SEMINARIO DE INVESTIGACION, INNOVACION Y EMPRENDIMIENTO

UNIDAD 4

ACTIVIDAD 2

MOMENTO COLABORATIVO

Ángela Nataly Rodríguez Castañeda

Docente

Alba Muñoz

Fundación Universitaria San Mateo

Ingeniería en

Seguridad y Salud para el Trabajo

Homologación

Bogotá

2019

Contenido

[INTRODUCCION 3](#_Toc7163772)

[PLANTEAMIENTO DEL PROBELMA 4](#_Toc7163773)

[OBJETIVOS 4](#_Toc7163774)

[OBJETIVO GENERAL 4](#_Toc7163775)

[OBJETIVOS ESPECIFICOS 4](#_Toc7163776)

[MARCO TEORICO 5](#_Toc7163777)

[DISEÑO METODOLOGICO 5](#_Toc7163778)

[LIMITACIONES Y ALCANCES 5](#_Toc7163779)

[CRONOGRAMA 6](#_Toc7163780)

# INTRODUCCION

En el municipio de Mundo Perdido carece de un Centro de Acopio para Alimentos no Perecederos que concentre la producción y facilite la distribución de los alimentos ya que por medio de los intermediarios es más dispendioso y de mayor valor en los productos.

Con el presente proyecto se busca determinar la viabilidad de implementar un Centro de Acopio para Alimentos no Perecederos en Mundo Perdido.

Para mejorar la calidad de vida de los habitantes y así generar una fuente de empleo

# PLANTEAMIENTO DEL PROBELMA

¿Mundo Perdido no cuenta con un sitio o centro de acopio de alimentos no perecederos?

# OBJETIVOS

## OBJETIVO GENERAL

Construir e implementar un centro de acopio para alimentos no perecederos.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Producir, almacenar y comercializar los productos para Mundo Perdido y otros municipios.

-Promover la comercialización de los productos no perecederos.

-Crear una opción de trabajo para la gente de Mundo Perdido.

-Apoyar e impulsar a los habitantes a distribuir sus productos.

# MARCO TEORICO

La importancia del proyecto del Acopio para Alimentos no Perecederos es para toda la población ya que se busca beneficiar a los vendedores y compradores de la región, igualmente se generará una fuente de empleo para los habitantes de la región mejorando su calidad de vida sin tener que trasladarse a otras regiones para poder conseguir los alimentos.

# DISEÑO METODOLOGICO

Se realizará un estudio de los alimentos que se cultivan en Mundo Perdido para potencializar el comercio para compradores y vendedores.

Teniendo en cuenta que la comercialización de estos productos se ofertará en distintos puntos geográficos se buscará que se vendan a un precio justo. Se iniciará la divulgación y socialización del proyecto entre los habitantes. Igualmente se buscaran los recursos de los proyectos de inversión a través de las entidades del estado como la alcaldía o el gobierno. El recurso humano se encargará de realizar los estudios de mercado técnico, legal y financiero, debidos a los procesos de implementación del primer centro de acopio para alimentos no perecederos en Mundo Perdido.

# LIMITACIONES Y ALCANCES

-Tiempo: El desarrollo del proyecto se iniciara en el segundo semestre del presente año 2019 hasta el segundo semestre de 2021.

-Espacio: Se llevara a cabo con los habitantes de Mundo Perdido que quieran vincularse al proyecto.

Alcance: El proyecto al ser innovador y único tendrá mayor influencia en todas las zonas del municipio de Mundo Perdido.

# CRONOGRAMA

.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDAD** | **JUL**  **2019** | **AGO**  **2019** | **SEP**  **2019** | **OCT**  **2019** | **NOV**  **2019** | **DIC**  **2019** | **ENE**  **2020** | **FEB**  **2020** | **MAR**  **2020** | **MAY**  **2020** | **JUN**  **2020** | **AGO**  **2020** | **SEP**  **2020** | **OCT**  **2020** | **NOV**  **2020** | **DIC**  **2020** | **ENE**  **2021** | **FEB**  **2021** | **MAR**  **2021** | **ABR**  **2021** | **MAY**  **2021** | **JUN**  **2021** | **JUL**  **2021** |
| Estudio del mercado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Investigación de mercados |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| El cliente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Los competidores |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Distribución |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plan de ventas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicidad |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Estudio técnico |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mano de obra |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ingeniería del proyecto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control calidad |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tratamiento de residuos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Conclusiones del estudio |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | |  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | |  | | |