

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES**

**INFORME TÉCNICO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN CASO EMPRESARIAL PANADERIA ALINEOPAN
“EL PAN UN ALIMENTO QUE NO PUEDES DEJAR DE DISFRUTAR”**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MARZO 2018
BUCARAMANGA**

Informe Técnico del Proyecto de Investigación **ELABORACIÓN DEL CASO EMPRESARIAL
AJ MARROQUINERÍA EN BUCARAMANGA**

Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander
Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas
PBX 64130000 Telefax 6447777
Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
1. OBJETIVOS	5
2.1. Objetivo general	5
2.2. Objetivos específicos	5
2. DURACIÓN	5
3. ACTIVIDADES REALIZADAS	5
5. MEDIOS DE DIFUSIÓN	7
6. CONCLUSIONES.....	7
7. REFERENCIAS.....	7

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA PROYECTO			
Título	ELABORACIÓN CASO EMPRESARIAL PANADERIA ALINEOPAN		
Investigador principal	Alba Patricia Guzman Duque, Ph.D.	Código	30329089
	Email aguzman@correo.uts.edu.co	Celular	3165363774
Datos del investigador	Javier Mauricio Mendoza	Código	13510055
	Email jmendoza@correo.edu.uts.co	Celular	3012347089
Datos del investigador	Nancy Tavera Castillo	Código	30208708
	Email ntavera@correo.uts.edu.co	Celular	3214339276
Datos del investigador	Luz Helena Mendoza Castro	Código	1095908350
	Email lmendoza@correo.uts.edu.co	Celular	3183317089
Grupo de investigación	GICSE		
Línea de Investigación	COMPETITIVIDAD Y CLIMA DE NEGOCIOS		
Lugar y fecha de ejecución	Bucaramanga, Santander, Colombia, unidades tecnológicas de Santander, año 2015		
Duración	2 Meses		
Tipo de proyecto	Proyecto de Investigación descriptivo: Creación de un banco de casos de las empresas de Santander		
Costo	60'460.000		
Palabras claves	Base empresarial, microempresa, empresa, organización, administración, estudio de mercado, proyectos, panadería, pan, panificadoras.		
Nombre de la Empresa	Panadería Alineopan		
Representante Legal.	Miguel Ángel Pérez		
Cédula de ciudadanía o NIT	80 231 569-0		
Dirección completa	calle 55 #17-20		
Ciudad / Departamento	Bucaramanga-Santander		
Teléfonos / Fax / Celular	No contiene		
Correo electrónico	migangelper@hotmail.com		
<p>Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.</p>			
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4

RESUMEN EJECUTIVO

En el siguiente trabajo se mostrará como el emprendimiento de Miguel Ángel Pérez, constituye las dos fuentes que hacen que la empresa ALINEOPAN esté a la vanguardia sobre la competencia. Se establecerá que la experiencia y apoyo familiar son la fuente de su éxito

1. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Elaborar el caso empresarial “EMPRESA ALINEOPAN” a partir de variables históricas, de contexto, del empresario y de la empresa, con el propósito de lograr la caracterización de la organización en un contexto con sentido para la comunidad académica.

2.2. Objetivos específicos

- Describir los aspectos relacionados el empresario, la empresa, diferentes situaciones organizaciones, sus decisiones estratégicas que han propendido por su estabilidad en el tiempo. Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.
- Compilar la información resultante de los diferentes aspectos abordados con el propósito de elaborar el caso empresarial de la organización panadería ALINEOPAN.
- Formular un diagnóstico organizacional que permita al empresario una visión general sobre la situación actual de su empresa

2. DURACIÓN

2 meses

3. ACTIVIDADES REALIZADAS

Objetivo 1	DATOS DEL EMPRESARIO	
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
1. NOMINACION DEL EMPRESARIO	Nombre: Miguel Ángel Perez Edad: 34 Estado civil: Unión Libre 36 Estudios realizados: Administrador de Empresas Familia a cargo: Su esposa y sus dos hijas menores. Lugar de nacimiento: Paipa Boyacá Datos de contacto: migangelper@hotmail.com	

<p>2. HISTORIA DEL EMPRESARIO</p>	<p>El empresario es de la ciudad de Paipa “Boyacá” su madre como cabeza de familia dedicada al trabajo por días en hogares y restaurantes logra sacar adelante a sus cuatro hijos , el señor miguel que es el segundo y único barón al ver la situación y con permiso de su madre decide a los 13 años empezar a trabajar al lado de sus primos los cuales tenían panadería, es allí donde empieza sus primeros pasos en el negocio de la panadería, con el tiempo y después de probar en otras actividades el empresario comenta que después de prestar servicio decide hacer un análisis de las actividades que había realizado y decide especializarse en el arte de la panadería y es cuando emprende su negocio en la ciudad de Paipa, después se traslada a la ciudad de Tunja donde duro cerca de año y medio después decide establecer un hogar por lo cual se traslada a Bucaramanga donde radicaba su novia “actual esposa”.</p>
<p>3. RAZONES ORIGEN DE LA EMPRESA</p>	<p>La razón por la cual el empresario el señor Miguel ángel Pérez decide emprender en su empresa es necesidad económica y su independencia. Él nos comenta que después de prestar su servicio militar hace un análisis de que quiere para su vida llegando a la conclusión que de tantos trabajos de los cuales realizo era hora de emprender uno en particular. Después de mirar los trabajos que realizo como constructor, ebanista, pintor, panadero y fabricando colchones este decide que la panadería es el arte que más le gustaba y allí es donde con pocos recursos pero con mucha ilusión decide crear su empresa ALINEOPAN</p>

