

PROYECTO PRODUCTIVO DE ELABORACIÓN DE AVENA CASERA EN EL
MUNICIPIO DE PACHO EN EL 2016

AVENA VACA ANA

MARÍA HELENA ARANGO BUSTOS

MAICOL CARDENAS SALAMANCA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
MEDIA TÉCNICA
EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL
PACHO
2016

PROYECTO PRODUCTIVO DE ELABORACIÓN DE AVENA CASERA EN EL
MUNICIPIO DE PACHO EN EL 2016

AVENA VACA ANA

MARÍA HELENA ARANGO BUSTOS
MAICOL CARDENAS SALAMANCA

ASESOR:
ALEXANDRA MORALES BAUTISTA
LICENCIADA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
MEDIA TÉCNICA
EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL
PACHO
2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADOS

RECTOR

PACHO, OCTUBRE 25 DE 2016

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo agradecerle a Dios por habernos permitido terminar este proyecto con sabiduría y entusiasmo guiados siempre por la mano de él. A la Institución Educativa Pío XII por inculcarnos una mentalidad emprendedora, el sueño de obtener un título técnico en asistencia administrativa y la oportunidad de realizar lo que nos proponemos. A las licenciadas Elena Pinzón y Alexandra Morales por transmitírnos sus conocimientos e impulsarnos a superarnos y ser mejores cada día pues gracias a sus experiencias y conocimientos hoy logramos una meta más en nuestras vidas.

DEDICATORIA

A Dios por permitirnos la vida y las familias que tenemos por toda la perseverancia y esfuerzo con la que hemos realizado este proyecto ha sido gracias al apoyo y orientación de nuestros padres quienes han estado cerca de nosotros, por esta razón decidimos dedicar nuestro trabajo a ellos que nos ofrecieron toda su ayuda y conocimiento para ser posible lograr nuestros objetivos entre ellos este trabajo de grado y lo que este significa en nuestra vida escolar.

RESUMEN

El proyecto empresarial se basa en la búsqueda e implementación de nuevas técnicas para la correcta elaboración y distribución de avena casera. Considerando que este tipo de ideas al estar bien estructuradas logran una capacidad productiva, competitiva y control empresarial, lo que permite considerar este como una opción de empresa a nivel municipal.

A su vez generar conocimientos acerca de los factores que influyen en el consumo de bebidas naturales como la avena, la cual contiene múltiples beneficios favorables al ser humano.

De igual manera rescatar y aprovechar al máximo los nutrientes de la avena en general, como principal objetivo dar reconocimiento a los productos locales 100% naturales.

Es decir, el interés primordial debe ser la satisfacción de los clientes y ofrecer un producto de calidad, Innovador debido a que en la actualidad encontrar una bebida sin químicos y conservantes dañinos es muy poca, queriendo lograr que el consumo de avena natural se fortalezca, porque las técnicas de manufactura permiten optimizar la calidad del producto de tal manera que se hable de un producto

perecedero, pero con largos periodos de conservación que pueden ser de una semana bien refrigerada.

Esta opción de negocio es viable ya que su rentabilidad es del 50 % lo que quiere decir que es una idea empresarial viable y que con constancia genera buenos resultados.

ABSTRAC

The managerial project is based on the search and implementation of new skills for the correct making and distribution of home-made oats. Thinking that this type of ideas, on having been quite structured, achieves a productive, competitive capacity and managerial control, what he allows to consider to be this one like a company option at municipal level.

In turn to generate knowledge about the factors that influence the consumption of natural drinks like the oats, which contains multiple benefits favorable to the human being.

Of equal way to rescue and to make use to the maximum of the nutrients of the oats in general, how main target to give recognition to the local products 100 % natural.

Namely the essential interest must be the satisfacion of the clients and offer Innovative quality product, because at present to find a drink without chemists and harmful preservatives is very little, queriendo to achieve that the consumption of natural oats becomes stronger, because the manufacture skills allow to optimize the quality of the product in such a way that I spoke about a perishable product, but with long periods of conservation that can be one quite refreshed week.

This business option is viable since its profitability is of 50 % what means that it is a viable managerial idea and that with steadfastness it generates good results.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. RAZÓN SOCIAL.....	15
2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
3.OBJETIVOS	18
3.1 OBJETIVOS GENERAL.....	18
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
4. JUSTIFICACIÓN	20
5. MARCO TEÓRICO.....	21
5.1 MARCO HISTÓRICO.....	21
HISTORIA DE LA AVENA	21
5.2 MARCO REFERENCIAL.....	25
5.3 MARCO CONCEPTUAL	27
6. METODOLOGÍA.....	30
6.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	31
6.1.1 Objetivo.....	31
6.1.2 Ubicación Geográfica.....	32

6.1.3 Caracterización Del Consumidor	36
6.1.4 Caracterización Del Producto	37
6.1.5 Precio	38
6.1.6 Oferta Y Demanda	39
6.1.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	41
6.2 ESTUDIO TÉCNICO	43
6.2.1 Objetivo.....	43
6.2.2 Localización Optima Del Proyecto	43
6.2.3 Adquisición De Maquinarias	45
6.2.4 Descripción del proceso.....	46
6.2.5 Programa De Producción.....	46
6.2.6 Filosofía Institucional	47
6.2.6.3 Principios Institucionales.....	48
6.2.6.4 Valores Institucionales	48
6.2.7 Distribución de la planta.....	49
6.2.9 Manual De Funciones	50
6.3 ESTUDIO ECONÓMICO.....	54
6.3.1 Objetivo.....	54
6.3.2 Inversión Fija	54
6.3.3Capital De Trabajo:	55

6.3.4 Costos De Produccion	55
6.3.5 Gastos	58
6.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	59
6.3.7 Costo Unitario Del Producto	59
6.3.8 Estado De Resultados	60
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	60
7. CRONOGRAMA DE GANTT	62
8. CONCLUSIONES.....	63
9. RECOMENDACIONES	64
10. BIBLIOGRAFÍA	65
11. ANEXOS	66
11.1 ACTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA.....	67
11.2 ESTATUTOS EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO	71
11.2 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	75
11.3 DOFA	93
11. 4 Evidencias	94

INTRODUCCIÓN

En el estudio de esta propuesta se busca averiguar la importancia de mantener una idea empresarial, relacionando el estudio de aceptación y el estudio contable, por medio del reconocimiento y aprobación que se tiene del producto por parte de los consumidores; además, se analizaron las principales y más importantes fuentes de mercadeo que permitieron determinar la necesidad de utilizar ingredientes naturales lo cual daría como resultado un producto con un sabor y presentación única.

Los datos analizados del contexto social y geográfico donde nos encontramos presentan datos de apoyo social a ideas empresariales innovadoras, locales y que aproveche los productos de la región. describiendo estrategias para el reconocimiento del producto y la estabilidad de este.

1. RAZÓN SOCIAL

1. PROYECTO PRODUCTIVO DE ELABORACIÓN DE AVENA CASERA EN EL MUNICIPIO DE PACHO EN EL 2016

AVENA VACA ANA



“MÁS AVENA, MÁS VIDA”

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como estudiantes de la Institución Educativa Departamental Pio XII de Pacho en la especialización en administración Y gestión empresarial, se nos pide trabajar en una idea empresarial. Llevando la información que se tiene, acerca de la creación de una empresa y haciendo un análisis del mercado local y de los productos que no se venden en el municipio, se decidió elaborar y vender avena casera, puesto que esta bebida es de fácil aceptación por parte del público, es deliciosa, fácil de hacer y muy económica ofreciendo al público en general la idea, también con una rápida y eficiente atención al cliente con gran demanda del producto.

Elaborar un proyecto empresarial es importante porque enseña los riesgos que se pueden tener cuando se invierten recursos que en todo caso son escasos, al ofrecer un producto con grandes beneficios la venta puede ser fácil aunque debido a la gran competencia que se tiene puede complicar las cosas, sin embargo a pesar de todas las cuestiones que alteran la estabilidad de las ventas y de la empresa podemos observar que es un producto con gran acogida del cual se pueden observar ingresos estables y favorables para la mejora constante de la empresa.

En algunas situaciones empresariales es necesario respaldar y contribuir diariamente al mejoramiento de problemas que alteren las diferentes situaciones de la idea empresarial, confirmando que es algo viable y de mejoras permanentes.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVOS GENERAL

Plantear una propuesta de producción y distribución en la cual se demuestre la calidad, presentación y correcta atención al cliente, mediante la interacción con quien adquieren el producto y estrategias convenientes para la estabilidad de la idea empresarial buscando un funcionamiento estable y fructífero.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar un estudio de aceptación que les permitió analizar la demanda y la oferta, con la que se estableció un estudio de técnico y uno financiero permitiendo comprobar la viabilidad de la idea.
- Lograr la estandarización del producto, de forma que se pueda considerar un producto con altos estándares de calidad.

- Obtener experiencia acerca de la comercialización de un producto y con esta llegar a determinar las ganancias tanto económicas como intelectuales.

4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfoca en estudiar el funcionamiento de una microempresa con experiencia comercial, laboral y comercial, con respecto al requisito de la Institución Educativa Departamental Pio XII para ser merecedores del título de Técnicos en Asistencia Administrativa y Gestión Empresarial.

Así este trabajo permitirá mostrar los conocimientos adquiridos en manejo de alimentos, control de calidad, manejo de finanzas y atención al cliente, como muestra de lograr ser una idea empresarial reconocida y estable, preferida por los consumidores y caracterizada por la calidad que este producto ofrece.

Además de brindar todos los conocimientos y una bebida natural ofrecemos una mirada innovadora con presentación y anhelo de tener un crecimiento económico, ayudar a la concientización de la población debido a la importancia del apoyo a ideas micro empresariales locales.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 MARCO HISTÓRICO

HISTORIA DE LA AVENA

La avena es una planta de la familia de las gramíneas, al igual que el resto de cereales comestibles; una de las familias más importantes para la alimentación humana y cuyos frutos son granos secos y ricos en almidón, un hidrato de carbono complejo, fuente de energía para nuestro cuerpo. La avena es uno de los cereales más completos, rico en proteínas vegetales, grasas insaturadas y vitaminas del grupo B.

En el proceso de transformación de los copos no se elimina nada, sólo se les pasan cilindros para que queden aplastados. Se consume tanto el cereal completo (copos de avena) como el salvado (fibra soluble) y también se emplean la paja y las semillas con fines terapéuticos.

La avena es un cereal conocido desde la antigüedad. Después del descubrimiento del fuego, comenzó la agricultura y ella significó el asentamiento del hombre.

Los primeros cultivos fueron: trigo, cebada, avena, col, higos, habas, lentejas, mijo y vid. Se cree que la avena tiene su origen en Europa occidental y puede que su aparición se encuentre entre las malas hierbas de la cebada y que por ello se extendió en conjunción con ésta.

