ALCALDIA DE ARAUCA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONOMICO Y SOSTENIBLE

MODELO DE NEGOCIO LINEA DE TIENDA
DAVID LEIDA QUINTERO

IMPLEMENTACION DE ACCIONES PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA FASE II

REALIZADO POR:
FUNDACION ANDINA GOLOBAL
NIT: 900240046-5

ARAUCA 13/07/2023

TABLA DE CONTENIDO

1 PRESENTACION MODELO DE NEGOCIO..... 3

1.1 Descripción General..... 3

2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

2.1) Segmento de Clientes..... 4

2.2) Propuesta de valor..... 4

2.3) Canales..... 5

2.4) Relación con los Clientes..... 5

2.5) Fuente de Ingresos..... 6

2.6) Recursos Clave..... 6

2.7) Actividades Claves..... 7

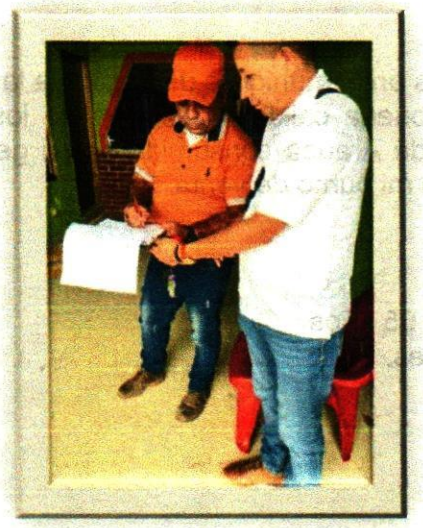
2.8) Socios claves..... 8

2.9) Estructura de costos..... 8

2.10) Proyección De Ventas..... 9

3. Conclusiones. 10

MODELO DE NEGOCIO LINEA TIENDA
DAVID LEIDA QUINTERO



La tienda de vivires en el sector es una idea de negocio rentable ya que se encuentra ligada a la comunidad ofreciendo garantías de seguridad por la cercanía a la población donde se brinda una atención personalizada El óptimo funcionamiento de las organizaciones supone la forma en la que realizan sus procesos y actividades de una manera sistemática o estandarizada, mi modelo de negocio surge a raíz de la necesidad existente en la población Araucana con el fin de obtener un mejor producto para consumo y ofrecer venta al por menor toda clase de productos para la canasta familiar de buena calidad, que supere las expectativas y complacer el paladar de los clientes al momento de consumir los productos.

El objetivo principal es ampliar la cobertura y llegar a los centros de distribución como restaurantes verdulerías de la región para posicionarme como unos de los grandes distribuidores del municipio, así mismo, contribuir a mejorar la calidad y continuidad del servicio de distribución de elementos de primera necesidad en la capital del departamento.

DESCRIPCION GENERAL

Los elementos para la venta que corresponden a elementos para la canasta familiar son adquiridos en grandes cadenas de supermercados para posteriormente comercializarlos en el municipio de Arauca de con la garantía que ofrecen los fabricantes, los cuales tendrán un proceso de producción cumpliendo con las normas sanitarias y registros según lo establece la norma aplicable a producción y comercialización de los productos que serán transportados y

almacenados en óptimas condiciones protegidos de la luz natural que le garantice buena temperatura permitiendo poner a la venta elementos fresco y de excelente calidad.

1) Segmento de Clientes.

Los productos serán distribuidos en el municipio de Arauca a las familias con poder adquisitivo que consuman elementos de buena calidad y económico los pprincipales clientes son las familias raizales del municipio de Arauca consumidores en general que requieren productos de manera oportuna cercanos a mi punto de venta.

Segmento:

- Amas de casa entre 20 y 65 años.
- Administradores de hoteles.
- Dueños de restaurantes.

Prioritarios:

- Hogares araucanos.
- Restaurantes

2) Propuesta de valor.

- Productos de buena calidad
- Atención personalizada
- Variedad de productos
- Economía y confianza

Por ser puestos de comercio que se encuentran muy cercano a los consumidores es necesario mantener la confianza en el proceso de venta personal mediante una atención eficiente y eficaz permitiendo que los compradores se sientan a gusto en una atención personalizada acompañado y asesorando al comprador mediante una oferta de productos y servicios de buena calidad con la garantía de los productores que son los que acercan la mercancía a través de los tenderos que somos finalmente los que mantenemos permanentemente los puntos de venta a las comunidades, transportados de manera segura en vehículos especializados en los cuales no hay contacto con otras sustancias que pudieran alterar el sabor o el aroma del producto que será almacenado y en los anaqueles del puesto de venta física obviando ser almacenados en bodega para que conserven la frescura al momento llegar a las manos del consumidor final.

3) Canales.

Los medios para entregar nuestra propuesta de valora a los clientes fidelizados en la tienda física en la cual contamos con el canal tradicional ya que es un punto de encuentro e intercambio cultural donde convergen oferentes y compradores, también mediante redes sociales principalmente voz a voz, WhatsApp, Facebook para lograr mayor movimiento del producto desde las grandes casas productoras hasta el consumidor final, Si bien las ventas mediante plataformas tecnológicas nos acerca de manera ágil y efectiva tanto oferentes como compradores en las tiendas de barrio genera distanciamiento suprimiendo el contacto físico y trato humano ya acostumbrado.

Se utilizarán los canales de distribución directo desde la fábrica hasta los puntos de venta, el transporte y la distribución de los productos es de periodos cortos desde que se inicia la compra hasta que llega a la canasta familiar sólo pasan de uno a cinco días para garantizar al consumidor un producto fresco y sano bajo las buenas prácticas de producción y comercialización. Es necesario evitar la humedad, el exceso de luz solar o altas temperaturas que puedan alterar el estado natural del producto. reducir el sobrecalentamiento cambios buscos de temperatura mediante el uso de vehículos o transporte especializado manteniendo sus características de frescura, además se protege del agua y el ambiente contaminado clave para conservar las propiedades nutricionales sabor y aroma de los productos.

4) Relación con los Clientes.

Mantener buenas relaciones con los clientes nos obliga como tenderos a implementar estrategias para fidelizar los compradores resolviendo de forma inmediata mediante un proceso de venta eficiente y eficaz que permite la interacción continua de cercanía con los compradores tramitando de manera rápida los pedidos con amabilidad y ágil para garantizar la fidelización de los clientes estrechando relaciones comerciales permanentemente, es la oportunidad de generar nuevos ingresos que me permiten mejorar la calidad de vida, pero para que sea posible competir en el mercado es necesario adquirir el producto donde se garantice que son productos de excelente calidad con todas las propiedades nutricionales necesarias y se garantice su inocuidad además se requiere que sea transportado bajo cuidados especiales en vehículos diseñados para tal fin acompañado de una comercialización dinámica que permite una agradable experiencia en la interacción con los clientes mediante contacto fluido y de atención inmediata, agilidad, precisión, y amabilidad manteniendo la entrega oportuna a los clientes con las siguientes características:

- Disponibilidad del servicio siempre que el cliente lo requiera.
- Entrega inmediata.
- Atención personalizada.
- Se vende la cantidad requerida por el cliente.
- Vehículo adaptado para adecuado transporte del producto.
- Punto de venta con temperatura ambiente que permite la conservación y calidad del producto brindando así seguridad y confianza al consumidor.

- Se hará entregas puerta a puerta.

5) Fuente de Ingresos.

- INGRESOS POR VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TIENDA: Por ser productos de alto consumo presente en la dieta de todas las familias los cuales requieren elementos que aportan nutrientes a la dieta de los hogares y población en general, por lo cual tenemos garantizado el mercado y buena rentabilidad, contamos también con unos socios comerciales de gran capacidad de producción ya que ellos grandes plantas de procesamiento y empaque.

- INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS: El uso de las tecnologías, la globalización está implícita cada vez más en necesidades de Vital importancia para los seres humanos y su desenvolvimiento en la cotidianidad donde no solo se requieren productos sino también servicios los cuales mientras haya una demanda debe existir una oferta así se generan más ingresos para las organizaciones las cuales deben sacar máxima rentabilidad.

  En el proceso de ventas aplicaremos promoción en forma directa que beneficie tanto al productor como al consumidor, por lo cual no se darán promociones que generen costos a la empresa para el caso daremos a los clientes valor agregado según sea el caso, la promoción se hará efectiva en la calidad del producto o en el transporte de este según las necesidades del cliente.

6) Recursos Clave:

El municipio de Arauca adelanta el proceso cuyo objeto es la implementación de acciones para nuevos emprendimientos con el fin de apoyar una asociación de personas que laboran por cuenta propia en la actividad de cocheros de vehículos de tracción animal que prestamos el servicio de carga en el municipio en procura del cambio de actividad, soy beneficiario siendo esta la principal fuente de financiación para mi negocio.

• Económicos: El municipio de Arauca hará un aporte significativo en materia prima y equipo como principal fuente de financiación para mi emprendimiento.

• Físicos: para iniciar mi emprendimiento tengo un local adecuado con estantería además cuenta con los servicios de energía y acueducto así contribuir a la conservación de los productos en óptimas condiciones para ponerlos a la venta.

• Suministro: las materias primas son adquiridas directamente en granjas productoras para disminuir costos de producción que genera al comprar a los intermediarios, la mayoría de los productos serán comprados en el mercado local por agilidad y fácil adquisición teniendo en cuenta que en la región existen proveedores que ofertan productos de buena calidad, también se harán pedidos al interior del país a grandes distribuidores.

• Humanos: con este emprendimiento se pretende tener la mayor rentabilidad posible para ello se proyecta contar con el apoyo de una persona encargada del proceso de mantenimiento del local limpieza y constante surtido de productos y entrega de estos al consumidor final.

7) Actividades Claves.

La actividad principal del emprendimiento línea de tienda con productos en su mayoría orgánicos de excelente calidad, buscando la forma de mejorar mis ingresos mediante la puesta en el mercado de productos de consumo con características diferenciales que satisfacen el paladar y la necesidad de los clientes para ello las principales actividades son:

- Comprar elementos de tienda
- Empacar los productos
- Surtir los exhibidores y la estantería
- Vender los productos

• Producción: esencial para el proyecto desde la compra de los productos, el proceso de transporte de vital importancia para la unidad productiva es primordial hacer relaciones comerciales con productores que dinamicen los procesos de venta.

