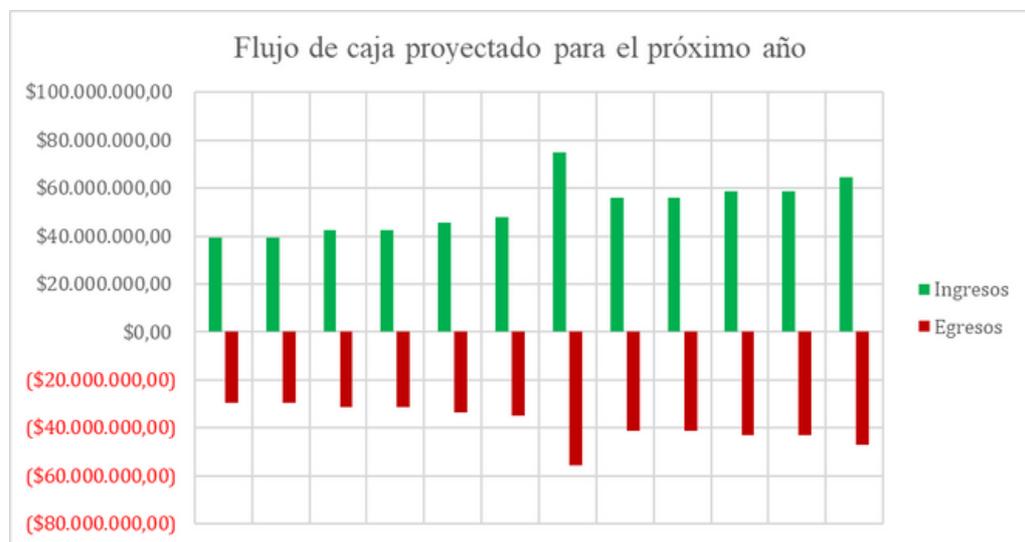


En esta tabla se puede observar el costo de venta vs el precio de venta vs el margen de cada producto, donde el producto con mayor margen es el combo tacos x20 y que tiene menor margen es la adición de piña. Para ver mejor la tabla ver Anexo financiero (ANEXO 3)



TOTALIZADO BIRRIATRUCK		
COSTOS	INGRESOS	GANANCIAS
\$ 1.297.366	\$ 1.316.000	\$ 18.634
TOTALIZADO DOMICHINGONES		
COSTOS	INGRESOS	GANANCIAS
\$ 2.758.725	\$ 3.024.900	\$ 266.175
TOTALIZADO FERIAS		
COSTOS	INGRESOS	GANANCIAS
\$ 6.141.113	\$ 7.440.000	\$ 1.298.887
TOTALIZADO BIRRIA MOVIL		
COSTOS	INGRESOS	GANANCIAS
\$ 10.197.204	\$ 11.780.900	\$ 1.583.696

Después de calcular cada ingreso y egreso de cada línea de negocio se obtuvo ganancias de \$1'583.696, lo cual indica que la empresa ha sido rentable en las diferentes líneas de negocio.



Debido a la planificación de cada una de las líneas de negocio no todos los meses se pueden poner en práctica, sin embargo los meses que se hizo algunas de las líneas de negocio siempre se terminó con un flujo de caja positivo. Para ver el cálculo ver (ANEXO 3)

Unidades económicas



Según los históricos de crecimiento de la compañía y del sector se espera alcanzar aumentos mensuales de entre un 5% y 15% dependiendo de la época, según la estrategia prevista al realizar una inversión en las líneas de negocio y aumentando los días de atención según el modelo, se tiene que para el primer año el aumento de las ganancias es de 34.98%