Los griegos comenzaron a llamarla “aveo” que significa “deseo”. Se sabe que pociones a base de avena verde eran recomendadas para aligerar las afectaciones del sistema nervioso central. La avena es un cereal conocido desde la antigüedad. La avena fue la base de la alimentación de pueblos reconocidos por su vigorosidad como los hunos, el pueblo de Atila, los irlandeses y los escoceses, célebres por su fuerza física. La medicina de los antiguos chinos conocía y utilizaba ya el efecto estimulante de la avena.

Más reciente en la obra de Kneipp, famoso investigador y curandero “natural”, proclamaba la avena la mejor sustancia alimenticia que la naturaleza nos haya dado.

ORIGEN

Las avenas cultivadas tienen su origen en Asia Central, la historia de su cultivo es más bien desconocida, aunque parece confirmarse que este cereal no llegó a tener

importancia en épocas tan tempranas como el trigo o la cebada, ya que antes de ser cultivada la avena fue una mala hierba de estos cereales.

Los primeros restos arqueológicos se hallaron en Egipto, y se supone que eran semillas de malas hierbas, ya que no existen evidencias de que la avena fuese cultivada por los antiguos egipcios. Los restos más antiguos encontrados de cultivos de avena se localizan en Europa Central, y están datadas de la Edad del Bronce.

En la producción mundial de cereales la avena ocupa el quinto lugar, siendo el cereal de invierno de mayor importancia en los climas fríos del hemisferio norte. La historia El cultivo de la avena fue traído al nuevo continente por los cuáqueros, una comunidad irlandesa que se instaló el siglo pasado en los Estados Unidos, y cuya base alimenticia era este nutritivo cereal. Este producto llegó a nuestro país en 1953 cuando se abrió en Cali la firma encargada de comercializar los productos de avena Colombia S.A.

Primero se comenzó a comercializar la avena en hojuelas en tarros metálicos, posteriormente se lanzó al mercado la avena molida, que tenía más facilidades para su rápida preparación, y después salió al público la avena extrafina, que consiste en hojuelas extra delgadas.

Del tarro metálico se pasó a las cajas de cartón y más recientemente a los empaques de plástico. El producto ha continuado extendiéndose en diferentes presentaciones, bajo la premisa de que la avena es uno de los cereales que presta mayores beneficios a la salud y de que éste es fuente de bienestar y vitalidad.

Cuestión de salud Y es que no en vano la avena es conocida como el rey de los cereales, es el que tiene mayor contenido de proteínas (13 por ciento) y de grasas (7,4 por ciento), así mismo contiene minerales y un buen componente de fibra.

Sin embargo, su mayor valor nutricional está en que es una fuente importante de carbohidratos y tiene dos clases de fibra: soluble e insoluble.

La primera permite absorber las grasas y es benéfica para quienes tienen problemas de colesterol y sobrepeso; y la segunda contribuye a limpiar el intestino y previene los problemas digestivos.

Así mismo, los carbohidratos complejos que posee la avena permiten que ésta proporcione una gran cantidad de energía al cuerpo al tiempo que genera sensación de bienestar y saciedad.

De ahí que nutricionistas sostengan que la avena no engorda sino por el contrario ayuda a mantener el control del peso, por que produce sensación de llenura por un tiempo prolongado después de su consumo.

Más productos Los productos a base de avena han continuado evolucionando con diferentes texturas y presentaciones.

Este cereal se utiliza principalmente para la alimentación humana como cereal nutritivo y en menor cantidad para alimentación de ganado, aunque no es muy utilizada por estos, a pesar de sus propiedades energizantes.

La avena es muy recomendada para aquellas personas que necesitan aumentar su capacidad energética, como los estudiantes, personas abatidas o con constante sensación de sueño o estrés permanente.

Esto la convierte en un alimento muy apropiado para tomar en el desayuno, donde se consume principalmente de forma tradicional.

5.2 MARCO REFERENCIAL

Teniendo en cuenta que la avena es un producto que hasta el momento no ha sido comercializado totalmente en el entorno en el cual se encuentra actualmente la microempresa, buscamos ampliar la venta de avena debido a que aquí no ha sido fácil la aceptación del producto.

La avena al tener tantos beneficios útiles para las personas que puedan llegar a consumirla lo más factible es que al lograr el reconocimiento de este producto como el más viable, logremos mejorar y aumentar las ventas adquiriendo como beneficio

final una estabilidad económica que ayude a la microempresa a surgir y que los clientes mantengan la opinión de que el producto que ofrecemos es de excelente calidad buscando siempre lo mejor y más beneficioso para ellos.

Al tener una idea tan compleja de producción y comercialización de la avena las probabilidades de no tener la aceptación esperada es el mayor problema o inconveniente para esta, debido a que es un producto perecedero con varios riesgos que se tienen alrededor que podrían desestabilizar de una forma radical a la empresa. Los escasos recursos naturales necesarios para la elaboración es prácticamente el mayor conflicto que se presenta a menudo debido a esto recurrimos a buscar diferentes estrategias esperando lograr correctamente que la empresa no recaiga en problemas drásticos.

Los ingredientes utilizados en la elaboración del producto de la idea empresarial son elementos que podemos encontrar en la zona donde nos encontramos ayudando tanto la economía municipal como brindando una transformación del producto totalmente natural pero aun así usando ingredientes ya industrializados los implementos necesarios (Leche, Avena, Azúcar, Almidón de Yuca, Canela, Clavo).

La idea ha transcurrido de manera plana y a la vez transcendental esto se refiere a que ha avanzado de unos inicios complejos, en un comienzo este proyecto fue algo

difícil de generar por diferentes cuestiones que rodean y fracturan los inicios de una idea empresarial con el tiempo y conocimientos adquiridos esta idea ha logrado avances satisfactorios en los diferentes ámbitos que implican generar una microempresa.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

*NUTRIENTES: Proteínas, vitaminas, hidratos de carbono y nutrientes es mucho más rico que otros cereales comunes.

*BENEFICIOS: Se trata de un diurético natural, ya que ayuda a reducir la acumulación de líquido en el cuerpo, mientras que ayuda a reducir los kilos de más, gracias a que su citada fibra actúa como regulador metabólico.

Consumir avena de manera habitual es una recomendación algo más que saludable durante el embarazo, ya que ayuda al desarrollo del feto, mientras que durante la lactancia, favorece la producción de leche materna a la vez que aporta vitaminas y minerales.

Protege al organismo contra la arteriosclerosis, el infarto y la hipertensión, ya que su ácido linoleico y la fibra hace que el colesterol no pase al intestino. Además, según recientes estudios la avena podría ayudar no sólo a aumentar la libido, sino la propia fertilidad en sí.

VALORES NUTRICIONALES: Cuenta con importantes vitaminas y minerales, entre los que destacan: vitamina B1, B2 y vitamina E, También posee minerales: magnesio, zinc, calcio y hierro. Contiene gran cantidad de carbohidratos, fibra y aminoácidos (en concreto, seis de los ocho aminoácidos esenciales).

Es un cereal recomendado en la diabetes, ya que, al mantener más energía, la glucosa de la sangre no aumenta tan bruscamente, ayudando a estabilizar los niveles de azúcar en sangre.

5.4 MARCO LEGAL

Un marco legal es todo lo que comprende las acciones o disposiciones legales de alguna situación o caso, que regulan las operaciones de una organización, con los cuales se determinan los reglamentos que rigen la empresa, esto indica que la empresa se acoge a la reglamentación establecida por el gobierno y que por esta razón es posible obtener una defensa en caso de que se violen sus derechos, ya sean laborales, profesionales o de carácter de consumo.

En cuanto a la legalización de la empresa se consultó la página web de la cámara de comercio <http://www.ccb.org.co/>.

En cuanto a los beneficios que representa el crear empresa se consultó la ley 1014 de 2006 la cual nos habla sobre las garantías que ofrece el gobierno nacional a los jóvenes emprendedores que desarrollen proyectos productivos, especialmente el

artículo 4 “promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema educativo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación...” Otro beneficio es la ley 590 de microempresarios artículo 1 “Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos...”

Ley 3075 BPM MATERIAS PRIMAS E INSUMOS- Las condiciones de recepción de la materia prima deben evitar contaminación y alteración o daños físicos. Registro y control de proveedores- Requieren inspección previo a su uso, clasificación y análisis de laboratorio cuando se requiera- Limpieza con agua potable o medio adecuado de descontaminación- Materia prima congelada. Debe descongelarse a velocidad controlada y no podrán ser re congeladas.- Materia prima y producto terminado deben ocupar espacios diferentes

Obligaciones del empleador: Cada vez que se vincule un trabajador al empleador, le corresponde afiliar al trabajador al sistema de seguridad social en:

- Pensiones (Fondo de pensiones)
- Salud (E.P.S)
- Riesgos preferenciales (A.R.P)
- Firma de Contrato
- Abrir una carpeta con la hoja de vida del trabajador

6. METODOLOGÍA

El tipo de estudio que se lleva a cabo de carácter empresarial y comercial. Los proyectos basados en experiencias comerciales y de mercadeo con una idea empresarial escogida busca demostrar los métodos y técnicas usadas a lo largo del mantenimiento empresarial, respaldados por los conocimientos y aportes de la licenciada Alexandra Morales y de la docente encargada de las materias comerciales Elena Pinzón, verificando y manejando las técnicas de administración correcta.

La formación de una empresa consiste en tener claro el control y capacidad de esta, la idea surgió como resultado de una investigación acerca de la preferencia de bebidas naturales y que adquirir una idea empresarial donde se comercializara avena casera sería algo estructurado y con capacidad de competencia.

Tratando de implementar mejoras a la manera de elaboración y un sitio apto, exclusivo y con las medidas de higiene necesarias para un mayor surgimiento a largo plazo.

6.1 ESTUDIO DE MERCADO

Para desarrollar la idea empresarial con firmeza nos encontramos en un sector en el cual puede ser de fácil desenvolvimiento y de ventas estables. Con respecto a la competencia al ser una bebida de fácil elaboración y comercialización, existen variedad de comerciantes y de establecimientos, pensando en la idea empresarial establecer nuevas ideas y variedad de estrategias para que lleguen a preferir la Avena Vaca Ana y no las demás.

El producto es de fácil adquisición por su valor y buena referencia, de igual manera por su distribución directa Fabricante – Consumidor. De igual manera al haber realizado la encuesta para determinar la aceptación del producto, las ventajas y desventajas, logrando conocimientos acerca de la oferta y la demanda que tendría esta idea empresarial.

Las estrategias de mercadeo han sido una base fundamental para el equilibrio de la microempresa, apoyándose en proyección y organización en los diferentes aspectos para lograr una microempresa consistente.

6.1.1 Objetivo

Determinar los hábitos de consumo de Avena Vaca Ana con el fin de establecer la viabilidad y aceptación del producto en el mercado local.

6.1.2 Ubicación Geográfica

HISTORIA DE PACHO

En lengua Chibcha significa Padre Bueno, según Acosta Ortigón, palabra formada de pa, apócope de paba, padre y cho, bueno. Los primitivos pobladores de Pacho fueron los Chibchas, cuyos Azaques tenían el encargo de vigilar la frontera con las colonias. El pueblo aborigen estaba en el sitio hoy llamado Boca de Monte, de donde se trasladó por causa de un incendio.