• Resolución: La necesidad que pretendemos satisfacer con los productos es marcar la diferencia en el proceso de venta de productos que deleiten el paladar de las familias y disfruten un producto fresco con un sabor diferente ya que en el mercado hay abundancia de los mismos elementos, pero no es común conseguir un mercado como el nuestro.

• Plataforma: Se llegará directamente a los distribuidores mediante la publicidad directa ya que el mercado al cual pretendemos llegar es limitado, de igual manera utilizaremos las redes sociales que no generan costos y ayudan a posicionar el producto en la región. También esperamos que las personas al obtener nuestros productos y servicios nos ayuden a referenciar con otros posibles compradores ya que estos productos son muy apetecidos por la comunidad araucana la cual es una ciudad pequeña donde la voz a voz posicionara el punto de venta.

Nota: los datos de contacto y demás serán dejados en tarjetas de presentación.

8) Socios claves.

- ✓ Alcaldía municipio de Arauca
- ✓ Granjas productoras de alimentos
- ✓ Veterinarias
- ✓ Ferreterías

9) Estructura de costos.

MATERIA PRIMA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
MERCANCIA PARA LA VENTA	1	7.000.000	7.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	2	1.320.000	2.640.000
TOTAL, MATERIA PRIMA			**9.640.000**

MANO DE OBRA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
SUELDO DE UN TENDERO		1.500.000	0
APOYO SURTIDOR DOMICILIARIO Y MANTENIMIENTO/H	12	800.000	9.600.000
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA			**9.600.000**

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
INTERNET	12	62.000	744.000
SERVICIOS PUBLICOS	12	20.000	240.000
GASTOS OCACIONALES	12	50.000	600.000
TOTAL, CIP			**1.584.000**

+ INGRESOS	**39.042.000**
- COSTOS	**19.240.000**
- GASTOS	**1.584.000**
UTILIDAD	**18.218.000**

10) Proyección de Ventas

AÑO	AUMENTO DE LA UTILIDAD	VALOR $
2024		18.218.000
2025	1.093.080	19.311.080
2026	1.158.665	20.469.745
2027	1.228.185	21.697.929
2028	1.301.876	22.999.805

- Las tiendas de barrio al ser comercios permanentes, pequeños y cercanos a las personas que habitan en una zona, tienen varias ventajas entre ellas: se pueden conseguir productos básicos necesarios, comprar de manera rápida. Son la primera opción para los consumidores cuando necesiten hacer una compra pequeña o satisfacer una necesidad básica.

- Mediante la implementación de la unidad productiva con gran expectativa aspiro vender alrededor de $182.400.000 pesos en un periodo de 12 meses. ya que estos productos son de consumo masivo, se comercializa en la región sin tener en cuenta el tamaño ni el peso, la utilidad estimada es del 20% en total no grabados venta régimen simplificado.

- Una vez recibido por parte de la administración municipal el aporte para iniciar el emprendimiento seguiré aumentando la compra y venta de productos ajustándome a las necesidades de los clientes según los principios básicos de la economía que se rigen principalmente por la ley de oferta y demanda conservando una relación de empatía con los clientes que genere confianza, fidelización de los consumidores para mantener compras continuas y recomendaciones a potenciales clientes.

3. CONCLUSIONES

Se concluye que la formulación del plan de negocios es una herramienta básica y esencial para alcanzar el objetivo que se requiere con la línea de negocio elegida. El plan se realizó teniendo en cuenta el diagnostico de las necesidades del emprendimiento, identificadas con la visita realizada en primera instancia, además de la determinación de debilidades, fortalezas y demás elementos que ayudaron a la construcción del mismo.

FIRMA	**FIRMA**	**FIRMA**
HUMBERTO PARIATANTA FERNANDEZ R/L FUNDACIÓN ANDINA GLOBAL NIT: 900.420.046-5. C.E. 268.518 DE BOGOTÁ **ELABORO**	**DAVID LEIDA QUINTERO** BENEFICIARIO PROYECTO PRODUCTIVO C.C: 6.795.860 **APROBO**	**JAIVER ALEXIS CASTILLO EREGUA** SECRETARIO AGRICULTURA, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE **REVISO**

ALCALDIA DE ARAUCA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONOMICO Y SOSTENIBLE

MODELO DE NEGOCIOS LINEA DE TIENDA
OSCAR OVALLOS TORRES.

IMPLEMENTACION DE ACCIONES PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA FASE II

REALIZADO POR:
FUNDACION ANDINA GOLOBAL
NIT: 900240046-5

ARAUCA 13/07/2023

TABLA DE CONTENIDO

1 PRESENTACIÓN MODELO DE NEGOCIO..... 3

1.1 Descripción General..... 3

2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

2.1) Segmento de Clientes..... 4

2.2) Propuesta de valor..... 4

2.3) Canales..... 5

2.4) Relación con los Clientes..... 5

2.5) Fuente de Ingresos..... 6

2.6) Recursos Clave..... 6

2.7) Actividades Claves..... 7

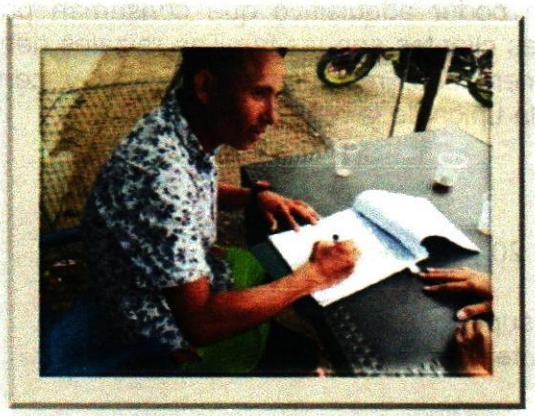
2.8) Socios claves..... 7

2.9) Estructura de costos..... 8

2.10) Proyección De Ventas..... 8

3. Conclusiones. 10

MODELO DE NEGOCIO LINEA TIENDA
OSCAR OVALLOS TORRES.



La tienda de vivires en el sector es una idea de negocio rentable ya que se encuentra ligada a la comunidad ofreciendo garantías de seguridad por la cercanía a la población donde se brinda una atención personalizada El óptimo funcionamiento de las organizaciones supone la forma en la que realizan sus procesos y actividades de una manera sistemática o estandarizada, mi modelo de negocio surge a raíz de la necesidad existente en la población Araucana con el fin de obtener un mejor producto para consumo y ofrecer venta al por menor toda clase de productos para la canasta familiar de buena calidad, que supere las expectativas y complacer el paladar de los clientes al momento de consumir los productos.

El objetivo principal es ampliar la cobertura y llegar a los centros de distribución como restaurantes verdulerías de la región para posicionarme como unos de los grandes distribuidores del municipio, así mismo, contribuir a mejorar la calidad y continuidad del servicio de distribución de elementos de primera necesidad en la capital del departamento.

DESCRIPCION GENERAL

Los elementos para la venta que corresponden a elementos para la canasta familiar son adquiridos en grandes cadenas de supermercados para posteriormente comercializarlos en el municipio de Arauca de con la garantía que ofrecen los fabricantes, los cuales tendrán un proceso de producción cumpliendo con las normas sanitarias y registros según lo establece la norma aplicable a producción y comercialización de los productos que serán transportados y almacenados en óptimas condiciones protegidos de la luz natural que le garantice buena temperatura permitiendo poner a la venta elementos fresco y de excelente calidad.

1) Segmento de Clientes.

Las frutas y verduras orgánicas, totalmente frescas serán distribuidos en el municipio de Arauca a las familias con poder adquisitivo que consuman producto de buena calidad y económico. Los pprincipales clientes son las familias raizales del municipio de Arauca, fincas aledañas, tiendas, supermercados, restaurantes, hoteles y centros turísticos que vendan platos especiales de comida típica de la región.

Segmento:

- Amas de casa entre 20 y 65 años.
- Dueños de tiendas.
- Administradores de supermercados.
- Dueños de restaurantes.

Prioritarios:

- Hogares araucanos.
- Tiendas de barrio
- Restaurantes

2) Propuesta de valor.

- Productos orgánicos
- Frutas y verduras frescas
- Ricas en sabor y aroma
- Económicos

Las frutas y verduras comercializadas son 100% de campo la ubicación de las huertas permite respetar los ciclos naturales de la tierra suprimiendo el uso de pesticidas y fertilizantes para el control de plagas que acelere el crecimiento y la productividad, también las frutas y verduras son cosechadas bajo buenas prácticas de producción y comercialización. Traídos del campo a su mesa ya que son cultivados en el municipio de Arauca transportados de manera segura trayectos cortos en los cuales no hay contacto con otras sustancias que pudieran alterar el sabor o el aroma del producto que será entregado según pedido o cada puesto de venta física obviando ser almacenados en bodega para que se conserven frescas al momento llegar a las manos del consumidor final.

3) Canales.

Los medios para entregar nuestra propuesta de valora a los clientes fidelizados en la tienda física en la cual contamos con el canal tradicional ya que es un punto de encuentro e intercambio cultural donde convergen oferentes y compradores, también mediante redes sociales principalmente voz a voz, WhatsApp, Facebook para lograr mayor movimiento del producto desde las grandes casas productoras hasta el consumidor final, Si bien las ventas mediante plataformas tecnológicas nos acerca de manera ágil y efectiva tanto oferentes como compradores en las tiendas de barrio genera distanciamiento suprimiendo el contacto físico y trato humano ya acostumbrado.

Se utilizarán los canales de distribución directo desde la fábrica hasta los puntos de venta, el transporte y la distribución de los productos es de periodos cortos desde que se inicia la compra hasta que llega a la canasta familiar sólo pasan de uno a cinco días para garantizar al consumidor un producto fresco y sano bajo las buenas prácticas de producción y comercialización. Es necesario evitar la humedad, el exceso de luz solar o altas temperaturas que puedan alterar el estado natural del producto. reducir el sobrecalentamiento cambios buscos de temperatura mediante el uso de vehículos o transporte especializado manteniendo sus características de frescura, además se protege del agua y el ambiente contaminado clave para conservar las propiedades nutricionales sabor y aroma de los productos.

4) Relación con los Clientes.

