MODELO DE NEGOCIO

NOMBRE DEL EMPRENDEDOR(A)	ANGELA LILIANA MUÑOZ MONROY
NOMBRE DEL PROYECTO	MULTITIENDA ELIANIS
SECTOR ECONÓMICO	Sección S Otras actividades de servicios
ACTIVIDAD ECONÓMICA	4711

1- ¿QUIEN ES EL EMPRENDEDOR?

Emprendedor La emprendedora cuenta con estudios en administración financiera actualmente dedicada a la comercialización de alimentos de consumo masivo desde hace 1 años, Cuenta con a

2- ¿CUÁL ES EL PROBLEMA O NECESIDAD?

PROBLEMA un mini mercado puede ser beneficioso para una comunidad al proporcionar acceso conveniente a productos básicos, precios más bajos, variedad de productos. La accesibilidad de

3- ¿QUIEN ES EL PROTAGONISTA?

Hogares de estratos 1 al 4 que prefieren comprar en la tradicional plaza de mercado por tener variedad a precios más bajos y de diferentes calidades

Edad: regularmente las mujeres son las que asisten a la plaza de mercado a comprar los alimentos, el promedio de edad es desde los 25 hasta adultos mayores. Los hombres también frecuenta

Preocupación por la calidad: Los clientes que visitan una plaza de mercado suelen estar preocupados por la calidad de los productos que compran. Buscan productos de alta calidad, y valoran e

4- ¿CUAL ES LA SOLUCIÓN Y LA PROPUESTA DE VALOR?

Propuesta de valorMejorar el acceso, la calidad y la asequibilidad de los productos de la canasta familiar para las familias de estratos 1, 2, 3 y hasta 4, ofreciendo frutas, verduras, carnes y relac

5- COMPETENCIA

Aspectos	Tienda Chepe	Minimercado la Esquina	Minitienda Mercedes
Localización (Ubicación geográfica)	Cajamarca	Cajamarca	Cajamarca
Productos y servicios (Atributos)	Productos de la canasta familiar	Carne y pollo y pescado	Frutas y verduras. También puntos de
Precios de venta	Excesivamente altos	Normales	Medios
Logística de distribución (Medios de envío, despacho, embalaje, otros)	Almacenes agradables, organizados logisticamente, con amplia variedad de surtido y diferentes metodos de venta	Cuentan con una cadena de frio adecuada, precios mayoristas que	Venta en el punto de venta fisico
Ventajas y desventajas Defina al menos 3 de cada una.	Amplios, agradables, se encuentra de todo en un mismo lugar. Desventajas precios excesivament alto	Precios comodos para el comprador. No ofrecen cortes	Ofrecen producto fresco y a precios

6- CANALES

Estrategia de promoción	Canal a utilizar	Actividades a realizar	Costo
Descuentos	En el punto fisico	ofrecer descuentos por compras superiores a 200.000	0,1
Merchandising	Punto fisico	Exhibir en un lugar llamativo los productos de menor ro	0
Estrategia de comunicación	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Establece presencia en plataformas relevantes para tu ind	Redes	Crear y optimizar perfiles en redes socialesPublicar regu	100000
Publicidad paga en redes sociales	Redes	Monitorear y responder a consultas de los medios	0
Estrategia de distribución	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Ofrecer servicio de domicilio	Fisico y digital	0	0
0	0	0	0
Estrategia de precio	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Precios bajos	punto fisico	0	0
0	0	0	0

8- OPORTUNIDAD COMERCIAL

Tendencias a nivel mundial - Internacional
Con el crecimiento de la población mundial, se espera que la demanda de alimentos siga aumentando. Los supermercados y otras tiendas especializadas en alimentos pueden satisfacer esta de

Tendencias a nivel país o Latinoamérica
0

Tendencias a nivel local (Ciudad, Municipio, Región)
0

9- VALIDACIÓN

1. Qué herramientas empleaste para realizar la validación de tu producto o servicio? (Encuesta, Focus Group, Tarjeta Persona) Explica
La empresa ha validado con punto de venta fisico funcionando desde hace 1 años en el municipio de cajamarca conociendo los cambios en el consumo, tendencia de crecimiento y abordando c

2. Cuántas veces utilizaste la herramienta? Explica
Se tiene experiencia de validación de mercado de 1 año aproximadamente

3. Describe los resultados de validación evidenciados con las herramientas utilizadas (cualitativos y cuantitativos)
La empresa ha tenido un crecimiento exponencial año tras año, las ventas mensuales superan los 800 mil de pesos en la actualidad. Es una empresa con un potencial de crecimiento aun mayo

4. Menciona las oportunidades de mejora del producto o servicio evidenciadas con las herramientas de validación utilizadas.
Ampliar el punto de venta actual y ampliar el portafolio de productos

5. Menciona el precio de venta estimado de cada uno de tus productos o servicios
Al ser un mini mercado la lista de precios es enorme. Se tiene una utilidad del 15% sobre el valor de cada producto

6. Cuál es el avance técnico, comercial y legal a la fecha, de tu modelo de negocio
Se tiene un lugar fisico dotado con la infraestructura suficiente para la operación del neogio. Clientes establecidos.