El nuevo pueblo indio fue fundado por auto del oidor Lorencio de Terrones de 25 de agosto de 1604 en el sitio de cazata. Traslado por el oidor Gabriel de Carvajal por auto de 19 de octubre de 1638. En 1710 se trasladó al sitio de San Antonio hacia la margen izquierda de río Rute, pero el caserío se incendió y la colonia se trasladó más arriba hacia el punto hoy llamado Barrio Nariño.

Don Manuel Núñez de Balboa, corregidor del partido de los Panches y creador del servicio de correos de la provincia de la Palma, el 1o. de diciembre de 1808 propuso establecer un estatuto para llevar el correo de Pacho a Zipaquirá, lo que fue aprobado. Se dice que el libertador Simón Bolívar estuvo en Pacho y se hospedó en la hacienda "San Miguel" y que en un libro de la casa cural dejó un escrito.

El 12 de julio de 1840 otro incendio arrasó varias casas pajizas del poblado, a raíz de lo cual se prohibió lo sucesivo este tipo de vivienda. En Pacho murió el 4 de diciembre de 1900 el presidente Don Aquileo Parra, en una casa cercana a la

Ferrería. La casa municipal fue terminada en 1906, fue iniciada por el alcalde Adonías Gómez en 1892 sobre planos de Don Nicolás Barragán.

El 8 de marzo de 1889 se inauguró el primer hospital, fundado por Acuerdo del concejo No. 20 de 31 de mayo de 1881, fundado por Isaías Luján, Luciano Barragán y Florentino Molano. El 8 de octubre de 1901 el General Max Carriazo se tomó la plaza de Pacho. El 11 de julio de 1975 se inauguró la piscina olímpica. En mayo de 1972 se hundió una extensa área de la población a ambos lados del río por causa de las crecientes su cauce se ha ido profundizando.

DESCRIPCION GEOGRÁFICA

Es un municipio de Cundinamarca (Colombia), capital de la Provincia de Rio Negro localizado al nor-occidente del departamento de Cundinamarca. Municipio de gran turismo y emprendedor en busca de lo mejor. Actualmente el municipio de Pacho cuenta con un gran clima y alta tasa de turismo favoreciendo la venta de la avena ya que se puede adquirir fría por mejor agrado del cliente y sabor estupendo.

Geográficamente Pacho esta un ubicado en la cuenca del Rio Negro, 88 Km de Santa Fe de Bogotá, pasando por el histórico puente del común, Chía, Cajicá y la capital salina de Colombia, Zipaquirá.

En la actualidad el municipio de Pacho se está posicionando como un municipio de gran turismo por sus atractivos naturales y su agradable clima lo que favorece las ventas.

Teniendo en cuenta la geografía Pachuna, este servicio está en capacidad de desarrollarse adecuadamente con una gran competitividad de calidad y desarrollo pues garantiza una completa distribución y elaboración.

Conformé a este proyecto se tiene como meta el desarrollo económico de la empresa y de quienes laboran en ella, buscando como principal objetivo el servicio al cliente generando emprendimiento en el municipio.

En definitiva, lo que se busca es fortalecer la publicidad de la empresa con el fin de lograr una mejor posición de ventas en Pacho con preferencia a la Avena Vaca Ana al alcance de todos.

LÍMITES DEL MUNICIPIO

Al norte limita con los municipios de San Cayetano, Villagómez y Topaipi; Al sur con los municipios de Supata y Subachoque; Al occidente con los municipios de Vergara y el Peñón; Y al oriente con los municipios de Zipaquirá, Tausa y Cogua.

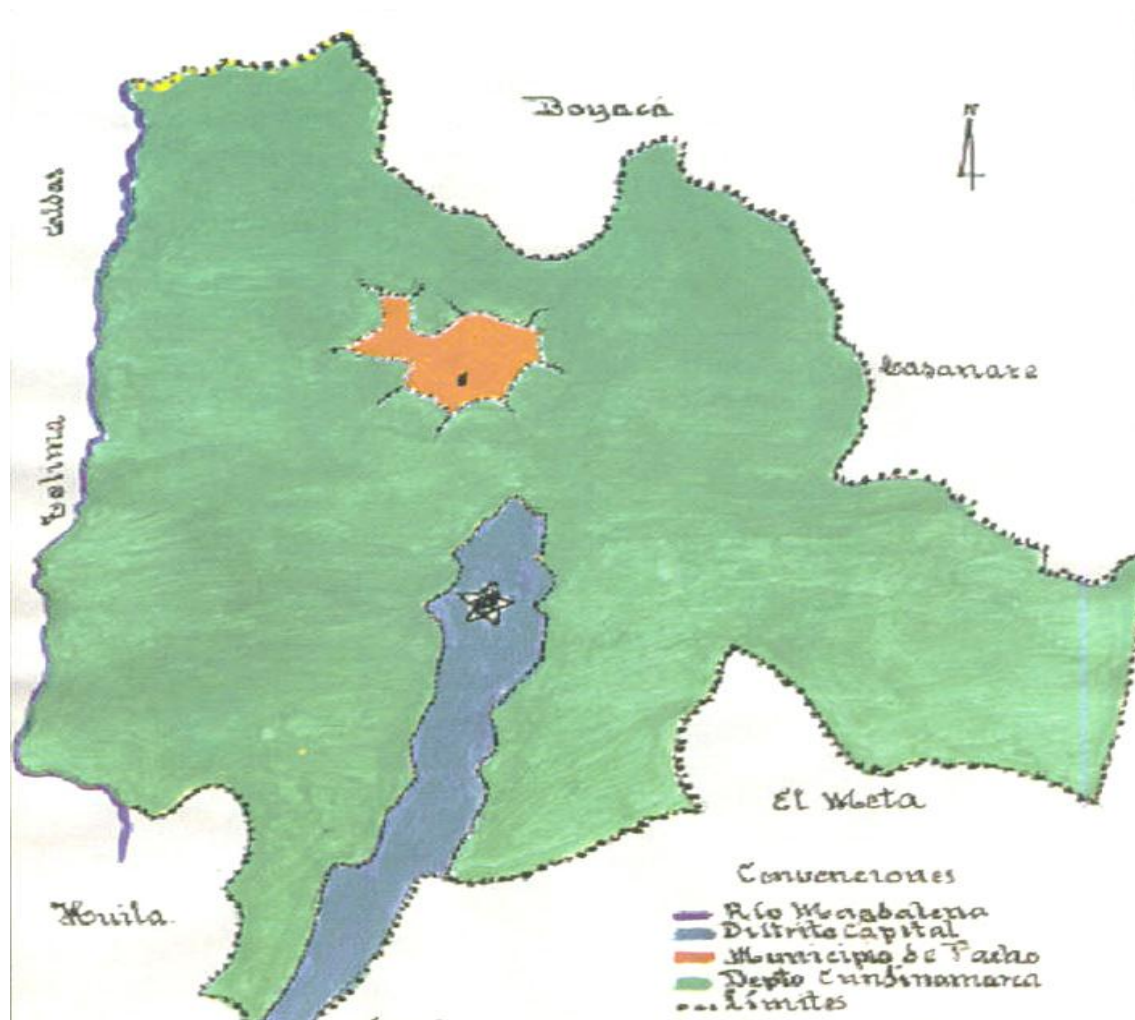
EXTENSIÓN TOTAL: Posee un área aproximada de 4'034.025 Km²-

ALTITUD DE LA CABECERA MUNICIPAL (metros sobre el nivel del mar)

Una altitud media de 2.136 metros un rango latitudinal entre los 1.000 y los 3.700 metros. TEMPERATURA: 19° C

DISTANCIA DE REFERENCIA: 88 Km, de la capital colombiana Bogotá D.C

UBICACIÓN DE PACHO EN CUNDINAMARCA



6.1.3 Caracterización Del Consumidor

Consideramos que los clientes pueden llegar a ser muy variados pues atendemos infinidad de personas de diferentes edades y que nos solicitan sabores nuevos. Esto explicara las características de las personas que adquieren el servicio, puesto que tomaremos en cuenta esta información comprendiendo los requerimientos y expectativas de los usuarios.

¿QUIÉN NECESITA EL SERVICIO?

El servicio que se ofrece es de elaborar, producir y comercializar avena natural y casera para las personas que necesitan un producto con ingredientes nutritivos que aporten una bebida saludable a su diario a vivir.

¿CUÁLES DE ELLOS PODRÍAN ADQUIRIRLO O COMPRARLO?

El servicio que se está prestando puede ser adquirido por cualquier persona no restringe a nadie su consumo solo si la persona es consciente de que es susceptible a los lácteos o aquellos que padecen de azúcar alta, esto significa que ha sido creado pensando en todas las personas sin importar edades, nivel de ingresos etc.

¿CÓMO Y PORQUE LO ADQUIEREN?

El usuario adquiere el producto de diversas formas ya sea por medio de la publicidad u otros medios que lo dan a conocer, los clientes que lo adquieren primero que todo lo compran por su calidad y economía que ofrece la empresa.

6.1.4 Caracterización Del Producto

El producto se caracteriza por tener un color agradable a la vista de las personas teniendo en cuenta su tonalidad sutil que genera exquisitez, se debe tener en cuenta que para una mayor duración del producto es conveniente tenerlo bajo una excelente refrigeración lo cual le dará un mayor lapso de duración cercano a los 7 días conservando su sabor y beneficios.

Se puede tener en cuenta que el producto respecto a su tamaño lo pueden adquirir en una presentación de 7 onzas, con respecto a su textura suave con un toque de espesor.

Como acompañante de comida para esta bebida natural encontramos pasabocas como lo son: Mantecada, Almojábana, Empanada entre lo más destacado y que es de preferencia para quienes adquieren esto.

Esta bebida se puede consumir en horas como la mañana preferiblemente en el desayuno o como nueves y onces.

Como sustituyentes del producto podemos encontrar bebidas como: Café, Yogurt, Chocolate y otras bebidas industrializadas que podemos encontrar fácilmente en establecimientos de comercio.

Lo más importante del producto es que es una bebida totalmente natural el cual es rico en nutrientes además de su excelente textura y magnifico sabor, lo que a su vez lo llevan a ser capaz de competir con otras entidades que ofrecen el mismo producto tanto por su calidad, precio y servicio brindado por quienes lo distribuyen.

La avena de la Idea Empresarial Avena Vaca Ana es una bebida deliciosa con un sabor fantástico y una presentación increíble y pulcra con una textura delicada que la hace resaltar ante cualquier otra bebida generando preferencia y deleite para quien la adquiere.

6.1.5 Precio

Precio es una variable que sintetiza el valor de un producto basándose en la política de precios en la estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto en unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos a dicho producto. El precio fijado para el producto ofrecido fue un valor final de acuerdo a un estudio financiero realizado contando los costos de producción y ganancias en el cual el precio estuviera de acuerdo a la inversión realizada, obteniendo lo invertido y un margen de ganancias transparente.

La idea empresarial propuso ese valor al producto basándose en estar en igualdad con la competencia de igual manera también que fuera económico y por último que fuera el precio indicado para la inversión.