Mantener buenas relaciones con los clientes nos obliga como tenderos a implementar estrategias para fidelizar los compradores resolviendo de forma inmediata mediante un proceso de venta eficiente y eficaz que permite la interacción continua de cercanía con los compradores tramitando de manera rápida los pedidos con amabilidad y ágil para garantizar la fidelización de los clientes estrechando relaciones comerciales permanentemente, es la oportunidad de generar nuevos ingresos que me permiten mejorar la calidad de vida, pero para que sea posible competir en el mercado es necesario adquirir el producto donde se garantice que son productos de excelente calidad con todas las propiedades nutricionales necesarias y se garantice su inocuidad además se requiere que sea transportado bajo cuidados especiales en vehículos diseñados para tal fin acompañado de una comercialización dinámica que permite una agradable experiencia en la interacción con los clientes mediante contacto fluido y de atención inmediata, agilidad, precisión, y amabilidad manteniendo la entrega oportuna a los clientes con las siguientes características:

- Disponibilidad del servicio siempre que el cliente lo requiera.
- Entrega inmediata.
- Atención personalizada.
- Se vende la cantidad requerida por el cliente.
- Vehículo adaptado para adecuado transporte del producto.
- Punto de venta con temperatura ambiente que permite la conservación y calidad del producto brindando así seguridad y confianza al consumidor.
- Se hará entregas puerta a puerta.

5) Fuente de Ingresos.

- INGRESOS POR VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TIENDA: Por ser productos de alto consumo presente en la dieta de todas las familias los cuales requieren elementos que aportan nutrientes a la dieta de los hogares y población en general, por lo cual tenemos garantizado el mercado y buena rentabilidad, contamos también con unos socios comerciales de gran capacidad de producción ya que ellos grandes plantas de procesamiento y empaque.

- INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS: El uso de las tecnologías, la globalización está implícita cada vez más en necesidades de Vital importancia para los seres humanos y su desenvolvimiento en la cotidianidad donde no solo se requieren productos sino también servicios los cuales mientras haya una demanda debe existir una oferta así se generan más ingresos para las organizaciones las cuales deben sacar máxima rentabilidad.

  En el proceso de ventas aplicaremos promoción en forma directa que beneficie tanto al productor como al consumidor, por lo cual no se darán promociones que generen costos a la empresa para el caso daremos a los clientes valor agregado según sea el caso, la promoción se hará efectiva en la calidad del producto o en el transporte de este según las necesidades del cliente.

6) Recursos Clave:

El municipio de Arauca adelanta el proceso cuyo objeto es la implementación de acciones para nuevos emprendimientos con el fin de apoyar una asociación de personas que laboran por cuenta propia en la actividad de cocheros de vehículos de tracción animal que prestamos el servicio de carga en el municipio en procura del cambio de actividad, soy beneficiario siendo esta la principal fuente de financiación para mi negocio.

• Económicos: El municipio de Arauca hará un aporte significativo en materia prima y equipo como principal fuente de financiación para mi emprendimiento.

• Físicos: para iniciar mi emprendimiento tengo un local adecuado con estantería además cuenta con los servicios de energía y acueducto así contribuir a la conservación de los productos en óptimas condiciones para ponerlos a la venta.

• Suministro: las materias primas son adquiridas directamente en granjas productoras para disminuir costos de producción que genera al comprar a los intermediarios, la mayoría de los productos serán comprados en el mercado local por agilidad y fácil adquisición teniendo en cuenta que en la región existen proveedores que ofertan productos de buena calidad, también se harán pedidos al interior del país a grandes distribuidores.

• Humanos: con este emprendimiento se pretende tener la mayor rentabilidad posible para ello se proyecta contar con el apoyo de una persona encargada del proceso de mantenimiento del local limpieza y constante surtido de productos y entrega de estos al consumidor final.

7) Actividades Claves.

La actividad principal del emprendimiento línea de tienda con productos en su mayoría orgánicos de excelente calidad, buscando la forma de mejorar mis ingresos mediante la puesta en el mercado de productos de consumo con características diferenciales que satisfacen el paladar y la necesidad de los clientes para ello las principales actividades son:

- Comprar elementos de tienda
- Empacar los productos
- Surtir los exhibidores y la estantería
- Vender los productos

• Producción: esencial para el proyecto desde la compra de los productos, el proceso de transporte de vital importancia para la unidad productiva es primordial hacer relaciones comerciales con productores que dinamicen los procesos de venta.

• Resolución: La necesidad que pretendemos satisfacer con los productos es marcar la diferencia en el proceso de venta de productos que deleiten el paladar de las familias y disfruten un producto fresco con un sabor diferente ya que en el mercado hay abundancia de los mismos elementos, pero no es común conseguir un mercado como el nuestro.

• Plataforma: Se llegará directamente a los distribuidores mediante la publicidad directa ya que el mercado al cual pretendemos llegar es limitado, de igual manera utilizaremos las redes sociales que no generan costos y ayudan a posicionar el producto en la región. También esperamos que las personas al obtener nuestros productos y servicios nos ayuden a referenciar con otros posibles compradores ya que estos productos son muy apetecidos por la comunidad araucana la cual es una ciudad pequeña donde la voz a voz posicionara el punto de venta.

Nota: los datos de contacto y demás serán dejados en tarjetas de presentación.

8) Socios claves.

- ✓ Alcaldía municipio de Arauca
- ✓ Granjas productoras de alimentos
- ✓ Veterinarias
- ✓ Ferreterías

9) Estructura de costos.

MATERIA PRIMA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
MERCANCIA PARA LA VENTA	1	7.000.000	7.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	2	1.320.000	2.640.000
TOTAL, MATERIA PRIMA			**9.640.000**

MANO DE OBRA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
SUELDO DE UN TENDERO		1.500.000	0
APOYO SURTIDOR DOMICILIARIO Y MANTENIMIENTO/H	12	800.000	9.600.000
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA			***9.600.000***

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
INTERNET	12	62.000	744.000
SERVICIOS PUBLICOS	12	20.000	240.000
GASTOS OCACIONALES	12	50.000	600.000
TOTAL, CIP			**1.584.000**

+ INGRESOS	**39.042.000**
- COSTOS	**19.240.000**
- GASTOS	**1.584.000**
UTILIDAD	**18.218.000**

10) Proyección de Ventas

AÑO	AUMENTO DE LA UTILIDAD	VALOR $
2024		18.218.000
2025	1.093.080	19.311.080
2026	1.158.665	20.469.745
2027	1.228.185	21.697.929
2028	1.301.876	22.999.805

- Las tiendas de barrio al ser comercios permanentes, pequeños y cercanos a las personas que habitan en una zona, tienen varias ventajas entre ellas: se pueden conseguir productos básicos necesarios, comprar de manera rápida. Son la primera opción para los consumidores cuando necesiten hacer una compra pequeña o satisfacer una necesidad básica.

- Mediante la implementación de la unidad productiva con gran expectativa aspiro vender alrededor de $182.400.000 pesos en un periodo de 12 meses. ya que estos productos son de consumo masivo, se comercializa en la región sin tener en cuenta el tamaño ni el peso, la utilidad estimada es del 20% en total no grabados venta régimen simplificado.

- Una vez recibido por parte de la administración municipal el aporte para iniciar el emprendimiento seguiré aumentando la compra y venta de productos ajustándome a las necesidades de los clientes según los principios básicos de la economía que se rigen principalmente por la ley de oferta y demanda conservando una relación de empatía con los clientes que genere confianza, fidelización de los consumidores para mantener compras continuas y recomendaciones a potenciales clientes.

3. CONCLUSIONES

Se concluye que la formulación del plan de negocios es una herramienta básica y esencial para alcanzar el objetivo que se requiere con la línea de negocio elegida. El plan se realizó teniendo en cuenta el diagnostico de las necesidades del emprendimiento, identificadas con la visita realizada en primera instancia, además de la determinación de debilidades, fortalezas y demás elementos que ayudaron a la construcción del mismo.

FIRMA	FIRMA	FIRMA
HUMBERTO PARIATANTA FERNANDEZ R/L FUNDACIÓN ANDINA GLOBAL NIT: 900.420.046-5. C.E. 268.518 DE BOGOTÁ **ELABORO**	**OSCAR OVALLOS TORRES** BENEFICIARIO PROYECTO PRODUCTIVO C.C: 1.006.455.042 **APROBO**	**JAIVER ALEXIS CASTILLO EREGUA** SECRETARIO AGRICULTURA, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE **REVISO**

LINEA DE VERDURERIA
ROVINSON OVALLOS TORRES



Este modelo de negocio surge a raíz de la necesidad existente en la población Araucana con el fin de obtener un mejor producto para consumo y ofrecer venta al por menor toda clase de frutas, verduras, hortaliza, tubérculos, setas y otros alimentos similares verduras de buena calidad, que supere las expectativas y complacer el paladar de los clientes al momento de consumir el producto. El objetivo principal es ampliar la cobertura y llegar a los centros de distribución como restaurantes de comidas gourmet, típicas de la región y supermercados para posicionarme como unos de los grandes distribuidores de la región, así mismo, contribuir a mejorar la calidad y continuidad del servicio de distribución de frutas y verduras en el municipio de Arauca.

DESCRIPCION GENERAL

Las frutas y verduras es un artículo producido comercializado desde fincas del municipio Arauca y Boyacá de con la garantía que ofrecen los productores en buenas prácticas agropecuarias, los cuales tendrán un proceso de producción orgánica en granjas amplios cumpliendo con las normas sanitarias cercado como corresponde con tratamiento adecuado y abonos orgánicos con agua y aseo permanente, luz natural que le garantice buena temperatura obteniendo el producto será orgánico fresco y de excelente calidad.

1) Segmento de Clientes.

Las frutas y verduras orgánicas, totalmente frescas serán distribuidos en el municipio de Arauca a las familias con poder adquisitivo que consuman producto de buena calidad y económico. Los pprincipales clientes son las familias raizales del municipio de Arauca, fincas aledañas, tiendas, supermercados, restaurantes, hoteles y centros turísticos que vendan platos especiales de comida típica de la región.

Segmento:

- Amas de casa entre 20 y 65 años.
- Dueños de tiendas.
- Administradores de supermercados.
- Dueños de restaurantes.

Prioritarios:

- Hogares araucanos.
- Tiendas de barrio
- Restaurantes

2) Propuesta de valor.

- Productos orgánicos
- Frutas y verduras frescas
- Ricas en sabor y aroma
- Económicos

Las frutas y verduras comercializadas son 100% de campo la ubicación de las huertas permite respetar los ciclos naturales de la tierra suprimiendo el uso de pesticidas y fertilizantes para el control de plagas que acelere el crecimiento y la productividad, también las frutas y verduras son cosechadas bajo buenas prácticas de producción y comercialización. Traídos del campo a su mesa ya que son cultivados en el municipio de Arauca transportados de manera segura trayectos cortos en los cuales no hay contacto con otras sustancias que pudieran alterar el sabor o el aroma del producto que será entregado según pedido o cada puesto de venta física obviando ser almacenados en bodega para que se conserven frescas al momento llegar a las manos del consumidor final.