10- LAS CIFRAS

INVERSIONES FIJAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Muebles y Enseres	Escritorio	$ 100.000.000	1	$ 100.000.000	0
Equipos Comunicacior	Computador	$ 50.000.000	1	$ 50.000.000	0
Equipo de Transporte y Carga	Vehiculos	$ 300.000.000	1	$ 300.000.000	0
Maquinaria y Equipo	Refrigeradores	$ 500.000.000	1	$ 500.000.000	0
Equipos Comunicacior	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 950.000.000	

INVERSIONES DIFERIDAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Publicidad y Mercadeo	Redes y SEO	$ 2.500.000	12	$ 30.000.000	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 30.000.000	

VALOR TOTAL PROYECTO	**$ 980.000.000**

TIR
27%

11- EQUIPO DE TRABAJO

Cargo 1:	Gerente
Cargo 2:	Empleados
Cargo 3:	Contador
Cargo 4:	Administrador

Elaborado por : Equipo Técnico Canal Virtual Emprendimiento 2022
Coordinación Nacional de Emprendimiento

mplia experi

productos d

an la plaza d

l conocimier

cionados fre

PLAN DE NEGOCIO

NOMBRE DEL EMPRENDEDOR(A)	ANGELA LILIANA MUÑOZ MONROY
NOMBRE DEL PROYECTO	MULTITIENDA ELIANIS
SECTOR ECONÓMICO	Sección S Otras actividades de servicios
ACTIVIDAD ECONÓMICA	4711

1- ¿QUIEN ES EL EMPRENDEDOR?

:udios en administración financiera actualmente dedicada a la comercialización de alimentos de consumo masivo desde hace 1 años, Cuenta con amplia experiencia en el sector de la distr

2- ¿CUÁL ES EL PROBLEMA O NECESIDAD?

PROBLEMA un mini mercado puede ser beneficioso para una comunidad al proporcionar acceso conveniente a productos básicos, precios más bajos, variedad de productos. La accesibilid

3- ¿QUIEN ES EL PROTAGONISTA?

Hogares de estratos 1 al 4 que prefieren comprar en la tradicional plaza de mercado por tener variedad a precios más bajos y de diferentes calidades

Edad: regularmente las mujeres son las que asisten a la plaza de mercado a comprar los alimentos, el promedio de edad es desde los 25 hasta adultos mayores. Los hombres también fre

Preocupación por la calidad: Los clientes que visitan una plaza de mercado suelen estar preocupados por la calidad de los productos que compran. Buscan productos de alta calidad, y val

4- ¿CUAL ES LA SOLUCIÓN Y LA PROPUESTA DE VALOR?

Propuesta de valorMejorar el acceso, la calidad y la asequibilidad de los productos de la canasta familiar para las familias de estratos 1, 2, 3 y hasta 4, ofreciendo frutas, verduras, carnes

5- COMPETENCIA

Aspectos	Tienda Chepe	Minimercado la Esquina	Minitienda Mercedes
Localización (Ubicación geográfica)	Cajamarca	Cajamarca	Cajamarca
Productos y servicios (Atributos)	Productos de la canasta familiar	Carne y pollo y pescado	Frutas y verduras. También puntos de venta de abarrotes
Precios de venta	Excesivamente altos	Normales	Medios
Logística de distribución (Medios de envío, despacho, embalaje, otros)	Almacenes agradables, organizados logisticamente, con amplia variedad de surtido	Cuentan con una cadena de frio adecuada, precios mayoristas que le permite ofrecer	Venta en el punto de venta fisico
Ventajas y desventajas Defina al menos 3 de cada una.	Amplios, agradables, se encuentra de todo en un mismo lugar. Desventajas precios	Precios comodos para el comprador. No ofrecen cortes premium y la calidad suele	Ofrecen producto fresco y a precios comodos

6- CANALES

Estrategia de promoción	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Descuentos	En el punto fisico	ofrecer descuentos por compras superiores a 200.000	0,1
Merchandising	Punto fisico	Exhibir en un lugar llamativo los productos de menor rota	0
Estrategia de comunicación	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Establece presencia en plataformas relevantes para tu ind	Redes	Crear y optimizar perfiles en redes socialesPublicar regula	100000
Publicidad paga en redes sociales	Redes	Monitorear y responder a consultas de los medios	0
Estrategia de distribución	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Ofrecer servicio de domicilio	Fisico y digital	0	0
0	0	0	0

Estrategia de precio	Canal a utilizar	Actividades a realizar	Costo
Precios bajos	punto fisico	0	0
0	0	0	0

8- OPORTUNIDAD COMERCIAL

Tendencias a nivel mundial - Internacional
Con el crecimiento de la población mundial, se espera que la demanda de alimentos siga aumentando. Los supermercados y otras tiendas especializadas en alimentos pueden satisfacer e