6.1.6 Oferta Y Demanda

La idea empresarial Avena Vaca Ana inicio con una producción de 50 avenas en ocasiones debido a las fechas especiales o eventos importantes se elaboran más de 100 avenas. La empresa de avena en conjunto con todas sus producciones, a lo largo del tiempo llego a elaborar un total de 1150 avenas.

La competencia actual a nivel municipal respecto a los comercializadores de avena casera en la misma zona geográfica son microempresas ya establecidas dedicadas a la producción y comercialización de esta bebida ya contando con una historia estable y reconocida. Los sitios donde se encontró que comercializan esta bebida en el municipio de Pacho más estables y como competencia directa son:

OFERTA

EMPRESA	UNIDADES POR AÑO	VALOR
EL TORITO	11.520	11`520.000
PAN ROMA	3.840	5`760.000
CAFETERIA LA PALMITA	3.150	3`150.000
	18.510	

Tabla N°1. Oferta

La bebida natural que se ofrece como microempresa ha tenido gran demanda debido que cuenta con una receta única donde se brinda un sabor, presentación y atención adecuada, dando a conocer este producto mediante la publicidad participando con diferentes maneras de mostrar lo que se ofrece una publicidad seria y acorde a los servicios prestados también excelentes comentarios por quienes ya han adquirido este excelente producto. Los pensamientos a largo plazo debido a las ventas y el precio son planes continuos donde al seguir con las constancia y valores apreciables de la empresa se puede pensar en una idea sujeta a objetivos claros y viables.

DEMANDA

AÑOS	UNIDADES	VALOR	VENTA
2016	2.400	1000	2`400.000
2017	2.673	1053	2`814.669
2018	2.977	1108	3`298.516
2019	3.316	1166	3`866.456
2020	3.700	1225	4`532.500

Tabla N°2. Demanda

6.1.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Distribución Directa:

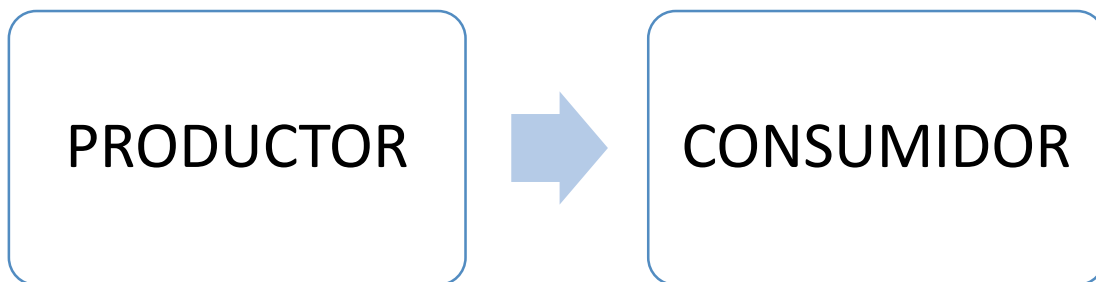


Fig. N°1. Canal de distribución

Canal de la Demanda:

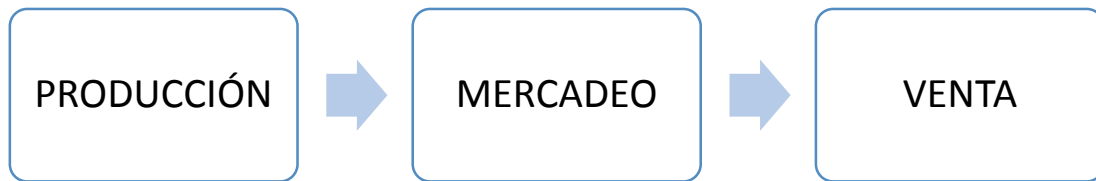


Fig. N°2. Canal de demanda

La producción y comercialización del producto es realizado por los miembros dirigentes de la idea empresarial buscando transparencia y viabilidad de la empresa conformada, contando con sus conocimientos tanto contables como empresariales buscando estrategias claves para el avance y reconocimiento de la empresa.

6.2 ESTUDIO TÉCNICO

Estudio de vital importancia en cualquier investigación ilustrando así todos los factores influyentes para el avance de un proyecto contando con los implementos adecuados y demás cosas necesarias para una buena capacidad productiva y un entorno de la empresa adecuado.

6.2.1 Objetivo

Proyectar y diseñar un plan técnico que analice los aspectos técnicos y operativos en la consolidación de la idea empresarial Avena Vaca Ana.

6.2.2 Localización Óptima Del Proyecto

La ubicación indicada en el Municipio de Pacho para fijar la idea empresarial corresponde a un sitio donde la ubicación nos permita estar en una zona concurrida y con constantes número de personas ofreciéndonos excelentes entradas económicas y un espacio adecuado para realizar una mayor producción; Así poder expandir y estandarizar nuestro producto adquiriendo una idea empresarial sólida y moldeable teniendo como opción ingresar a un mercado mayor que nos brinde muchas más opciones.

- La dirección del sitio indicado en Pacho – Cundinamarca es Carrera 6ª con Calle 9ª, la cual cuenta con una excelente ubicación de gran ventaja debido a que allí están las calles principales de acceso y salida del municipio, varias

entidades prestadoras de servicios que genera la frecuente visita de personas, además de ser un sitio que presta alternativas útiles para expandir y manejar de manera concreta la idea empresarial.

- Valor del sitio adecuado:

VALOR DEL SITIO OPTIMO	
ARRIENDO	\$ 600.000

Tabla N°3. Valor del sitio optimo

Sitio ideal para la preparación y comercialización de avena casera en un sitio del municipio que brinde ventajas a la empresa y una mayor capacidad de producción.

SITIO ADECUADO: **ESTA NO ES LA IMAGEN ES UNA FOTO DEL SITIO REAL**

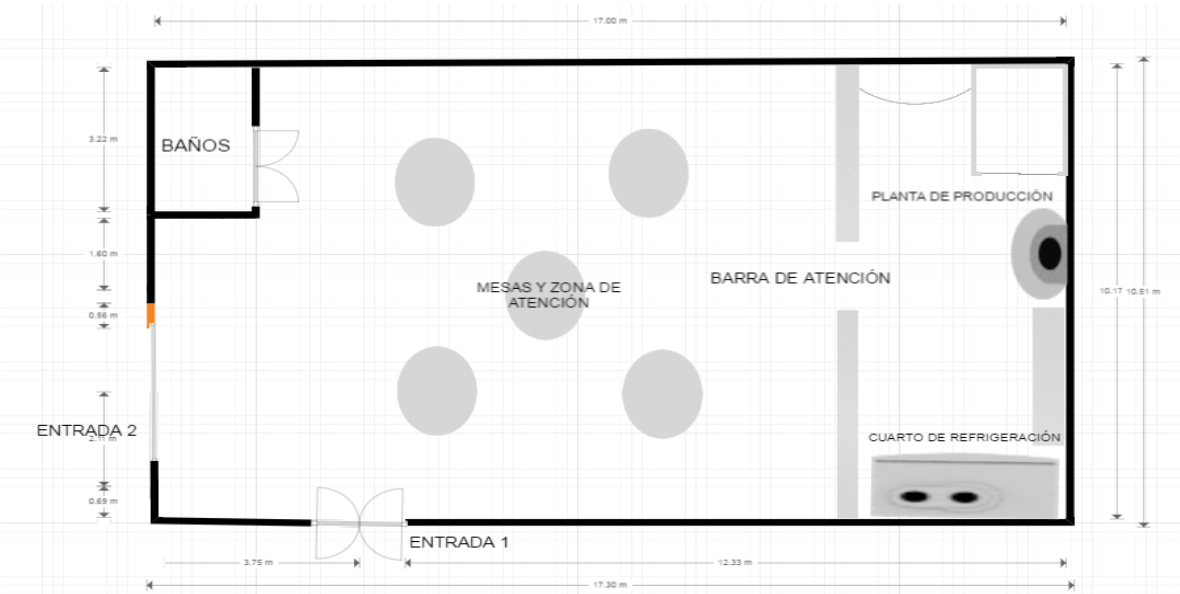


Fig. N°3. Sitio adecuado

6.2.3 Adquisición De Maquinarias

ADQUISICIÓN DE MAQUINARIAS	
ESTUFA DE GAS 3 PUESTOS	\$ 500.000
LICUADORA INDUSTRIAL	\$ 750.000
NEVERA CUARTO FRIO	\$1'600.000
MESAS, SILLAS	\$1'250.000
BARRA	\$ 800.000
JUEGO DE VASOS	\$312.500
DISPENSADOR DE BEBIDAS 1 TANQUE.	\$2'900.000
2 OLLAS 57 LITROS	\$2'136.000
1 OLLA SENCILLA	\$250.000
BATIDORA 20 LITROS INDUSTRIAL	\$2'100.000
INVERSION INICIAL PRODUCCION 2 MESES	\$3'000.000
TOTAL:	15'598.500

Tabla N°4. Adquisición de maquinarias

6.2.4 Descripción del proceso

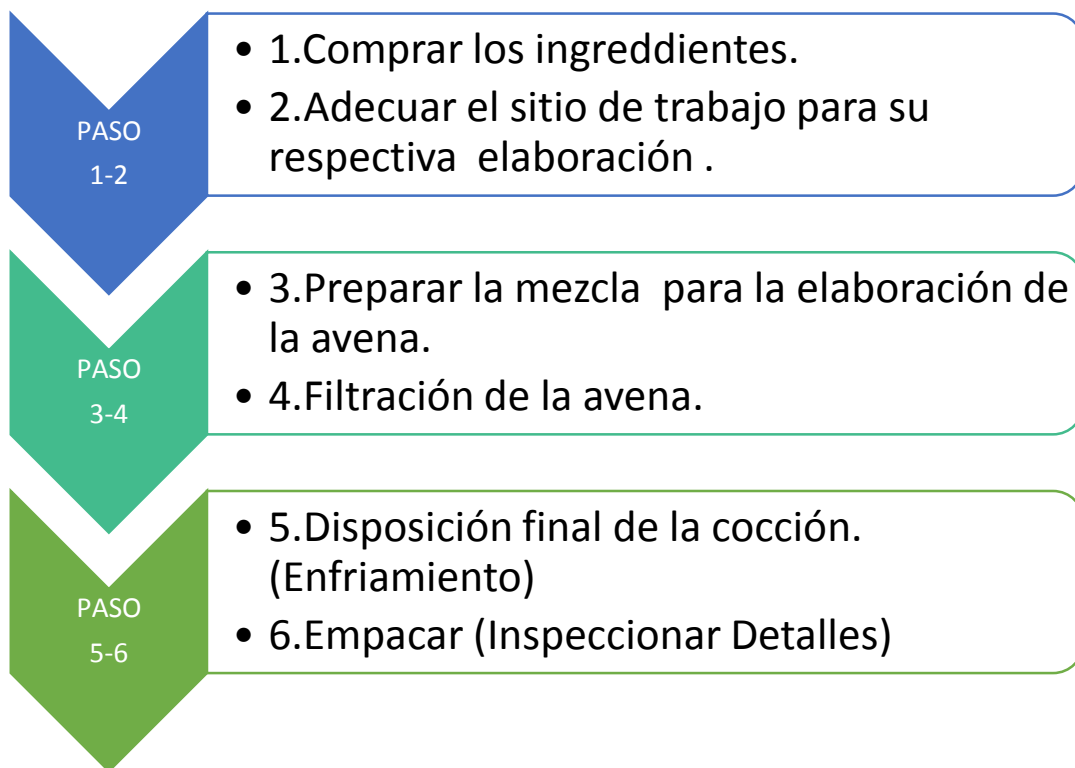


Fig. N°4. Descripción de proceso

6.2.5 Programa De Producción

FECHA	PRODUCCION	GASTOS	GANACIA
MARZO	50	17.500	35.000
ABRIL	100	45.000	55.000
MAYO	50	17.500	35.000
JUNIO	100	45.000	55.000
JULIO	50	17.500	35.000
AGOSTO	150	63.900	86.100

Tabla N°5. Programa de producción

6.2.6 Filosofía Institucional

Detrás de una gran idea empresarial con capacidad productiva y control estratégico existe un distintivo empresarial dando reconocimiento y preferencia a la entidad. Sumergiendo los conocimientos y aportes como caracterizador, demostrando los valores, misión, visión y sueños que posee esta entidad mostrando la esencia de este proyecto empresarial, creyendo que lo más importante de la empresa Avena Vaca Ana es la entrega y dedicación con la que se elabora este producto para que quienes lo adquieran sientan que se toman un poco de la esencia de esta idea empresarial y ayudan a forjar los sueños que se tienen planteados como entidad.