3) Canales.

Los medios para entregar nuestra propuesta de valora a los clientes fidelizados en la tienda física, mediante redes sociales principalmente voz a voz, WhatsApp, Facebook para lograr el movimiento del producto desde la producción hasta el consumidor, se utilizarán los canales de distribución directo desde la granja productora hasta los puntos de venta. El transporte y la distribución de frutas y verduras es de periodos cortos desde que se inicia la recolección o cosecha hasta que llega a tu casa sólo pasan de uno a tres días para garantizar al consumidor un producto además de orgánico muy fresco y sano bajo las buenas prácticas de producción y comercialización.

Los alimentos perecederos como son las frutas y verduras deben ir bien protegidos y siempre en relación con proporcionar buen cuidado e higiene. Evitar la pérdida de agua del producto. reducir el sobrecalentamiento mediante el uso de vehículos o transporte especializado controlando los cambios bruscos de temperatura manteniendo sus características de frescura y se alarga su periodo de vencimiento por más de una semana, además se protege de la humedad y el ambiente contaminado clave para conservar las propiedades nutricionales que ofrecen las verduras al momento de su consumo por ello utilizaremos carro moto donde se pueda evitar el apilamiento, regular la temperatura manteniendo la calidad y frescura del producto.

4) Relación con los Clientes.

Las hortalizas es un alimento habitual en la dieta de las familias por tal motivo veo la oportunidad de generar nuevos ingresos que me permiten a mi mejorar la calidad de vida, pero para que sea posible competir en el mercado es necesario adquirir el producto donde se garantice que el cultivo es orgánico y fresco con todas las propiedades nutricionales necesarias y se garantice su inocuidad del producto además se requiere que sea transportado bajo cuidados especiales en vehículos diseñados para tal fin acompañado de una comercialización dinámica que garantice de una agradable experiencia en la interacción con los clientes mediante contacto fluido y de atención inmediata, agilidad, precisión y amabilidad manteniendo la entrega oportuna a los clientes con las siguientes características:

- Disponibilidad del servicio siempre que el cliente lo requiera.
- Vehículo adaptado para adecuado transporte del producto.
- Punto de venta con temperatura ambiente que permite la conservación y calidad del producto brindando así seguridad y confianza al consumidor.
- Se hará entregas puerta a puerta.

5) Fuente de Ingresos.

- INGRESOS POR VENTAS DE VERDURAS: Por ser un producto de alto consumo que aportan a la dieta gran cantidad de fibra en la alimentación vitaminas y minerales por lo cual tenemos garantizado el mercado y buena rentabilidad, contamos también con unos socios comerciales de gran capacidad de producción ya que ellos tienen unas granjas en producción.

  En el proceso de ventas aplicaremos promoción en forma directa que beneficie tanto al productor como al consumidor, por lo cual no se darán promociones que generen costos a la empresa para el caso daremos a los clientes valor agregado según sea el caso, la promoción se hará efectiva en la calidad del producto o en el transporte de este según las necesidades del cliente.

6) Recursos Clave:

El municipio de Arauca adelanta el proceso cuyo objeto es la implementación de acciones para nuevos emprendimientos con el fin de apoyar una asociación de personas que laboran por cuenta propia en la actividad de cocheros de vehículos de tracción animal que prestamos el servicio de carga en el municipio en procura del cambio de actividad, soy beneficiario siendo esta la principal fuente de financiación para mi negocio.

• Económicos: El municipio de Arauca hará un aporte significativo en materia prima y equipo como principal fuente de financiación para mi emprendimiento elementos descritos en la tabla anterior.

• Físicos: para iniciar mi emprendimiento tengo un local adecuado con estantería además cuenta con los servicios de energía y acueducto así contribuir a la conservación de los productos en óptimas condiciones para ponerlos a la venta.

• Suministro: las materias primas son adquiridas directamente en granjas productoras para disminuir costos de producción que genera al comprar a los intermediarios, la mayoría de los productos serán comprados en el mercado local por agilidad y fácil adquisición teniendo en cuenta que en la región existen proveedores que ofertan productos de buena calidad.

• Humanos: con este emprendimiento se pretende tener la mayor rentabilidad posible para ello se proyecta contar con el apoyo de una persona encargada del proceso de mantenimiento del local limpieza y constante surtido de productos y entrega de estos al consumidor final.

7) **Actividades Claves.**

La actividad principal del emprendimiento comercialización de frutas y verduras orgánicos de excelente calidad, buscando la forma de mejorar mis ingresos mediante la puesta en el mercado de un producto de consumo con características diferenciales que satisfacen el paladar y la necesidad de los clientes para ello las principales actividades son:

- Comprar verduras
- Empacar los productos
- Surtir los exhibidores y la estantería
- Vender los productos
- Vender para alimento de granjas productos que hayan perdido la frescura por mal manejo o por cumplimiento del siclo.

• Producción: esencial para el proyecto desde la compra de los productos, el proceso de transporte de vital importancia para la unidad productiva es relevante también la implementación en las granjas productoras de buenas prácticas de producción.

• Resolución: La necesidad que pretendemos satisfacer con los productos es marcar la diferencia en el consumo de frutas y verduras orgánicas que deleiten el paladar de las familias y disfruten un producto fresco con un sabor diferente ya que en el mercado hay abundancia de los mismos elementos, pero no es común conseguir un mercado como el nuestro.

• Plataforma: Se llegará directamente a los distribuidores mediante la publicidad directa ya que el mercado al cual pretendemos llegar es limitado, de igual manera utilizaremos las redes sociales que no generan costos y ayudan a posicionar el producto en la región. También esperamos que las personas al obtener nuestros productos nos ayuden a referenciar con otros posibles compradores ya que estos productos son muy apetecidos por la comunidad araucana la cual es una ciudad pequeña donde la voz a voz posicionara el punto de venta.

Nota: los datos de contacto y demás serán dejados en tarjetas de presentación.

8) Socios claves.

- ✓ Alcaldía municipio de Arauca
- ✓ Granjas productoras de alimentos
- ✓ Veterinarias
- ✓ Ferreterías

9) Estructura de costos.

MATERIA PRIMA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
MERCANCIA PARA LA VENTA	1	6.989.400	6.989.400
MAQUINARIA Y EQUIPO	2	1.322.600	2.645.200
TOTAL, MATERIA PRIMA			**9.634.600**
MANO DE OBRA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
SUELDO DE UN TENDERO		1.500.000	0
APOYO SURTIDOR DOMICILIARIO Y MANTENIMIENTO	12	800.000	9.600.000
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA			**9.600.000**
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
INTERNET	12	55.000	660.000
SERVICIOS PUBLICOS	12	48.700	584.400
GASTOS OCACIONALES	12	40.000	480.000
TOTAL, CIP			**1.724.400**

+ INGRESOS	**35.107.200**
- COSTOS	**19.234.600**
- GASTOS	**1.724.400**
UTILIDAD	**14.148.200**

10) proyección de ventas

AÑO	AUMENTO DE LA UTILIDAD	VALOR $
2024		14.148.200
2025	848.892	14.997.092
2026	899.826	15.896.918
2027	953.815	16.850.733
2028	1.011.044	17.861.777

- Las charcuterías al ser comercios permanentes, cercanos a las personas que habitan en una zona, tienen varias ventajas entre ellas: se pueden conseguir productos básicos

ALCALDIA DE ARAUCA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONOMICO Y SOSTENIBLE

MODELO DE NEGOCIOS LINEA DE VERDURERIA
ROBINSON OVALLOS TORRES

IMPLEMENTACION DE ACCIONES PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA FASE II

REALIZADO POR:

FUNDACION ANDINA GOLOBAL
NIT: 900240046-5

ARAUCA 13/07/2023

TABLA DE CONTENIDO

1 PRESENTACIÓN MODELO DE NEGOCIO..... 3

1.1 Descripción General..... 3

2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

2.1) Segmento de Clientes..... 4

2.2) Propuesta de valor..... 4

2.3) Canales..... 5

2.4) Relación con los Clientes..... 5

2.5) Fuente de Ingresos..... 6

2.6) Recursos Clave..... 6

2.7) Actividades Claves..... 7

2.8) Socios claves..... 7

2.9) Estructura de costos..... 8

2.10) Proyección De Ventas..... 8

3. Conclusiones. 10

para la alimentación, necesarios para la comprar de manera rápida. Son la primera opción para los consumidores de proteínas cuando necesiten hacer una compra.

- Mediante la implementación de la unidad productiva con gran expectativa aspiro vender alrededor de $ 175.536.000 millones de pesos en un periodo de 12 meses. ya que estos productos son de consumo masivo, se comercializa en la región teniendo presente el peso y unidad de empaque, la utilidad estimada es del 20% en total de ventas no grabados régimen simplificado.

- Una vez recibido por parte de la administración municipal el aporte para iniciar el emprendimiento seguiré aumentando la compra y venta de productos ajustándome a las necesidades de los clientes según los principios básicos de la economía que se rigen primordialmente por la ley de oferta y demanda conservando una relación de empatía con los clientes que genere confianza, fidelización de los consumidores para mantener compras continuas y recomendaciones a potenciales clientes.

3. CONCLUSIONES

Se concluye que la formulación del plan de negocios es una herramienta básica y esencial para alcanzar el objetivo que se requiere con la línea de negocio elegida. El plan se realizó teniendo en cuenta el diagnostico de las necesidades del emprendimiento, identificadas con la visita realizada en primera instancia, además de la determinación de debilidades, fortalezas y demás elementos que ayudaron a la construcción del mismo.

FIRMA	FIRMA	FIRMA
HUMBERTO PARIATANTA FERNANDEZ R/L FUNDACIÓN ANDINA GLOBAL NIT: 900.420.046-5. C.E. 268.518 DE BOGOTÁ **ELABORO**	**ROBINSON OVALLOS TORRES** BENEFICIARIO PROYECTO PRODUCTIVO C.C: 1.006.455.041 **APROBO**	**JAIVER ALEXIS CASTILLO EREGUA** SECRETARIO AGRICULTURA, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE **REVISO**

ALCALDIA DE ARAUCA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONOMICO Y SOSTENIBLE

MODELO DE NEGOCIO LINEA DE TIENDA
LEVI MANSUR ROJAS ROMERO.