Objetivo 2	DATOS DE LA ORGANIZACIÓN	
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
4 NOMINACION DE LA ORGANIZACIÓN	<p>Nombre de la organización ALINEOPAN .NET de la organización 80 231 569-0 c. Razón social de la organización ALINEOPAN d. Direcciones de domicilio en las que ha estado la organización a través de los años. CALLE 55# 17 -20 e. Años de existencia de la empresa. ALINEOPAN tiene 8 años de su creación Capital inicial utilizado para la creación de la organización. Su capital inicial fue de 2.000.000 de pesos g. Capital actual de la organización. \$80.000.000 (aproximadamente) h. Número de empleados en los momentos de inicio de la organización. Dos colaboradores i. Número actual de empleados. 5 empleados fijos y dos temporales j.Productos y/o servicios que dieron vida al origen de la organización. Todo en Panadería k. Productos y/o servicios actuales de la organización. Línea de panadería Línea de galletería Línea de bizcochería</p>	

Objetivo 3	CONEXTO ORGANIZACIONAL	
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	

<p>4. CONTEXTO ORGANIZACIONAL</p>	<p>Para el empresario no ha sido fácil sostenerse ya que en donde se ubica su empresa no tiene la infraestructura suficiente limitando la capacidad de producción, en la actualidad en el sector los establecimientos son muy pequeños y costosos, no obstante esto no ha detenido al empresario que busca el máximo aprovechamiento del establecimiento dando la pelea con panaderías con gran infraestructura y tradición en Santander</p>
-----------------------------------	--

5. MEDIOS DE DIFUSIÓN

Repositorio Institucional

Capítulo del libro

Blog Institucional

6. CONCLUSIONES

El emprendimiento de una idea de negocio está compuesto por el análisis y el estudio previo para su ejecución es por esto que debemos tener muy claro la aplicación del proceso administrativo.

El factor determinante para lograr grandes éxitos es tener claro hacia qué mercado objetivo se va ofrecer los productos y servicios, realizar un estudio de mercado es indispensable como estrategia para suplir con las expectativas de los clientes y así lograr un alto nivel competitivo en el mercado. En un mercado tan cambiante se deben conocer gustos y preferencias de los clientes para satisfacer todas las necesidades, con el fin de garantizar que el desarrollo de las actividades que se van a ejercer estén en total cumplimiento y al alcance de los objetivos propuestos por la organización.

El reconocimiento de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la organización es el factor primordial para que un empresario deba estudiar cómo y analizar para que las estrategias y los objetivos expuestos en su planeación se puedan cumplir eficientemente, A lo largo de los periodos y con el análisis detallado como se pudo realizar, se concluye que: es una empresa que ha tenido un exitoso progreso debido a la buena gestión por parte de sus colaboradores, es un buen ejemplo de emprendimiento para quienes deseen crear empresas, la trayectoria de Alineopan pesar de sus inconvenientes a sabido enfrentar de manera eficaz y oportuna a las adversidades que se le han presentado.

7. REFERENCIAS

- [1] Vargas Anafina, Rodríguez Francisco y Moreno Jonathan. Guía Metodológica para la Elaboración de Casos Emprendedores.. Corporación Andina de Fomento.

- [2] Rave Elkin, Gonzalo Juan. Casos Empresariales Colombianos. Decisiones Gerenciales ante Momentos de Crisis. Serie 1. Institución Universitaria CEIPA. Año 2011. ISBN 978-958-99767-7-7
- [3] Grupo de Investigación Estrategia y Gestión Empresarial. Proyectos de Investigación del Grupo. Universidad Tecnológica de Bolívar.
- [4] Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – CECODES. Sostenibilidad en Colombia. Casos Empresariales. Año 2011. ISBN 978-958-99020-4-2
- [5] Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes. Casos relacionados con los sistemas y arquitecturas empresariales focalizados en la cadena de valor, y los procesos de front-office y back-office.
- [6] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- [7] Ogliastri, E. El método de casos. Recuperado el 13 de marzo de 2014, del sitio Web de Universidad ICESI: http://www.icesi.edu.co/contenido/pdfs/carti-lla_el_metodo_de_casos.pdf. Año 1991
- [8] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- [9] Ellet, W. The Case Study Handbook .How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts. p. 658. Año 2007. 73
- [10] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- [11] Espíndola, J. Reingeniería Educativa el pensamiento crítico: como fomentarlo en los alumnos. México: Pax. Año 2000.
- [12] Easton, G. Learning from case studies. Gran Bretaña: Prentice Hall. Año 1992.
- [13] Triadó, Ivern, X. La metodología dl caso: Utilización de medios audiovisuales en el estudio de las disciplinas del área de organización de empresas. Recuperado el 17 de mayo de 2009, del sitio Web de dialnet: www.dialnet.unirioja.es. Año 2004.

- [14] Schnarch, A. Desarrollo de nuevos productos y empresas: creatividad innovación y marketing. (5th Ed.). Bogotá, Colombia. Mc Graw Hill. Año 2009.
- [15] Rave Elkin, Gonzalo Juan. Casos Empresariales Colombianos. Decisiones Gerenciales ante Momentos de Crisis. Serie 1. Institución Universitaria CEIPA. Año 2011. ISBN 978-958-99767-7-7
- [16] Pujol, J. & Fons,. Los métodos en la enseñanza universitaria. Pamplona: Eunsa. Año 1981.
- [17] Yin, R. E. Case Study Research and Methods. Thousand Oaks: Sage. Año 1994.