6.2.6.1 MISIÓN

Ser una idea empresarial reconocida por sus principios y valores donde se evidencie estabilidad y que a su vez sea preferida por todos los consumidores dándose a conocer por la calidad tanto en sabor como en una excelente atención al cliente generando una empresa con experiencia laboral.

6.2.6.2 VISIÓN

Para el 2020 esta idea empresarial tendrá la capacidad de manejar un producto con estándares de calidad que permite establecer una empresa sólida dentro del municipio generadora de empleo y beneficios a la comunidad.

6.2.6.3 Principios Institucionales

- Desempeño profesional con responsabilidad.
- Atención al cliente amable y cordial para generar impacto en ellos.
- Sostenibilidad poseer una empresa con la capacidad de mantenerse financieramente.
- Mejora continua del proyecto empresarial evitando así un estancamiento gracias a su eficacia y efectividad.

6.2.6.4 Valores Institucionales

- Integridad relacionarse con las personas de una manera auténtica. No presentarse como algo falso. El mejor esfuerzo para que nuestro negocio sea transparente.
- Confianza generar la confianza de tal manera que todos puedan ser honestos. Cuando hay confianza las críticas vienen de una buena intención y manera constructiva.
- Disciplina suele ser una carta de presentación; ser disciplinado en los negocios significa cosas esenciales como la puntualidad, seguir un plan trazado a conciencia, ponerse objetivos y luchar hasta alcanzarlos.
- Unión y trabajo en equipo uno de los valores primordiales que brinda la empresa Avena Vaca Ana es el trabajo en equipo con comprensión y respeto hacia los socios o quienes participen en la búsqueda de logros empresariales generando un respeto mutuo para evitar conflictos con las diferencias de

opinión en este valor participa la comprensión y empeño para lograr las metas conjuntas.

6.2.7 Distribución de la planta

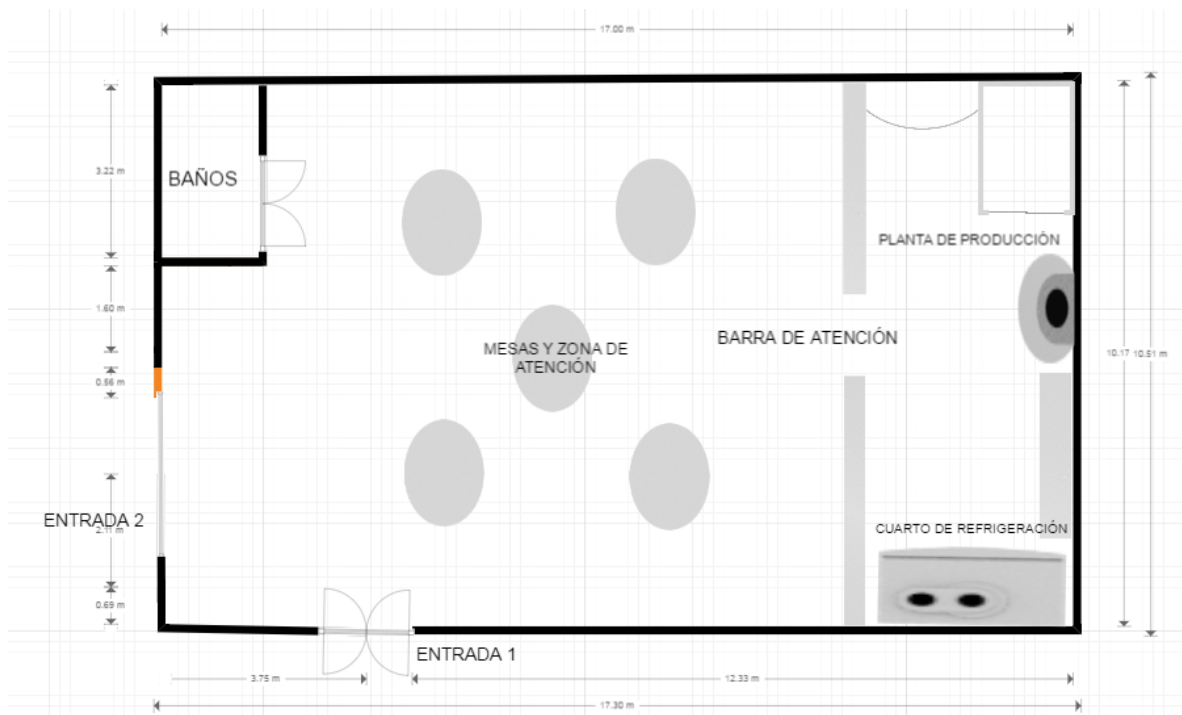


Fig. N°5. Distribución de la planta

6.2.8 Planta De Personal

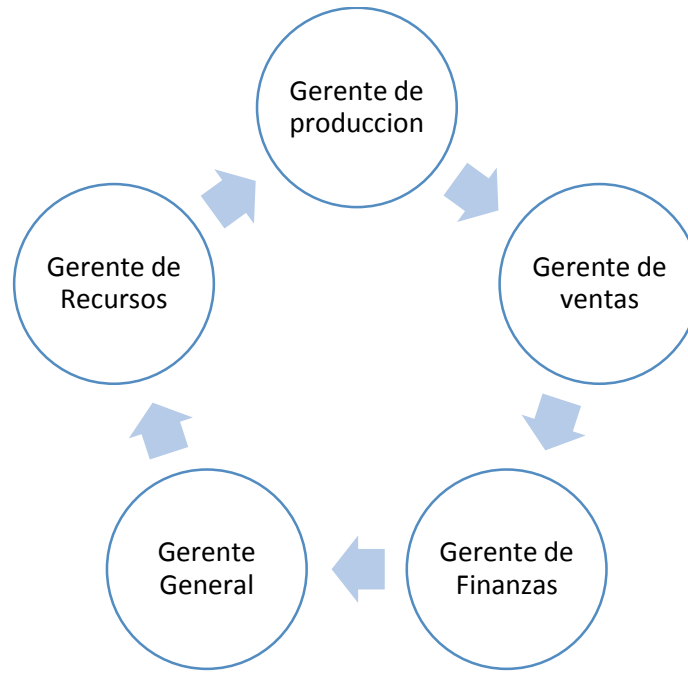


Fig. N°6. Planta de personal

6.2.9 Manual De Funciones

Se lleva un control sobre las funciones que tiene el personal que conforma la compañía. Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo.

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Gerente de Producción.
Jefe inmediato:	Socios
Número de personas en el cargo:	2
Objetivo: Preparar el sitio de trabajo correspondiente para la elaboración de Avena Casera.	
Funciones	
1. Fijar el tiempo necesario para la cocción de la bebida. 2. Ubicar y revisar constantemente el producto. 3. Añadir correctamente los demás ingredientes de la avena. 4. Tener disposición para cualquier evento donde se necesite la colaboración y conocimientos de ellos con respecto a la elaboración del producto.	
Perfil del cargo:	Tendrán como función realizar la producción de avena casera realizando dicha preparación con las instrucciones adecuadas, supervisando y manteniendo al tanto de cualquier eventualidad.
Requisitos:	<p>Requisitos intelectuales</p> <p>Escolaridad: Estudios secundarios, cursos complementarios con manejo de alimentos y conocimientos acerca de alimentos que contengan lácteos.</p> <p>Experiencia: Sin experiencia.</p> <p>Habilidades: Compromiso, Responsabilidad, Agilidad, Entusiasmo y trabajo en equipo.</p> <p>Responsabilidades: Estar consciente del cuidado de la maquinaria brindada, responder por las cantidades dichas, manejar las correctas normas de higiene y cumplir con los correspondientes horarios.</p> <p>Ambiente: Caluroso, Frio</p> <p>Riesgo: Quemaduras altas.</p> <p>Requisitos físicos: Disposición a ambientes cambiantes y fuerza.</p>

Tabla N°6. Manual de funciones

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Gerente de Finanzas
Jefe inmediato:	Socios
Número de personas en el cargo:	1
Objetivo: Manejar y controlar responsablemente la contabilidad y manejo económico de la empresa con formalidad y discreción.	
Funciones	
1. Realizar un balance general de Ganancias y Pérdidas de la empresa. 2. Estar pendiente de estrategias claves para la mejora económica de la empresa. 3. Una vez al mes elaborar y presentar como evidencia un informe de la estabilidad económica de la empresa.	
Perfil del cargo:	Encargado de realizar cuentas contables y mantener al tanto de la viabilidad, estabilidad y crecimiento económico de la empresa.
Requisitos	Requisitos intelectuales Escolaridad: Estudios Superiores con el título de Contador público o Administrador de Empresas. Experiencia: 1 año Habilidades: Agilidad, Compromiso, Seriedad, Responsabilidad. Responsabilidades: Entrega puntual y correcta de los resultados financieros con orden total. Ambiente: Templado y Organizado. Riesgo: Pérdida de documentos importantes o alteraciones de datos. Requisitos físicos: Excelente presentación personal y elegancia al vestir.