IMPLEMENTACION DE ACCIONES PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA FASE II

REALIZADO POR:
FUNDACION ANDINA GOLOBAL
NIT: 900240046-5

ARAUCA 13/07/2023

TABLA DE CONTENIDO

1 PRESENTACION MODELO DE NEGOCIO..... 3

1.1 Descripción General..... 3

2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

2.1) Segmento de Clientes..... 4

2.2) Propuesta de valor..... 4

2.3) Canales..... 5

2.4) Relación con los Clientes..... 5

2.5) Fuente de Ingresos..... 6

2.6) Recursos Clave..... 6

2.7) Actividades Claves..... 7

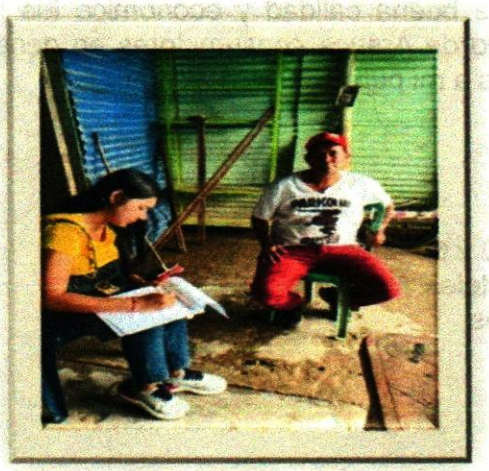
2.8) Socios claves..... 7

2.9) Estructura de costos..... 8

3. Proyección De Ventas..... 8

4. Firma Del Documento..... 10

MODELO DE NEGOCIO LINEA TIENDA
LEVI MANSUR ROJAS ROMERO.



La tienda de vivires en el sector es una idea de negocio rentable ya que se encuentra ligada a la comunidad ofreciendo garantías de seguridad por la cercanía a la población donde se brinda una atención personalizada El óptimo funcionamiento de las organizaciones supone la forma en la que realizan sus procesos y actividades de una manera sistemática o estandarizada, mi modelo de negocio surge a raíz de la necesidad existente en la población Araucana con el fin de obtener un mejor producto para consumo y ofrecer venta al por menor toda clase de productos para la canasta familiar de buena calidad, que supere las expectativas y complacer el paladar de los clientes al momento de consumir los productos.

El objetivo principal es ampliar la cobertura y llegar a los centros de distribución como restaurantes verdulerías de la región para posicionarme como unos de los grandes distribuidores del municipio, así mismo, contribuir a mejorar la calidad y continuidad del servicio de distribución de elementos de primera necesidad en la capital del departamento.

DESCRIPCION GENERAL

Los elementos para la venta que corresponden a elementos para la canasta familiar son adquiridos en grandes cadenas de supermercados para posteriormente comercializarlos en el municipio de Arauca de con la garantía que ofrecen los fabricantes, los cuales tendrán un proceso de producción cumpliendo con las normas sanitarias y registros según lo establece la norma aplicable a producción y comercialización de los productos que serán transportados y almacenados en óptimas condiciones protegidos de la luz natural que le garantice buena temperatura permitiendo poner a la venta elementos fresco y de excelente calidad.

1) Segmento de Clientes.

Los productos serán distribuidos en el municipio de Arauca a las familias con poder adquisitivo que consuman elementos de buena calidad y económico los pprincipales clientes son las familias raizales del municipio de Arauca consumidores en general que requieren productos de manera oportuna cercanos a mi punto de venta.

Segmento:

- Amas de casa entre 20 y 65 años.
- Administradores de hoteles.
- Dueños de restaurantes.

Prioritarios:

- Hogares araucanos.
- Restaurantes

2) Propuesta de valor.

- Productos de buena calidad
- Atención personalizada
- Variedad de productos
- Economía y confianza

Por ser puestos de comercio que se encuentran muy cercano a los consumidores es necesario mantener la confianza en el proceso de venta personal mediante una atención eficiente y eficaz permitiendo que los compradores se sientan a gusto en una atención personalizada acompañado y asesorando al comprador mediante una oferta de productos y servicios de buena calidad con la garantía de los productores que son los que acercan la mercancía a través de los tenderos que somos finalmente los que mantenemos permanentemente los puntos de venta a las comunidades, transportados de manera segura en vehículos especializados en los cuales no hay contacto con otras sustancias que pudieran alterar el sabor o el aroma del producto que será almacenado y en los anaqueles del puesto de venta física obviando ser almacenados en bodega para que conserven la frescura al momento llegar a las manos del consumidor final.

3) Canales.

Los medios para entregar nuestra propuesta de valora a los clientes fidelizados en la tienda física en la cual contamos con el canal tradicional ya que es un punto de encuentro e intercambio cultural donde convergen oferentes y compradores, también mediante redes sociales principalmente voz a voz, WhatsApp, Facebook para lograr mayor movimiento del producto desde las grandes casas productoras hasta el consumidor final, Si bien las ventas mediante plataformas tecnológicas nos acerca de manera ágil y efectiva tanto oferentes como compradores en las tiendas de barrio genera distanciamiento suprimiendo el contacto físico y trato humano ya acostumbrado.

Se utilizarán los canales de distribución directo desde la fábrica hasta los puntos de venta, el transporte y la distribución de los productos es de periodos cortos desde que se inicia la compra hasta que llega a la canasta familiar sólo pasan de uno a cinco días para garantizar al consumidor un producto fresco y sano bajo las buenas prácticas de producción y comercialización. Es necesario evitar la humedad, el exceso de luz solar o altas temperaturas que puedan alterar el estado natural del producto. reducir el sobrecalentamiento cambios buscos de temperatura mediante el uso de vehículos o transporte especializado manteniendo sus características de frescura, además se protege del agua y el ambiente contaminado clave para conservar las propiedades nutricionales sabor y aroma de los productos.

4) Relación con los Clientes.

Mantener buenas relaciones con los clientes nos obliga como tenderos a implementar estrategias para fidelizar los compradores resolviendo de forma inmediata mediante un proceso de venta eficiente y eficaz que permite la interacción continua de cercanía con los compradores tramitando de manera rápida los pedidos con amabilidad y ágil para garantizar la fidelización de los clientes estrechando relaciones comerciales permanentemente, es la oportunidad de generar nuevos ingresos que me permiten mejorar la calidad de vida, pero para que sea posible competir en el mercado es necesario adquirir el producto donde se garantice que son productos de excelente calidad con todas las propiedades nutricionales necesarias y se garantice su inocuidad además se requiere que sea transportado bajo cuidados especiales en vehículos diseñados para tal fin acompañado de una comercialización dinámica que permite una agradable experiencia en la interacción con los clientes mediante contacto fluido y de atención inmediata, agilidad, precisión, y amabilidad manteniendo la entrega oportuna a los clientes con las siguientes características:

- Disponibilidad del servicio siempre que el cliente lo requiera.
- Entrega inmediata.
- Atención personalizada.
- Se vende la cantidad requerida por el cliente.
- Vehículo adaptado para adecuado transporte del producto.
- Punto de venta con temperatura ambiente que permite la conservación y calidad del producto brindando así seguridad y confianza al consumidor.
- Se hará entregas puerta a puerta.

5) Fuente de Ingresos.

- INGRESOS POR VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TIENDA: Por ser productos de alto consumo presente en la dieta de todas las familias los cuales requieren elementos que aportan nutrientes a la dieta de los hogares y población en general, por lo cual tenemos garantizado el mercado y buena rentabilidad, contamos también con unos socios comerciales de gran capacidad de producción ya que ellos grandes plantas de procesamiento y empaque.

- INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS: El uso de las tecnologías, la globalización está implícita cada vez más en necesidades de Vital importancia para los seres humanos y su desenvolvimiento en la cotidianidad donde no solo se requieren productos sino también servicios los cuales mientras haya una demanda debe existir una oferta así se generan más ingresos para las organizaciones las cuales deben sacar máxima rentabilidad.

  En el proceso de ventas aplicaremos promoción en forma directa que beneficie tanto al productor como al consumidor, por lo cual no se darán promociones que generen costos a la empresa para el caso daremos a los clientes valor agregado según sea el caso, la promoción se hará efectiva en la calidad del producto o en el transporte de este según las necesidades del cliente.

6) Recursos Clave:

El municipio de Arauca adelanta el proceso cuyo objeto es la implementación de acciones para nuevos emprendimientos con el fin de apoyar una asociación de personas que laboran por cuenta propia en la actividad de cocheros de vehículos de tracción animal que prestamos el servicio de carga en el municipio en procura del cambio de actividad, soy beneficiario siendo esta la principal fuente de financiación para mi negocio.

• Económicos: El municipio de Arauca hará un aporte significativo en materia prima y equipo como principal fuente de financiación para mi emprendimiento.

• Físicos: para iniciar mi emprendimiento tengo un local adecuado con estantería además cuenta con los servicios de energía y acueducto así contribuir a la conservación de los productos en óptimas condiciones para ponerlos a la venta.

• Suministro: las materias primas son adquiridas directamente en granjas productoras para disminuir costos de producción que genera al comprar a los intermediarios, la mayoría de los productos serán comprados en el mercado local por agilidad y fácil adquisición teniendo en cuenta que en la región existen proveedores que ofertan productos de buena calidad, también se harán pedidos al interior del país a grandes distribuidores.

• Humanos: con este emprendimiento se pretende tener la mayor rentabilidad posible para ello se proyecta contar con el apoyo de una persona encargada del proceso de mantenimiento del local limpieza y constante surtido de productos y entrega de estos al consumidor final.

7) Actividades Claves.

La actividad principal del emprendimiento línea de tienda con productos en su mayoría orgánicos de excelente calidad, buscando la forma de mejorar mis ingresos mediante la puesta en el mercado de productos de consumo con características diferenciales que satisfacen el paladar y la necesidad de los clientes para ello las principales actividades son:

- Comprar elementos de tienda
- Empacar los productos
- Surtir los exhibidores y la estantería
- Vender los productos

• Producción: esencial para el proyecto desde la compra de los productos, el proceso de transporte de vital importancia para la unidad productiva es primordial hacer relaciones comerciales con productores que dinamicen los procesos de venta.