Tendencias a nivel país o Latinoamérica
0

Tendencias a nivel local (Ciudad, Municipio, Región)
0

9- VALIDACIÓN

1. Qué herramientas empleaste para realizar la validación de tu producto o servicio? (Encuesta, Focus Group, Tarjeta Persona) Explica
La empresa ha validado con punto de venta fisico funcionando desde hace 1 años en el municipio de cajamarca conociendo los cambios en el consumo, tendencia de crecimiento y abord

2. Cuántas veces utilizaste la herramienta? Explica
Se tiene experiencia de validación de mercado de 1 año aproximadamente

3. Describe los resultados de validación evidenciados con las herramientas utilizadas (cualitativos y cuantitativos)
La empresa ha tenido un crecimiento exponencial año tras año, las ventas mensuales superan los 800 mil de pesos en la actualidad. Es una empresa con un potencial de crecimiento aun

4. Menciona las oportunidades de mejora del producto o servicio evidenciadas con las herramientas de validación utilizadas.
Ampliar el punto de venta actual y ampliar el portafolio de productos

5. Menciona el precio de venta estimado de cada uno de tus productos o servicios
Al ser un mini mercado la lista de precios es enorme. Se tiene una utilidad del 15% sobre el valor de cada producto

6. Cuál es el avance técnico, comercial y legal a la fecha, de tu modelo de negocio
Se tiene un lugar fisico dotado con la infraestructura suficiente para la operación del neogio. Clientes establecidos.

10- LAS CIFRAS

INVERSIONES FIJAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Muebles y Enseres	Escritorio	$ 100.000.000	1	$ 100.000.000	0
Equipos Comunicacion	Computador	$ 50.000.000	1	$ 50.000.000	0
Equipo de Transporte y Carga	Vehiculos	$ 300.000.000	1	$ 300.000.000	0
Maquinaria y Equipo	Refrigeradores	$ 500.000.000	1	$ 500.000.000	0
Equipos Comunicacion	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0

0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 950.000.000	

INVERSIONES DIFERIDAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Publicidad y Mercadeo	Redes y SEO	$ 2.500.000	12	$ 30.000.000	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 30.000.000	
VALOR TOTAL PROYECTO	**$ 980.000.000**				

TIR
27%

11- EQUIPO DE TRABAJO

Cargo 1:	Gerente
Cargo 2:	Empleados
Cargo 3:	Contador
Cargo 4:	Administrador

12- NORMATIVIDAD

Norma. Permiso, Licencia o Resolución a cumplir	**Descripción del trámite a realizar**	**Costo**	**Tiempo requerido**
Matricula mercantil	**Realizar tramite ante Camara de comercio**	**$ 100.000**	1 día
manipulación de alimentos	**Realizar cursos y obtener certificado**	**$ 2.000.000**	0
0	**0**	**$ -**	0
0	**0**	**$ -**	0
0	**0**	**$ -**	0

13- PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Actividad del proceso	**Tiempo estimado de realización (minutos/horas)**	**Cargos que participan en la actividad**	**Número de personas a cargo**	**Equipos y Máquinas que se utilizan**
Contacto con el cliente	**1 minuto**	**vendedor**	**1**	**Computador**
Toma del pedido	**5 minutos**	**vendedor**	**1**	**Computador**
Cobro	**2 minutos**	**administrador**	**1**	**Computador**
Entrega del producto	**3 minutos**	**vendedor**	**1**	**Computador**
0	**0**	**0**	**0**	**0**

14- CAPACIDAD INSTALADA

Producto 1	Productos de minimercado	**Duración del proceso de producción y/o prestación del servicio**	11 minutos	**Unidades producidas o servicios prestados en esa duración**	3	**Unidad de medida**	unidades

15- RIESGOS

VARIABLE	**RIESGO**	**PLAN DE MITIGACIÓN**
Técnico	de corriente es un riesgo, puesto que se hace uso mayormente de equipos de cómputo.	rmita prevenir ese riesgo y buscar otras fuentes de energía. A su vez, contar con UPS para prevenir el daño en cada equipo de cómputo, en caso
Comercial	la apertura de un modelo de negocio similar al de la empresa en la ciudad de Ibagué, en la que	xcelente, resaltar permanentemente la calidad de los servicios y el seguimiento que se le hace a los mismos, resaltar la trayectoria que tiene la e
Talento humano	personal de la empresa. Proceso de selección inadecuado del personal. Plan: contar	editorial. Tener claridad en los contratos y que estos protejan los intereses del empleado y la empresa. Cumplir con la normatividad laboral del p
Normativo	N	N

Medio Ambiente	MA	MA
Financiero	g	erramientas indispensables del trabajo.Retraso en los pagos por parte de los clientes de la empresa. Plan: disponer de un colchón financiero que
Otro, cual?	o	o



lad de productos de con

ecuentan la plaza de me

loran el conocimiento qu

y relacionados frescos y

esta demand

ando con pr

mayor