Tabla N°7. Manual de funciones

Manual de Funciones	
Nombre del cargo:	Gerente de Ventas y Personal.
Jefe inmediato:	Propietarios
Número de personas en el cargo:	1
Objetivo: Encargado de ofrecer y brindar al cliente el producto elaborado por la empresa con todas las normas de atención al cliente y experiencia en mercadeo.	
Funciones	
1. Saber toda la información acerca del producto que brindara. 2. Manejar completamente la manera de atención al cliente y control de ventas. 3. Controlar correctamente el personal con respeto y buscando su mayor efectividad y aprovechamiento en las horas laborales. 4. Cuidado y supervisar la maquinaria ofrecida por la entidad para beneficio de e todos.	
Perfil del cargo:	Serán los encargados de supervisar y dirigir los empleados de manera correcta y encargarse de manejar las normas de atención al cliente para sostenibilidad de las ventas.
Requisitos	Requisitos intelectuales Escolaridad: Estudios acerca de mercadeo y cursos de atención al cliente y manejo de personal. Experiencia: 2 años Habilidades: Amabilidad, Respeto, Elegancia, Formalidad, Integridad. Responsabilidades: Controlar el personal y Tener control de Ventas.

Tabla N°8. Manual de funciones

6.3 ESTUDIO ECONÓMICO

Investigar los recursos necesarios para establecer la idea empresarial real, teniendo en cuenta todos los costos de operación con que se contaría (Producción, Administración y Ventas) analizando el mercado potencial en el cual se competiría y ser conscientes de que no existe nada que nos impida llegar a lograr una idea empresarial viable.

6.3.1 Objetivo

Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto, fijando valores para la mayor productividad y comercialización del producto generando expansión en la empresa.

6.3.2 Inversión Fija

INVERSION	VALOR
GAS	17.500
VASOS	20.000
MATERIA PRIMA	850.000
TOTAL:	887.500

Tabla N°9. Inversión fija

6.3.3 Capital De Trabajo:

MATERIAL DE TRABAJO	VALOR
1 MES DE PRODUCCION	17500
2 MES DE PRODUCCION	17500
3 MES DE PRODUCCION	17500
TOTAL	52500

Tabla N°10. Capital de trabajo

6.3.4 Costos De Produccion

se analiza la inversion y se determina el costo de produccion

HERRAMIENTAS	
BATIDORA INDUSTRIAL	3`000.000
TERMOS FRIOS	1`000.000
RECIPIENTES PARA SERVIR	1`000.000
UTENSILIOS DE COCINA	500`000
MAQUINA DE FILTRACION	2`500.000
TOTAL:	8`000.000

Tabla N°11. Costos de herramientas

HERRAMIENTAS	
BATIDORA INDUSTRIAL	3`000.000
TERMOS FRIOS	1`000.000
RECIPIENTES PARA SERVIR	1`000.000
UTENSILIOS DE COCINA	500`000
MAQUINA DE FILTRACION	2`500.000
TOTAL:	8`000.000

6.3.4.1 Materia Prima

MATERIA PRIMA	MES	AÑO
LECHE	280.000	3`360.000
AZUCAR	24.000	288.000
CANELA	22.000	264.000
CLAVO	24.000	288.000
ALMIDON DE YUCA	25.000	300.000

VASOS	22.000	264.000
AVENA	38.000	456.000
MAIZENA	15.000	180.000
TOTAL:	450.000	5`400.000

Tabla N°12. Materia prima

6.3.4.2 *Mano De Obra Directa*

NUMERO DE PRODUCCIONES	VALOR MANO DE OBRA
17	190.400

Tabla N°13. Mano de obra directa

6.3.4.3 *Materiales Indirectos:*

MATERIALES INDIRECTOS	UNIDAD	TOTAL
VASOS	24	1200
PUBLICIDAD	120	6000
OTROS	80	4000
TOTAL C/U	574	11200

Tabla N°14. Materiales indirectos

6.5.4.4 Costos De Insumos

Ingredientes para una producción de 50 Avenas:

INGREDIENTES	VALOR
LECHE	14.000
CANELA	1.200
AVENA	3.800
AZUCAR	1.200
TOTAL:	16.700

Tabla N°15. Costos de insumos

6.3.5 Gastos

PRODUCCION ANUAL	PRODUCCION 50 U	VALOR ANUAL
INGREDIENTES	17500	850.000
SERVICIOS	11.200	190.400
TOTAL:	28.700	1`040.400

Tabla N°16. Gastos

6.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Unidades por producción	50
Punto de equilibrio	36
Porcentaje de utilidad	70%

Tabla N°17. Punto de equilibrio

6.3.7 Costo Unitario Del Producto

MATERIALES INDIRECTOS	UNIDAD	TOTAL
VASOS	24	1200
PUBLICIDAD	120	6000
COSTO AVENA	350	17.500
OTROS	80	4000
TOTAL C/U	\$574	\$28.700

Tabla N°18. Costo unitario del producto

6.3.8 Estado De Resultados

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La contabilidad financiera utiliza el enfoque de ingresos y gastos para determinar la utilidad del ejercicio empresarial, su principal objetivo es medir u obtener una estimación de la utilidad o pérdida en determinado periodo de tiempo en este caso un periodo de 2 años lapso Año 2015 – 2016.

EMPRESA AVENA VACA ANA
ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS
PERIODO DE AÑO 2015 Y 2016

1. VENTAS	\$ 1'055.000
2.COSTO DE VENTAS	(\$433.100)
Utilidad Bruta	\$ 621.900
GASTOS DE OPERACIÓN	(\$ 70.000)
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 551.000
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 20.000)
Utilidad Neta.	\$ 531.900

NUMERO DE PRODUCCIONES DE 50 AVENAS	14
NUMERO DE PRODUCCIONES MAYORES DE 50	3

7. CRONOGRAMA DE GANTT

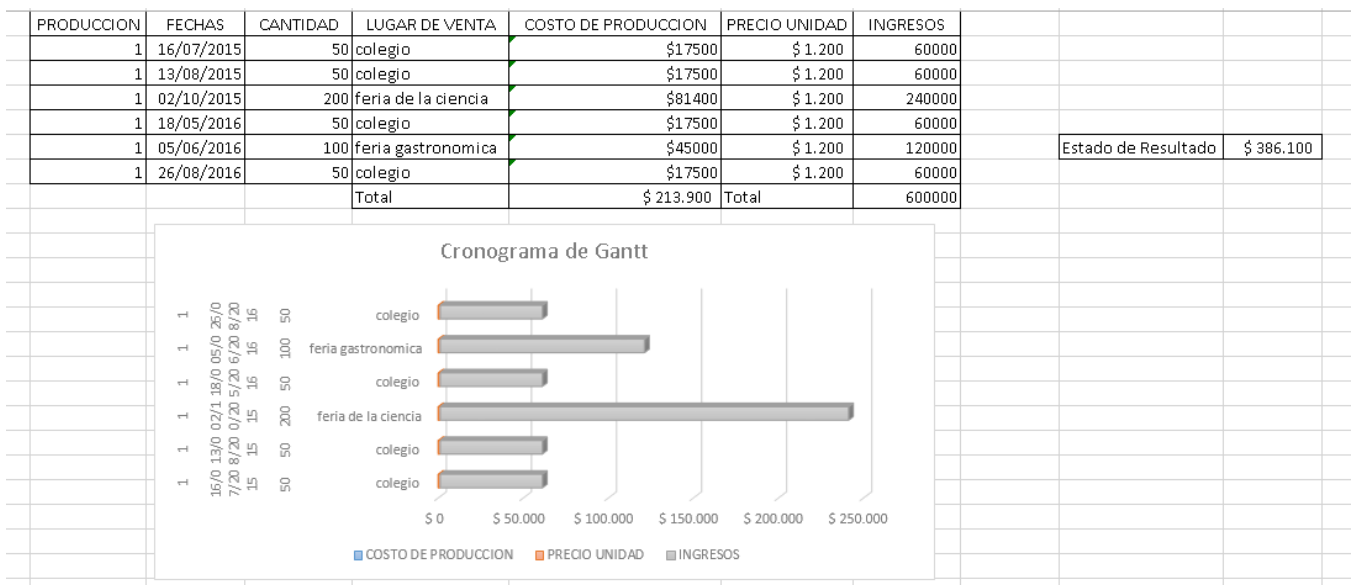


Fig. N°7. Grafica de Gantt

8. CONCLUSIONES

El proyecto productivo empresarial Avena Vaca Ana podría clasificarse como una idea comercial fructífera si se llegara a consolidar con todos los niveles contables y de lugar e implementación adecuada.

La cual surgió como un proyecto de implementar una bebida natural con un sabor único y de calidad tradicional, cuyo proyecto de estructuración exigió implementar los conocimientos empresariales y estrategias comerciales para participar en un negocio local con capacidad competitiva acercándose en algunos aspectos a un sistema de control empresarial organizado.

Algunos análisis realizados demostraron que la avena es un producto de gran aceptación y de gran participación en el mercado local, sacando la deducción de que es una idea empresarial, viable con visión que se puede establecer con beneficios demostrando que el proyecto empresarial Avena Vaca Ana fue una gran experiencia de emprendimiento, demostrándonos que se puede lograr surgir independientemente con ideas propias y manejos comerciales.

9. RECOMENDACIONES

- Implementar los conocimientos contables y empresariales para llevar a cabo el buen surgimiento de la empresa.
- Actualizar los conocimientos acerca de producción, mercadeo y finanzas para garantizar la rentabilidad de la empresa.
- Practicar y demostrar primordialmente las técnicas de Atención al cliente y estrategias de mercadeo.
- Realizar los productos con las correctas y adecuadas normas de manipulación de alimentos e higiene para ofrecer un producto de excelente calidad.

10. BIBLIOGRAFÍA

<http://www.wordreference.com/sinonimos/empresa%20>

<https://renatamarciniak.wordpress.com/glosario-de-terminos-sobre-gestion-empresarial/>

<https://www.youtube.com/watch?v=nkEZKLx-JdA>

<https://www.youtube.com/watch?v=v5ahCdLmKTM&t=9s>

11. ANEXOS

11.1 ACTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA

AVENA VACA ANA

REUNIÓN DE COMPROMISO

ACTA 001

FECHA: 12 de febrero de 2015

HORA: 8 a.m

LUGAR: Institución Educativa Departamental Colegio Pio XII

ASISTENTES: Estudiantes Grado 10 – 01

INVITADOS: Padres de Familia, Lic. Alexandra Morales.

ORDEN DEL DIA:

1. Explicar acerca de lo que se tratara constituir una empresa con fines educativos informando a los padres de familia de los estudiantes.
2. Reconocer y Decidir con que idea empresarial participaran.

3. Escoger los socios con quienes emprenderán este Proyecto.
4. Compromiso de cumplir lealmente con la empresa y todo lo que esta conllevara para los requisitos escolares.
5. Nombrar la idea empresarial y realizar todo con desempeño.
6. Propositiones y varios.

DESARROLLO:

1. Explicaciones sobre constituir una empresa:

La licenciada Alexandra Morales explico y trato los puntos que conllevaría manejar y dirigir una empresa con un producto que nos lanzaría a participar comercialmente con conocimiento de los padres de los estudiantes quienes deberán cumplir con ciertos requisitos.

2. Reconocer y Decidir con que idea empresarial participaran.

Tener claro con que producto participación y lo que será necesario utilizar para la elaboración de este, escogiendo el Proyecto de realizar avena casera.