• Resolución: La necesidad que pretendemos satisfacer con los productos es marcar la diferencia en el proceso de venta de productos que deleiten el paladar de las familias y disfruten un producto fresco con un sabor diferente ya que en el mercado hay abundancia de los mismos elementos, pero no es común conseguir un mercado como el nuestro.

• Plataforma: Se llegará directamente a los distribuidores mediante la publicidad directa ya que el mercado al cual pretendemos llegar es limitado, de igual manera utilizaremos las redes sociales que no generan costos y ayudan a posicionar el producto en la región. También esperamos que las personas al obtener nuestros productos y servicios nos ayuden a referenciar con otros posibles compradores ya que estos productos son muy apetecidos por la comunidad araucana la cual es una ciudad pequeña donde la voz a voz posicionara el punto de venta.

Nota: los datos de contacto y demás serán dejados en tarjetas de presentación.

8) Socios claves.

- ✓ Alcaldía municipio de Arauca
- ✓ Granjas productoras de alimentos
- ✓ Veterinarias
- ✓ Ferreterías

9) Estructura de costos.

MATERIA PRIMA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
MERCANCIA PARA LA VENTA	1	7.000.000	7.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	2	1.320.000	2.640.000
TOTAL, MATERIA PRIMA			**9.640.000**

MANO DE OBRA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
SUELDO DE UN TENDERO		1.500.000	0
APOYO SURTIDOR DOMICILIARIO Y MANTENIMIENTO/H	12	800.000	9.600.000
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA			**9.600.000**

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
INTERNET	12	62.000	744.000
SERVICIOS PUBLICOS	12	20.000	240.000
GASTOS OCACIONALES	12	50.000	600.000
TOTAL, CIP			**1.584.000**

+ INGRESOS	**39.042.000**
- COSTOS	**19.240.000**
- GASTOS	**1.584.000**
UTILIDAD	**18.218.000**

10) Proyección de Ventas

AÑO	AUMENTO DE LA UTILIDAD	VALOR $
2024		18.218.000
2025	1.093.080	19.311.080
2026	1.158.665	20.469.745
2027	1.228.185	21.697.929
2028	1.301.876	22.999.805

- Las tiendas de barrio al ser comercios permanentes, pequeños y cercanos a las personas que habitan en una zona, tienen varias ventajas entre ellas: se pueden conseguir productos básicos necesarios, comprar de manera rápida. Son la primera

opción para los consumidores cuando necesiten hacer una compra pequeña o satisfacer una necesidad básica.

- Mediante la implementación de la unidad productiva con gran expectativa aspiro vender alrededor de $182.400.000 pesos en un periodo de 12 meses. ya que estos productos son de consumo masivo, se comercializa en la región sin tener en cuenta el tamaño ni el peso, la utilidad estimada es del 20% en total no grabados venta régimen simplificado.

- Una vez recibido por parte de la administración municipal el aporte para iniciar el emprendimiento seguiré aumentando la compra y venta de productos ajustándome a las necesidades de los clientes según los principios básicos de la economía que se rigen principalmente por la ley de oferta y demanda conservando una relación de empatía con los clientes que genere confianza, fidelización de los consumidores para mantener compras continuas y recomendaciones a potenciales clientes.

3. CONCLUSIONES

Se concluye que la formulación del plan de negocios es una herramienta básica y esencial para alcanzar el objetivo que se requiere con la línea de negocio elegida. El plan se realizó teniendo en cuenta el diagnostico de las necesidades del emprendimiento, identificadas con la visita realizada en primera instancia, además de la determinación de debilidades, fortalezas y demás elementos que ayudaron a la construcción del mismo.

FIRMA	FIRMA	FIRMA
HUMBERTO PARIATANTA FERNANDEZ R/L FUNDACIÓN ANDINA GLOBAL NIT: 900.420.046-5. C.E. 268.518 DE BOGOTÁ **ELABORO**	**LEVI MANSUR ROJAS ROMERO** BENEFICIARIO PROYECTO PRODUCTIVO C.C: 88.218.372 **APROBO**	**JAIVER ALEXIS CASTILLO EREGUA** SECRETARIO AGRICULTURA, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE **REVISO**

ALCALDIA DE ARAUCA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONOMICO Y SOSTENIBLE

MODELO DE NEGOCIOS LINEA DE TIENDA
HENRY ALCIDES RODRIGUEZ

IMPLEMENTACION DE ACCIONES PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA FASE II

REALIZADO POR:
FUNDACION ANDINA GOLOBAL
NIT: 900240046-5

ARAUCA 13/07/2023

TABLA DE CONTENIDO

1 PRESENTACION MODELO DE NEGOCIO..... 3

1.1 Descripción General..... 3

2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

2.1) Segmento de Clientes..... 4

2.2) Propuesta de valor..... 4

2.3) Canales..... 5

2.4) Relación con los Clientes..... 5

2.5) Fuente de Ingresos..... 6

2.6) Recursos Clave..... 6

2.7) Actividades Claves..... 7

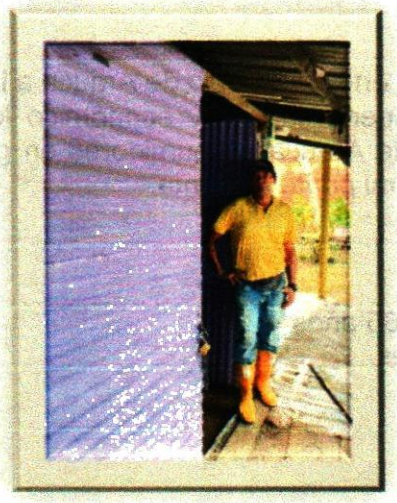
2.8) Socios claves..... 8

2.9) Estructura de costos..... 8

2.10) Proyección De Ventas..... 9

3. Conclusiones. 10

MODELO DE NEGOCIO LINEA TIENDA
HENRY ALCIDES RODRIGUEZ.



La tienda de vivires en el sector es una idea de negocio rentable ya que se encuentra ligada a la comunidad ofreciendo garantías de seguridad por la cercanía a la población donde se brinda una atención personalizada El óptimo funcionamiento de las organizaciones supone la forma en la que realizan sus procesos y actividades de una manera sistemática o estandarizada, mi modelo de negocio surge a raíz de la necesidad existente en la población Araucana con el fin de obtener un mejor producto para consumo y ofrecer venta al por menor toda clase de productos para la canasta familiar de buena calidad, que supere las expectativas y complacer el paladar de los clientes al momento de consumir los productos.

El objetivo principal es ampliar la cobertura y llegar a los centros de distribución como restaurantes verdulerías de la región para posicionarme como unos de los grandes distribuidores del municipio, así mismo, contribuir a mejorar la calidad y continuidad del servicio de distribución de elementos de primera necesidad en la capital del departamento.

DESCRIPCION GENERAL

Los elementos para la venta que corresponden a elementos para la canasta familiar son adquiridos en grandes cadenas de supermercados para posteriormente comercializarlos en el municipio de Arauca de con la garantía que ofrecen los fabricantes, los cuales tendrán un proceso de producción cumpliendo con las normas sanitarias y registros según lo establece la norma aplicable a producción y comercialización de los productos que serán transportados y

almacenados en óptimas condiciones protegidos de la luz natural que le garantice buena temperatura permitiendo poner a la venta elementos fresco y de excelente calidad.

1) Segmento de Clientes.

Los productos serán distribuidos en el municipio de Arauca a las familias con poder adquisitivo que consuman elementos de buena calidad y económico los pprincipales clientes son las familias raizales del municipio de Arauca consumidores en general que requieren productos de manera oportuna cercanos a mi punto de venta.

Segmento:

- Amas de casa entre 20 y 65 años.
- Administradores de hoteles.
- Dueños de restaurantes.

Prioritarios:

- Hogares araucanos.
- Restaurantes

2) Propuesta de valor.

- Productos de buena calidad
- Atención personalizada
- Variedad de productos
- Economía y confianza

Por ser puestos de comercio que se encuentran muy cercano a los consumidores es necesario mantener la confianza en el proceso de venta personal mediante una atención eficiente y eficaz permitiendo que los compradores se sientan a gusto en una atención personalizada acompañado y asesorando al comprador mediante una oferta de productos y servicios de buena calidad con la garantía de los productores que son los que acercan la mercancía a través de los tenderos que somos finalmente los que mantenemos permanentemente los puntos de venta a las comunidades, transportados de manera segura en vehículos especializados en los cuales no hay contacto con otras sustancias que pudieran alterar el sabor o el aroma del producto que será almacenado y en los anaqueles del puesto de venta física obviando ser almacenados en bodega para que conserven la frescura al momento llegar a las manos del consumidor final.

3) Canales.

Los medios para entregar nuestra propuesta de valora a los clientes fidelizados en la tienda física en la cual contamos con el canal tradicional ya que es un punto de encuentro e intercambio cultural donde convergen oferentes y compradores, también mediante redes sociales principalmente voz a voz, WhatsApp, Facebook para lograr mayor movimiento del producto desde las grandes casas productoras hasta el consumidor final, Si bien las ventas mediante plataformas tecnológicas nos acerca de manera ágil y efectiva tanto oferentes como compradores en las tiendas de barrio genera distanciamiento suprimiendo el contacto físico y trato humano ya acostumbrado.

Se utilizarán los canales de distribución directo desde la fábrica hasta los puntos de venta, el transporte y la distribución de los productos es de periodos cortos desde que se inicia la compra hasta que llega a la canasta familiar sólo pasan de uno a cinco días para garantizar al consumidor un producto fresco y sano bajo las buenas prácticas de producción y comercialización. Es necesario evitar la humedad, el exceso de luz solar o altas temperaturas que puedan alterar el estado natural del producto. reducir el sobrecalentamiento cambios buscos de temperatura mediante el uso de vehículos o transporte especializado manteniendo sus características de frescura, además se protege del agua y el ambiente contaminado clave para conservar las propiedades nutricionales sabor y aroma de los productos.

4) Relación con los Clientes.