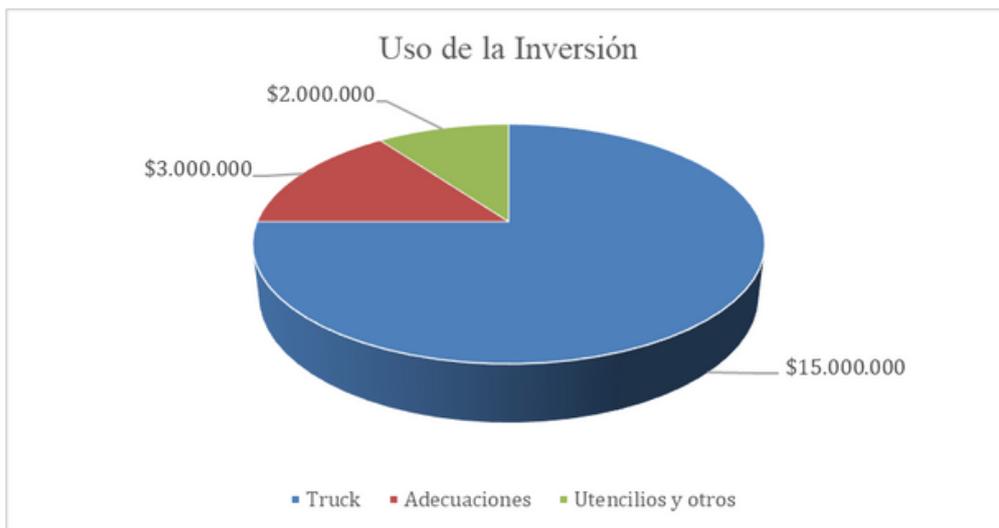


Financiación

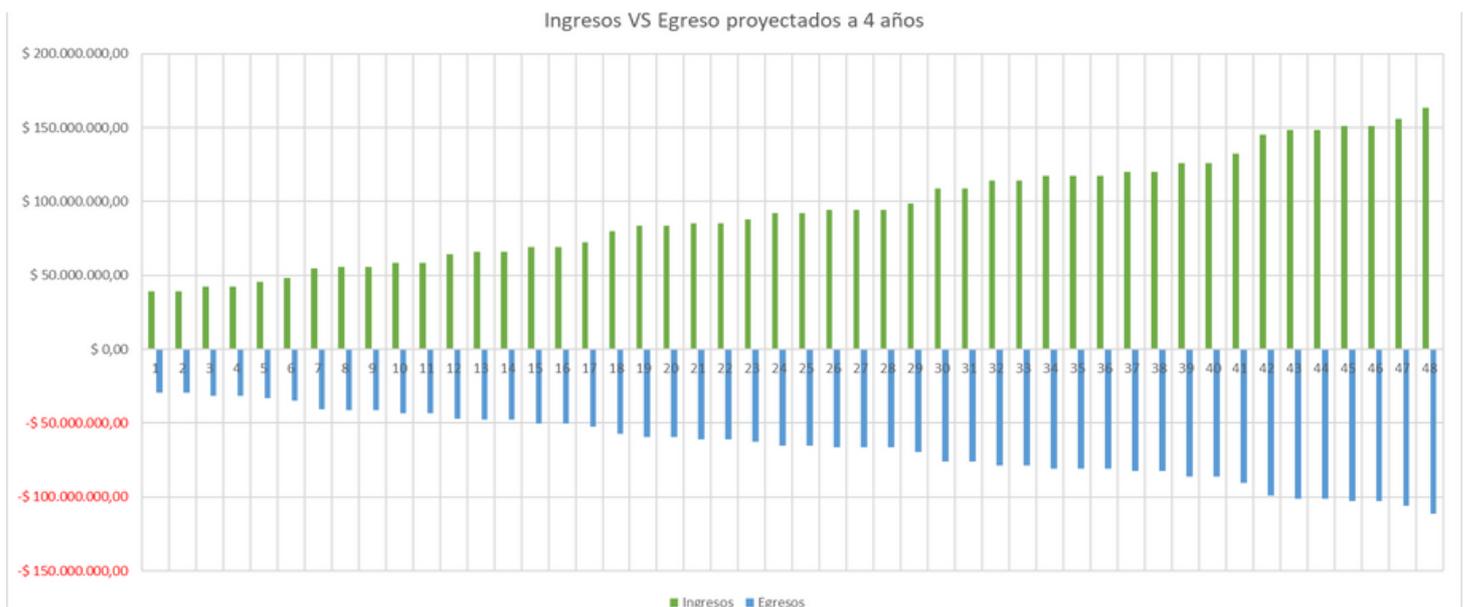
La forma en que se plantea financiar a birria es median un crédito de \$20.000.000 con un pago a dos años con una cuota de \$998.482 mensualmente.