3. Escoger los socios con quienes emprenderán este Proyecto.

Decidir quiénes participaran en la empresa con respeto y disciplina evitando conflictos y problemas leves, decidiendo ser un grupo María Helena Arango y Maicol Cárdenas para iniciar ese Proyecto empresarial.

4. Compromiso de cumplir lealmente con la empresa y todo lo que esta conllevara para los requisitos escolares.

Normas de cumplir responsablemente con todas las pautas que se tendrán que tratar para el funcionamiento total y real de la idea empresarial.

5. Nombrar la idea empresarial y realizar todo con desempeño.

Decidir qué razón social tendría ese proyecto y con qué logotipo lo darían a conocer todo estando de acuerdo al producto, algo innovador. El nombre que se decidió para la idea empresarial es Avena Vaca Ana “Mas Avena, Mas Vida”.

6. Propositiones y varios.

No hubo proposiciones ni varios dando fin a la reunión de compromiso.

Para el buen uso y funcionamiento de esta se deberán cumplir las siguientes normas:

1. Higiene y Calidad.
2. Responsabilidad respecto al manejo de la empresa.
3. Puntualidad.
4. Orden.
5. Excelente atención al cliente.
6. Buena presentación del producto.
7. Lugar adecuado para el almacenamiento y elaboración.
8. Un producto rentable.

9. Brindar una buena presentación personal.
10. Garantizar y ofrecer un producto de calidad.

Firmas:

Maria Helena Arango

T.I 1`192.763.082 Pacho

Maicol Cardenas

T.I 99040615446 Pacho

11.2 ESTATUTOS EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO

MARIA HELENA ARANGO BUSTOS T. I 1192763082 Pacho, MAICOL CARDENAS SALAMANCA T.I 99040615446 Pacho conscientes de lo que se realizará con la propuesta de la formación de una idea empresarial y lo que esto conlleva esto se registrará por los siguientes estatutos por las normas que regulan la materia:

Artículo 1: Razón social; empresa denominada (AVENA VACA ANA)

Artículo 2: Domicilio; El sitio principal de la empresa será en la ciudad de Pacho y podrá establecer un sitio fijo para la comercialización de esto.

Artículo 3: Duración; la empresa duro un periodo de 2 años, contados a partir de la fecha del siguiente documento .

Artículo 4: Funciones; son funciones de la junta de asociación.

- 1.Elegir al director de la empresa.
- 2.Determinar los planes y operaciones de la misma.
- 3.Estudiar, modificar, aprobar los estados económicos y financieros de la empresa.
- 4.Determinar las reservas estatutarias u ocasionales.



5.Reformar los estatutos cuando sea necesario.

6.Elegir un gerente de producción.

7.Evaluar el aporte de los miembros.

8.Vigilar los cumplimientos de las funciones del director.

9.Elegir un gerente de finanzas.

10.Decidir la aceptación y retiro de los miembros.

11.Las demás que de acuerdo con la ley sean necesarias para el funcionamiento de la empresa.

11.3. ENCUESTA DE ACEPTACIÓN

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII PROYECTO
PRODUCTIVO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACIÓN DE AVENA CASERA
EN EL MUNICIPIO DE
PACHO CUNDINAMARCA
“LA AVENA VACA ANA”
GRADO: 10-01
2016

Ocupación: _____

1. Sexo

___ Femenino ___ Masculino

2. ¿Entre que rango de edad se encuentra usted?

___ 12 a 22 ___ 23 a 33 ___ 34 a 46 ___ 47 en adelante

3. ¿Ha tomado y le gusta a usted la avena?

___ Si ___ No

4. ¿Qué tipo de avena a usted más le gusta?

___ Casera ___ Industrial

5. ¿Dónde adquiere usted la avena?

☐Tienda ☐La encarga ☐La calle

6. ¿Porque razón consume usted avena?

☐Es económica ☐Es nutritiva ☐Le gusta

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un vaso de 7 Oz?

☐1500 ☐1200 ☐1000

8. ¿Cómo preferiría usted el envase de la avena?

☐Bolsa ☐Vaso con tapa ☐Botella plástica

9. Si la avena viniera con algún complemento ¿Cuál le gustaría más?

☐Almojábana ☐Mantecada ☐Galletas otro ¿Cuál? _____

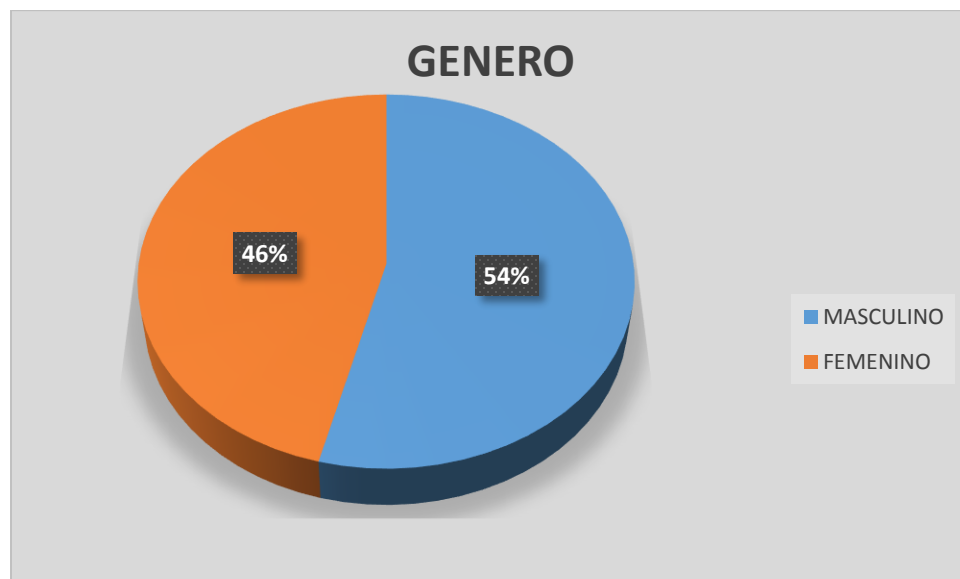
10. Si la avena viniera de sabores ¿Cual sabor preferiría más?

☐Fresa ☐Vainilla ☐Chocolate otro ¿Cuál? _____

11.4 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

1. Sexo

GENERO	F	FR	%
MASCULINO	54	0,54	56%
FEMENINO	46	0,46	46%



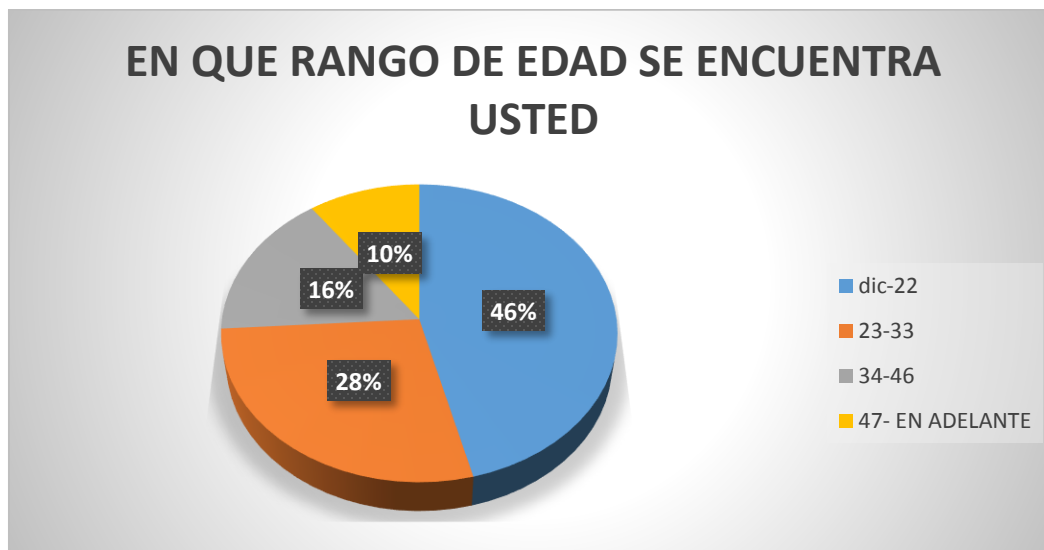
Encuesta aplicada para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

Se llega a la conclusión de que el producto tiene una mayor preferencia por parte del género masculino, teniendo en cuenta el porcentaje de esta.

2. ¿En que rango de edad se encuentra usted?

EN QUE RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA UUSTED	F	FR	%
12-22	46	0,46	46%
23-33	28	0,28	28%
34-46	16	0,16	16%
47- EN ADELANTE	10	0,10	10%



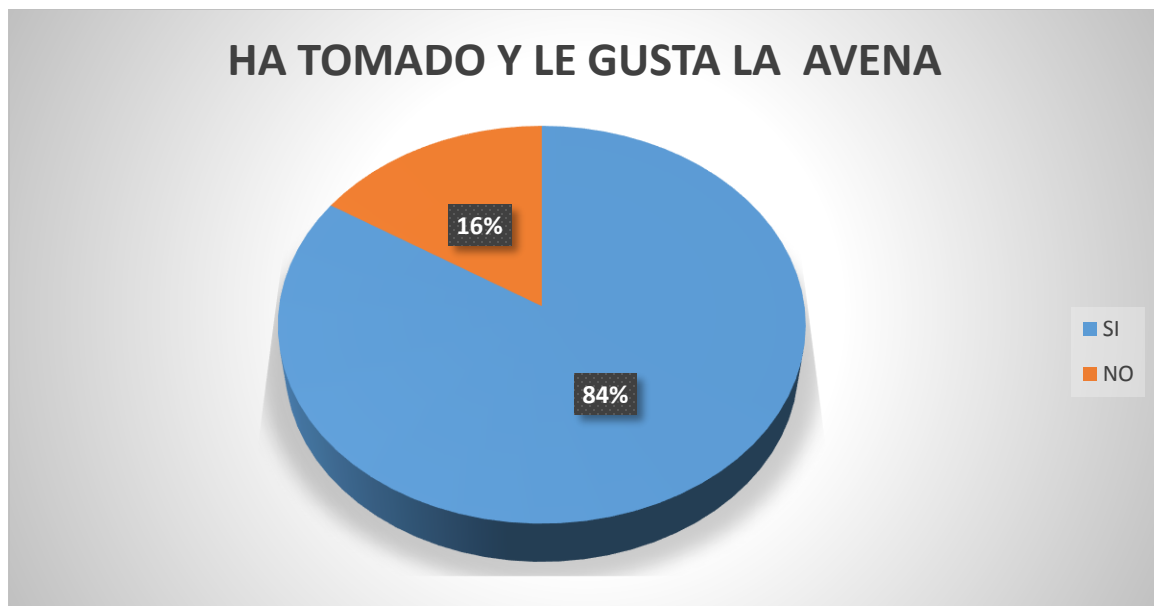
Encuesta aplicada para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

El 46% de la población encuestada mantiene un margen de edad entre los 12 y los 22 años, en la que se concluye que los jóvenes son los mayores consumidores de avena con respecto a las demás edades.

3 ¿Ha tomado y le gusta la avena?