Mantener buenas relaciones con los clientes nos obliga como tenderos a implementar estrategias para fidelizar los compradores resolviendo de forma inmediata mediante un proceso de venta eficiente y eficaz que permite la interacción continua de cercanía con los compradores tramitando de manera rápida los pedidos con amabilidad y ágil para garantizar la fidelización de los clientes estrechando relaciones comerciales permanentemente, es la oportunidad de generar nuevos ingresos que me permiten mejorar la calidad de vida, pero para que sea posible competir en el mercado es necesario adquirir el producto donde se garantice que son productos de excelente calidad con todas las propiedades nutricionales necesarias y se garantice su inocuidad además se requiere que sea transportado bajo cuidados especiales en vehículos diseñados para tal fin acompañado de una comercialización dinámica que permite una agradable experiencia en la interacción con los clientes mediante contacto fluido y de atención inmediata, agilidad, precisión, y amabilidad manteniendo la entrega oportuna a los clientes con las siguientes características:

- Disponibilidad del servicio siempre que el cliente lo requiera.
- Entrega inmediata.
- Atención personalizada.
- Se vende la cantidad requerida por el cliente.
- Vehículo adaptado para adecuado transporte del producto.
- Punto de venta con temperatura ambiente que permite la conservación y calidad del producto brindando así seguridad y confianza al consumidor.

- Se hará entregas puerta a puerta.

5) Fuente de Ingresos.

- INGRESOS POR VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TIENDA: Por ser productos de alto consumo presente en la dieta de todas las familias los cuales requieren elementos que aportan nutrientes a la dieta de los hogares y población en general, por lo cual tenemos garantizado el mercado y buena rentabilidad, contamos también con unos socios comerciales de gran capacidad de producción ya que ellos grandes plantas de procesamiento y empaque.

- INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS: El uso de las tecnologías, la globalización está implícita cada vez más en necesidades de Vital importancia para los seres humanos y su desenvolvimiento en la cotidianidad donde no solo se requieren productos sino también servicios los cuales mientras haya una demanda debe existir una oferta así se generan más ingresos para las organizaciones las cuales deben sacar máxima rentabilidad.

  En el proceso de ventas aplicaremos promoción en forma directa que beneficie tanto al productor como al consumidor, por lo cual no se darán promociones que generen costos a la empresa para el caso daremos a los clientes valor agregado según sea el caso, la promoción se hará efectiva en la calidad del producto o en el transporte de este según las necesidades del cliente.

6) Recursos Clave:

El municipio de Arauca adelanta el proceso cuyo objeto es la implementación de acciones para nuevos emprendimientos con el fin de apoyar una asociación de personas que laboran por cuenta propia en la actividad de cocheros de vehículos de tracción animal que prestamos el servicio de carga en el municipio en procura del cambio de actividad, soy beneficiario siendo esta la principal fuente de financiación para mi negocio.

• Económicos: El municipio de Arauca hará un aporte significativo en materia prima y equipo como principal fuente de financiación para mi emprendimiento.

• Físicos: para iniciar mi emprendimiento tengo un local adecuado con estantería además cuenta con los servicios de energía y acueducto así contribuir a la conservación de los productos en óptimas condiciones para ponerlos a la venta.

• Suministro: las materias primas son adquiridas directamente en granjas productoras para disminuir costos de producción que genera al comprar a los intermediarios, la mayoría de los productos serán comprados en el mercado local por agilidad y fácil adquisición teniendo en cuenta que en la región existen proveedores que ofertan productos de buena calidad, también se harán pedidos al interior del país a grandes distribuidores.

• Humanos: con este emprendimiento se pretende tener la mayor rentabilidad posible para ello se proyecta contar con el apoyo de una persona encargada del proceso de mantenimiento del local limpieza y constante surtido de productos y entrega de estos al consumidor final.

7) Actividades Claves.

La actividad principal del emprendimiento línea de tienda con productos en su mayoría orgánicos de excelente calidad, buscando la forma de mejorar mis ingresos mediante la puesta en el mercado de productos de consumo con características diferenciales que satisfacen el paladar y la necesidad de los clientes para ello las principales actividades son:

- Comprar elementos de tienda
- Empacar los productos
- Surtir los exhibidores y la estantería
- Vender los productos

• Producción: esencial para el proyecto desde la compra de los productos, el proceso de transporte de vital importancia para la unidad productiva es primordial hacer relaciones comerciales con productores que dinamicen los procesos de venta.

• Resolución: La necesidad que pretendemos satisfacer con los productos es marcar la diferencia en el proceso de venta de productos que deleiten el paladar de las familias y disfruten un producto fresco con un sabor diferente ya que en el mercado hay abundancia de los mismos elementos, pero no es común conseguir un mercado como el nuestro.

• Plataforma: Se llegará directamente a los distribuidores mediante la publicidad directa ya que el mercado al cual pretendemos llegar es limitado, de igual manera utilizaremos las redes sociales que no generan costos y ayudan a posicionar el producto en la región. También esperamos que las personas al obtener nuestros productos y servicios nos ayuden a referenciar con otros posibles compradores ya que estos productos son muy apetecidos por la comunidad araucana la cual es una ciudad pequeña donde la voz a voz posicionara el punto de venta.

Nota: los datos de contacto y demás serán dejados en tarjetas de presentación.

8) Socios claves.

- ✓ Alcaldía municipio de Arauca
- ✓ Granjas productoras de alimentos
- ✓ Veterinarias
- ✓ Ferreterías

9) Estructura de costos.

MATERIA PRIMA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
MERCANCIA PARA LA VENTA	1	7.000.000	7.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	2	1.320.000	2.640.000
TOTAL, MATERIA PRIMA			**9.640.000**

MANO DE OBRA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
SUELDO DE UN TENDERO		1.500.000	0
APOYO SURTIDOR DOMICILIARIO Y MANTENIMIENTO/H	12	800.000	9.600.000
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA			**9.600.000**

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
INTERNET	12	62.000	744.000
SERVICIOS PUBLICOS	12	20.000	240.000
GASTOS OCACIONALES	12	50.000	600.000
TOTAL, CIP			**1.584.000**

+ INGRESOS	**39.042.000**
- COSTOS	**19.240.000**
- GASTOS	**1.584.000**
UTILIDAD	**18.218.000**

10) Proyección de Ventas

AÑO	AUMENTO DE LA UTILIDAD	VALOR $
2024		18.218.000
2025	1.093.080	19.311.080
2026	1.158.665	20.469.745
2027	1.228.185	21.697.929
2028	1.301.876	22.999.805

- Las tiendas de barrio al ser comercios permanentes, pequeños y cercanos a las personas que habitan en una zona, tienen varias ventajas entre ellas: se pueden conseguir productos básicos necesarios, comprar de manera rápida. Son la primera opción para los consumidores cuando necesiten hacer una compra pequeña o satisfacer una necesidad básica.

- Mediante la implementación de la unidad productiva con gran expectativa aspiro vender alrededor de $182.400.000 pesos en un periodo de 12 meses. ya que estos productos son de consumo masivo, se comercializa en la región sin tener en cuenta el tamaño ni el peso, la utilidad estimada es del 20% en total no grabados venta régimen simplificado.

- Una vez recibido por parte de la administración municipal el aporte para iniciar el emprendimiento seguiré aumentando la compra y venta de productos ajustándome a las necesidades de los clientes según los principios básicos de la economía que se rigen principalmente por la ley de oferta y demanda conservando una relación de empatía con los clientes que genere confianza, fidelización de los consumidores para mantener compras continuas y recomendaciones a potenciales clientes.

3. CONCLUSIONES

Se concluye que la formulación del plan de negocios es una herramienta básica y esencial para alcanzar el objetivo que se requiere con la línea de negocio elegida. El plan se realizó teniendo en cuenta el diagnostico de las necesidades del emprendimiento, identificadas con la visita realizada en primera instancia, además de la determinación de debilidades, fortalezas y demás elementos que ayudaron a la construcción del mismo.

FIRMA	FIRMA	FIRMA
HUMBERTO PARIATANTA FERNANDEZ R/L FUNDACIÓN ANDINA GLOBAL NIT: 900.420.046-5. C.E. 268.518 DE BOGOTÁ **ELABORO**	**HENRY ALCIDES RODRIGUEZ** BENEFICIARIO PROYECTO PRODUCTIVO C.C: 17.588.159 **APROBO**	**JAIVER ALEXIS CASTILLO EREGUA** SECRETARIO AGRICULTURA, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE **REVISO**

ALCALDIA DE ARAUCA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONOMICO Y SOSTENIBLE

MODELO DE NEGOCIOS LINEA DE TIENDA AGROPECUARIA SAMUEL CARO RODRIGUEZ.

IMPLEMENTACION DE ACCIONES PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA FASE II

REALIZADO POR:
FUNDACION ANDINA GOLOBAL
NIT: 900240046-5

ARAUCA 13/07/2023

TABLA DE CONTENIDO

1 PRESENTACION MODELO DE NEGOCIO..... 3

1.1 Descripción General..... 3

2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

2.1) Segmento de Clientes..... 4

2.2) Propuesta de valor..... 4

2.3) Canales..... 5

2.4) Relación con los Clientes..... 5

2.5) Fuente de Ingresos..... 6

2.6) Recursos Clave..... 6

2.7) Actividades Claves..... 7

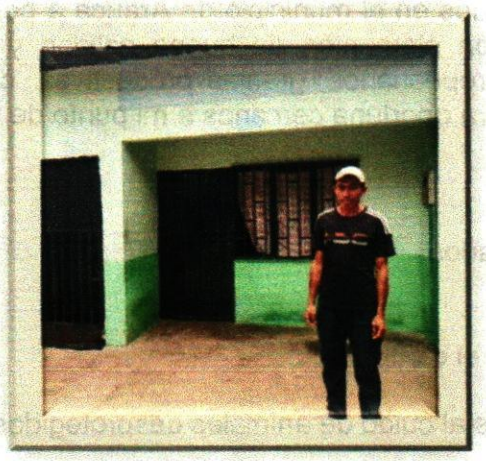
2.8) Socios claves..... 8

2.9) Estructura de costos..... 8

2.10) Proyección De Ventas..... 9

3. Conclusiones. 10

MODELO DE NEGOCIO LINEA TIENDA AGROPECUARIA
SAMUEL CARO RODRIGUEZ.



La tienda agropecuaria es una idea de negocio rentable ya que se encuentra ligada a la comunidad ofreciendo garantías de seguridad por la cercanía a la población donde se brinda una atención personalizada asesoría en el cuido de los animales, una correcta alimentación de los mismos, y procesos producción en el campo mi modelo de negocio surge a raíz de la necesidad existente en la población Araucana con el fin de obtener un mejor producto para sus animales y ofrecer venta al por menor toda clase de productos agrícolas de buena calidad.