Capital social	\$	6.000.000
Préstamo	\$	20.000.000
mensual		1,5%
Plazo		2
Cuota	\$	998.482

Para ver el calculo ver (ANEXO 3)



Anteriormente se explico lo que para un futuro se requiere para cada línea de negocio para obtener su crecimiento , con esto los \$20.000.000 del crédito se distribuirán de esta manera.



Se tiene proyectado hacer cambios en el formato de Birria y en sus líneas, para empezar se quiere incrementar la intensidad de los días, actualmente se realizan las actividades exclusivamente en los fines de semana y se quiere aumentar a la semana entera, con ello habrá un aumento en los ingresos, de igual manera se han fijado metas de crecimiento en ventas mes a mes, además de que se tiene previsto una inversión para la compra de insumos para las otras líneas. (ANEXO 3)

REFERENCIAS

- [1] “Influencias de otras culturas en la cocina mexicana – Scoolinary,” 2022. [Online]. Available: <https://blog.scoolinary.com/cocina-mexicana/>. [Accessed: 03-Jun-2023]
- [2] “Mapa de tendencias SDLI: 10 megatendencias para innovar en tu empresa hoy pensando en mañana.” [Online]. Available: <https://www.sociedaddelainnovacion.es/mapa-tendencias-sdli/>. [Accessed: 03-Jun-2023]
- [3] “10 RETOS Y TENDENCIAS GASTRONÓMICAS EN 2022 PARA EL SECTOR HORECA.” [Online]. Available: <https://www.winterhalter.com/cl-es/blog-winterhalter/10-retos-y-tendencias-gastronomicas-en-2022-para-el-sector-horeca/>. [Accessed: 03-Jun-2023]
- [4] M. J. Gamez, “Objetivos y metas de desarrollo sostenible.” [Online]. Available: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>. [Accessed: 03-Jun-2023]
- [5] “Sector gastronómico en Colombia se encuentra en ‘modo supervivencia.’” [Online]. Available: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/sector-gastronomico-en-colombia-se-encuentra-en-modo-supervivencia-577030>. [Accessed: 03-Jun-2023]
- [6] “Desempleo juvenil y de género.” [Online]. Available: <https://www.portafolio.co/opinion/hernando-jose-gomez/desempleo-juvenil-y-de-genero-hernando-jose-gomez-r-570408>. [Accessed: 03-Jun-2023]
- [7] A. M. de Bogotá, DECRETO 552 DE 2018. 2018 [Online]. Available: https://xperta.legis.co/visor/legcol/legcol_a61a780257b6404db81daf9b4350c629/coleccion-de-legislacion-colombiana/decreto-552-de-septiembre-26-de-2018
- [8] D. A. de la D. del E. Público, Resolución 232 de 2020. 2020 [Online]. Available: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=101525>
- [9] E. C. D. COLOMBIA, Ley 9 1979. 1979 [Online]. Available: <https://www.minsalud.gov.co/Normatividad+Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf>
- [10] M. D. S. Y. P. S. El, Resolución 2674 DEL 2013. 2013 [Online]. Available: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>
- [11] M. D. L. P. SOCIAL, RESOLUCIÓN NUMERO 005109 DE 2005. 2005 [Online]. Available: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>
- [12] DECRETO 2981 DE 2013. 2013 [Online]. Available: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1505864#:~:text=DECRETO%202981%20DE%202013&text=por%20el%20cual%20se%20reglamenta%20la%20prestaci%C3%B3n%20del%20servicio%20p%C3%BAblico%20de%20aseo.&text=CONSIDERANDO%3A,el%20servicio%20p%C3%BAblico%20de%20aseo>.