HA TOMADO Y LE GUSTA LA AVENA	F	FR	%
SI	84	0,84	84%
NO	16	0,16	16%



Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

El 84% de la población encuestada ha tomado y le gusta la avena, concluyendo que al 16% sobrante no le apetece el consumo de avena.

4 ¿Qué tipo de avena a usted mas le gusta?

QUE TIPO DE AVENA A USTED MAS LE GUSTA	F	FR	%
CASERA	72	0,72	72%
INDUSTRIAL	28	0,28	28%



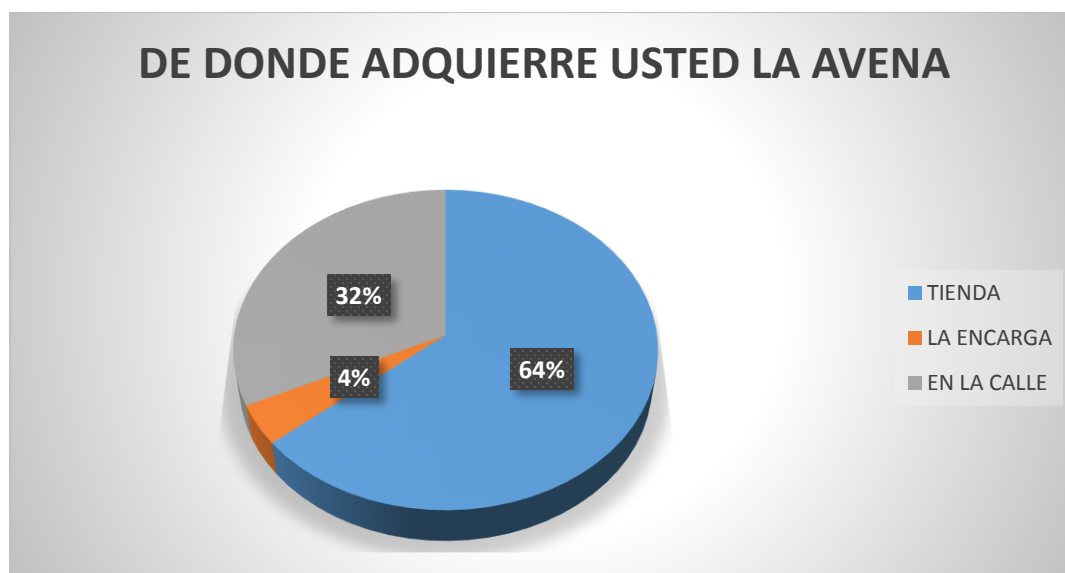
Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

El 72% de los encuestados tienen mayor preferencia por la avena casera, con respecto al 28% que prefieren avena industrial.

5 ¿Dónde adquiere usted la avena?

DODE ADQUIERE USTED LA AVENA	F	FR	%
TIENDA	64	0,64	64%
LA ENCARGA	04	0,04	04%
EN LA CALLE	32	0,32	0,32%



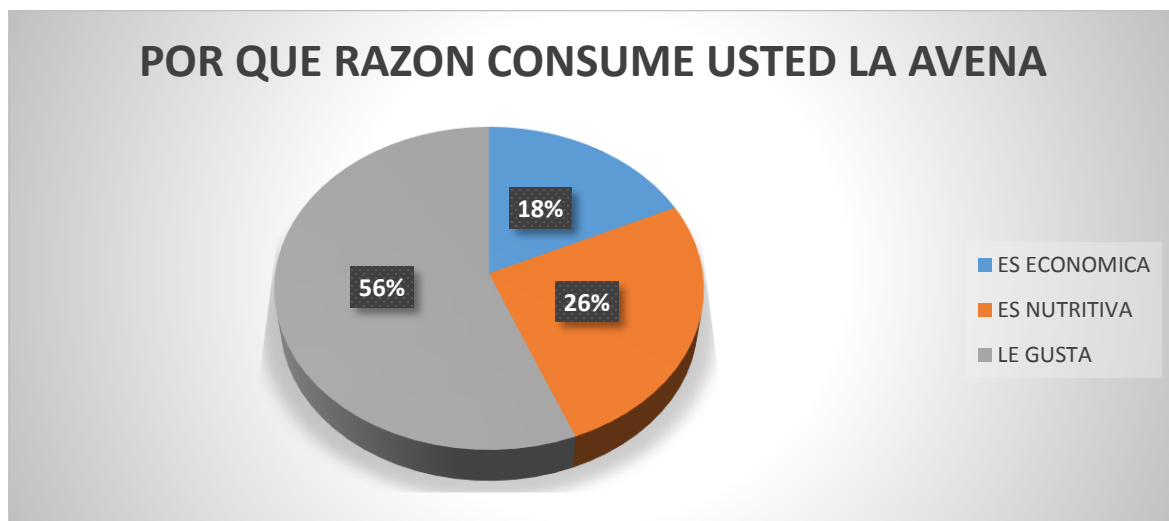
Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

El 64% de los encuestados adquieren la avena en tiendas, con respecto al 325 y al otro 4% que la adquieren en otros lugares.

6 ¿ Por qué razón consume usted avena?

POR QUE RAZON CONSUME USTED LA AVENA	F	FR	%
ES ECONOMICA	18	0,18	18%
ES NUTRITIVA	26	0,26	26%
LE GUSTA	56	0,56	56%



Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

El 56% de encuestados llegan a adquirir este producto por el hecho de que les gusta, concluyendo que el otro 26% y 18% la consumen porque es nutritiva y económica.

7 ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un vaso de 7 oz?

CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR USTED POR UN VASO DE 7 OZ	F	FR	%
1000	70	0,70	70%
1200	30	0,30	30%
1500	0	0,00	0%



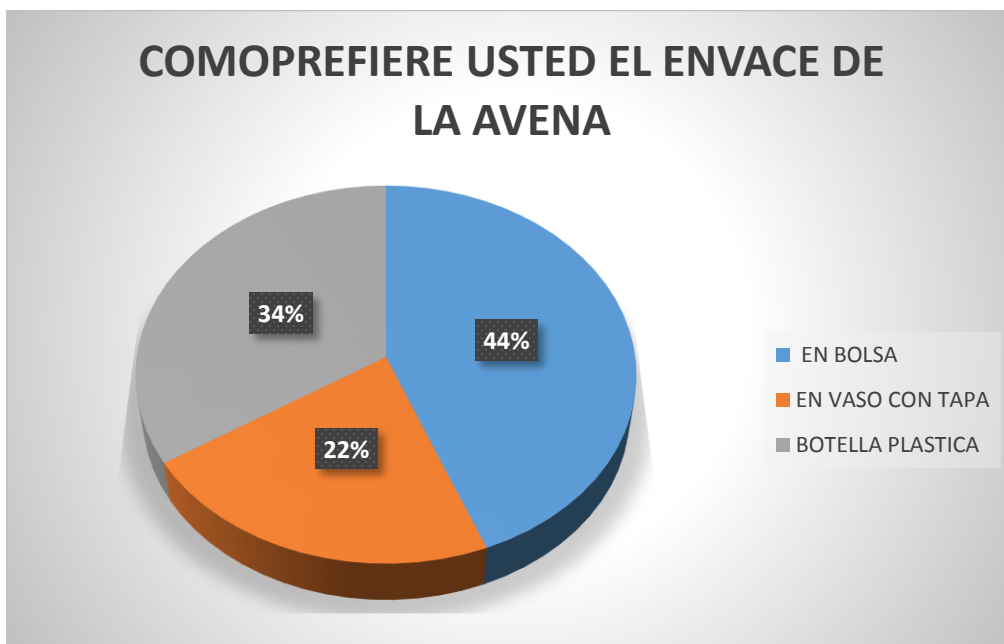
Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

Se tienen en cuenta tres precios entre los cuales la población encuestada prefiere en un 70% pagar \$1.000 por un vaso de 7 oz, con respecto al 30% restante que estarían dispuestos a pagar \$1.200.

8 ¿Cómo prefiere usted en envase de la avena?

COMO PREFIERE USTED EL ENVACES DE LA AVENA	F	FR	%
EN BOLSA	44	0,44	44%
EN VASO CON TAPA	22	0,22	22%
BOTELLA PLASTICA	34	0,34	34%



Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

El 44% de los encuestados prefieren adquirir la avena en bolsa con respecto al otro 34% y 22% que la prefieren en otros envases como lo son la botella plástica y el vaso con tapa.

9 Si la avena viniera con acompañamiento ¿Cuál le gustaría?

SI LA AVENA VINIERA CON ACOMPAÑAMIENTO	F	FR	%
¿CUÁL LE GUSTARÍA?			
ALMOJABANAS	20	0,20	20%
MANTECADAS	48	0,48	48%
GALLETAS	6	0,06	06%
OTRAS	26	0,26	26%



Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

Se tuvieron en cuenta 4 acompañamientos entre los cuales la población encuestada prefiere en un 48% la mantecada por encima de los demás acompañamientos.

10 Si la avena viniera de sabores ¿Cuál sabor preferiría mas?

SI LA AVENA VINIERA EN SABORES ¿CUAL SABOR PREFERIRIA MAS?	F	FR	%
FRESA	16	0,16	16%
VAINILLA	46	0,46	46%
CHOCOLATE	6	0,06	06%
OTRO	32	0,32	32%



Encuesta para la idea empresarial, encuesta Avena Vaca Ana

Conclusión:

El 46% de la población encuestada tienen una preferencia por el sabor a vainilla, por encima del 32% de otro, el 16% de fresa y el 6% de chocolate.

11.3 DOFA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>*</p> <p>Invertir en nuestra empresa para lograr reconocimiento y así lograr que inviertan en nuestro producto.</p> <p>*Estandarizar nuestro producto logrando apreciación de este.</p> <p>*Avanzar fructíferamente en nuestra empresa.</p>	<p>*</p> <p>Competitividad: Porque existe variedad de locales que ofrecen este producto.</p> <p>*Incremento del precio de los ingredientes para realizar este producto.</p> <p>*Cambios climáticos debido a estos puede aumentar o disminuir la producción de nuestra empresa.</p>
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>*</p> <p>Organización del producto (estabilidad)</p> <p>*Posicionamiento del producto en el mercado municipal.</p> <p>*Apoyo de la población Pachuna.</p> <p>*Calidad y servicio al cliente.</p>	<p>*</p> <p>Falta de capital.</p> <p>*Mal manejo de inventario.</p> <p>*No aprovechar correctamente las tecnologías de la información.</p> <p>*Por ser estudiantes no tenemos un buen estándar de ventas.</p>

Tabla N°19. Dofa

11.4 EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS

Folleto

PRECIO DEL PRODUCTO:

- VASO DE 7OZ \$1000 PESOS.
- 1/2 LITRO \$ 5000 PESOS.
- 1 LITRO \$ 9000 PESOS.



LA AVENA VACA ANA

**CEL: 320 912 25 66 -
320 359 48 43.**

CORREO: mariaele25_@hotmail.com
o también encuétranos en la
Institución.



**"MAS AVENA,
MAS VIDA"**

11.6 Tarjetas