El objetivo principal es ampliar la cobertura y llegar a los centros de producción agropecuarias como: granjas productivas, fincas extensivas, unidades de producción agrícola y pecuaria de la región para posicionarme como unos de los grandes distribuidores del municipio, así mismo, contribuir a mejorar la calidad y continuidad del servicio de distribución de elementos de uso agropecuario en la capital del departamento.

DESCRIPCION GENERAL

Los elementos para la venta que corresponden a productos de uso para producción agropecuaria son adquiridos en fábricas especialistas en producción de dichos elementos para posteriormente comercializarlos en el municipio de Arauca de con la garantía que ofrecen los fabricantes, los cuales tendrán un proceso de producción cumpliendo con la legislación colombiana aplicando practicas sanitarias y registros según lo establece la norma aplicable a producción y comercialización de los productos que serán transportados y almacenados en óptimas condiciones protegidos de la luz natural que le garantice buena temperatura permitiendo poner a la venta elementos fresco y de excelente calidad.

1) Segmento de Clientes.

Los productos serán distribuidos en el municipio de Arauca a personas con poder adquisitivo que usen para su producción elementos de buena calidad y económico los pprincipales clientes son: productores agropecuarios, granjas productivas, compradores en general que requieren productos de manera oportuna cercanos a mi punto de venta.

Segmento:

- Productores agropecuarios.
- Granjas agrícolas.
- Dueños de mascotas.
- Personas que trabajan el campo.
- Clínicas para animales.
- Fundaciones dedicadas al cuido de animales desprotegidos.

Prioritarios:

- Productores agropecuarios.
- Dueños de mascotas.

2) Propuesta de valor.

- Elementos de buena calidad.
- Atención personalizada.
- Variedad de productos.
- Economía y confianza.
- Empaques que conservan la calidad del producto.

Por ser puestos de comercio que se encuentran muy cercano a los consumidores es necesario mantener la confianza en el proceso de venta personal mediante una atención eficiente y eficaz permitiendo que los compradores se sientan a gusto en una atención personalizada acompañado y asesorando al comprador mediante una oferta de productos y servicios de buena calidad con la garantía de los productores que son los que acercan la mercancía a través de los vendedores que somos finalmente los que mantenemos permanentemente los puntos de venta abiertos a las comunidades, transportando los productos de manera segura en vehículos especializados en los cuales no hay contacto con otras sustancias que pudieran alterar el estado original del los elementos para uso productivo que será almacenado de manera segura así protegerlos de la inclemencia del cliente para que conserven la vida útil al momento llegar a las manos del consumidor final.

3) Canales.

Los medios para entregar nuestra propuesta de valora a los clientes fidelizados en la tienda física en la cual contamos con el canal tradicional ya que es un punto de encuentro e intercambio cultural donde convergen oferentes y compradores, también mediante redes sociales principalmente voz a voz, WhatsApp, Facebook para lograr mayor movimiento del producto desde las grandes casas productoras hasta el consumidor final.

Se utilizarán los canales de distribución directo desde la fábrica hasta los puntos de venta, el transporte y la entrega de los productos es de periodos cortos desde que se inicia la compra hasta que llega al punto de venta o granja productiva sólo pasan de uno a cinco días para garantizar al cliente un producto integro bajo las buenas prácticas de producción y comercialización. Es necesario evitar la humedad, el exceso de luz solar o altas temperaturas que puedan alterar el estado natural de los elementos. reducir el sobrecalentamiento cambios buscos de temperatura mediante el uso de vehículos o transporte especializado manteniendo sus características de frescura, además se protege del agua y el ambiente contaminado clave para conservar las propiedades de manufactura.

4) Relación con los Clientes.

Mantener buenas relaciones con los clientes nos obliga como comerciantes a implementar estrategias para fidelizar los compradores resolviendo de forma inmediata mediante un proceso de venta eficiente y eficaz que permite la interacción continua de cercanía con los compradores tramitando de manera rápida los pedidos con amabilidad y ágil para garantizar la fidelización de los clientes estrechando relaciones comerciales permanentemente, es la oportunidad de generar nuevos ingresos que me permiten mejorar la calidad de vida, pero para que sea posible competir en el mercado es necesario adquirir el producto donde se garantice que son de excelente calidad con todas las propiedades nutricionales necesarias y se garantice su inocuidad además se requiere que sea transportado bajo cuidados especiales en vehículos diseñados para tal fin acompañado de una comercialización dinámica que garantice una agradable experiencia en la interacción con los clientes mediante contacto fluido y de atención inmediata, , precisión, y amabilidad manteniendo la entrega oportuna a los clientes con las siguientes características:

- Disponibilidad del servicio siempre que el cliente lo requiera.
- Entrega inmediata.
- Atención personalizada.
- Se vende la cantidad requerida por el cliente.
- Vehículo adaptado para adecuado transporte del producto.
- Punto de venta con temperatura ambiente que permite la conservación y calidad del producto brindando así seguridad y confianza al consumidor.

- Se hará entregas puerta a puerta.

5) Fuente de Ingresos.

- INGRESOS POR VENTAS DE PRODUCTOS PARA USO AGROPECUARIO: Por ser elementos mayormente usados para la producción agrícola y de campo los cuales requieren materia prima de excelente calidad que aportan gran utilidad a todos los procesos que se adelantan en las fincas y los alimentos proporcionen nutrientes a la dieta de los sus animales, por lo cual tenemos garantizado el mercado y buena rentabilidad, contamos también con unos socios comerciales de gran capacidad de producción ya que ellos tienen grandes plantas de procesamiento y empaque.

- INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS: Asesoría para el cuido de animales y cultivos mediante el uso de las tecnologías, la globalización está implícita cada vez más en necesidades de Vital importancia para los seres humanos y su desenvolvimiento en la cotidianidad donde no solo se requieren productos sino también servicios los cuales mientras haya una demanda debe existir una oferta así se generan más ingresos para las organizaciones las cuales deben sacar máxima rentabilidad.

  En el proceso de ventas aplicaremos promoción en forma directa que beneficie tanto al productor como al consumidor, por lo cual no se darán promociones que generen costos a la empresa para el caso daremos a los clientes valor agregado según sea el caso, la promoción se hará efectiva en la calidad del producto o en el transporte de este según las necesidades del cliente por ejemplo la atención personalizada.

6) Recursos Clave:

El municipio de Arauca adelanta el proceso cuyo objeto es la implementación de acciones para nuevos emprendimientos con el fin de apoyar una asociación de personas que laboran por cuenta propia en la actividad de cocheros de vehículos de tracción animal que prestamos el servicio de carga en el municipio en procura del cambio de actividad, soy beneficiario siendo esta la principal fuente de financiación para mi negocio.

• Económicos: El municipio de Arauca hará un aporte significativo en materia prima y equipo como principal fuente de financiación para mi emprendimiento.

• Físicos: para iniciar mi emprendimiento tengo un local adecuado con estantería además cuenta con los servicios de energía y acueducto así contribuir a la conservación de los productos en óptimas condiciones para ponerlos a la venta.

Suministro: las materias primas son adquiridas directamente en fábricas para disminuir costos de producción que genera al comprar a los intermediarios, la mayoría de los productos serán comprados en el mercado local por agilidad y fácil adquisición teniendo en cuenta que en la

región existen proveedores que ofertan productos de buena calidad, también se harán pedidos al interior del país a grandes distribuidores.

• Humanos: con este emprendimiento se pretende tener la mayor rentabilidad posible para ello se proyecta contar con el apoyo de una persona encargada del proceso de mantenimiento del local limpieza y constante surtido de productos y entrega de estos al consumidor final.

7) Actividades Claves.

La actividad principal del emprendimiento línea de tienda con productos en su mayoría orgánicos de excelente calidad, buscando la forma de mejorar mis ingresos mediante la puesta en el mercado de productos de consumo con características diferenciales que satisfacen las necesidades de los clientes para ello las principales actividades son:

- Comprar elementos de agropecuarios
- Empacar los productos
- Surtir los exhibidores y la estantería
- Vender los productos

• Producción: esencial para el proyecto desde la compra de los productos, el proceso de transporte de vital importancia para la unidad productiva es primordial hacer relaciones comerciales con productores que dinamicen los procesos de venta.

• Resolución: La necesidad que pretendemos satisfacer con los productos es marcar la diferencia en el proceso de venta de productos que ayuden a dinamizar los procesos de producción y mejora continua que realizan nuestros clientes aunque en el mercado hay abundancia de los mismos elementos, no es común conseguir el respaldo y la garantía que ofrecemos en nuestro local comercial.

• Plataforma: Se llegará directamente a los distribuidores mediante la publicidad directa ya que el mercado al cual pretendemos llegar es limitado, de igual manera utilizaremos las redes sociales que no generan costos y ayudan a posicionar el producto en la región. También esperamos que las personas al obtener nuestros productos y servicios nos ayuden a referenciar con otros posibles compradores ya que estos productos son muy apetecidos por la comunidad araucana la cual es una ciudad pequeña donde la voz a voz posicionara el punto de venta.

Nota: los datos de contacto y demás serán dejados en tarjetas de presentación.

8) Socios claves.

- ✓ Alcaldía municipio de Arauca
- ✓ Granjas productoras de alimentos
- ✓ Tiendas de mascotas
- ✓ Fincas rurales

9) Estructura de costos.

MATERIA PRIMA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
MERCANCIA PARA LA VENTA	1	9.650.000	9.650.000
TOTAL, MATERIA PRIMA			**9.650.000**
MANO DE OBRA			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
SUELDO DE UN TENDERO		1.500.000	0
APOYO SURTIDOR DOMICILIARIO Y MANTENIMIENTO	12	1.200.000	14.400.000
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA			***14.400.000***
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**V UNITARIO**	**V TOTAL**
INTERNET	12	62.000	744.000
SERVICIOS PUBLICOS	12	20.000	240.000
GASTOS OCACIONALES	12	50.000	600.000
TOTAL, CIP			**1.584.000**

+ INGRESOS	**39.042.000**
- COSTOS	**24.050.000**
- GASTOS	**1.584.000**
UTILIDAD	**13.408.000**

10) Proyección de Ventas

AÑO	AUMENTO DE LA UTILIDAD	VALOR $
2024		39.042.000
2025	2.342.520	41.384.520
2026	2.483.071	43.867.591
2027	2.632.055	46.499.647
2028	2.789.979	49.289.625

- Las tiendas agropecuarias al ser comercios permanentes, cercanos a las personas que habitan en una zona, tienen varias ventajas entre ellas: se pueden conseguir productos básicos para la alimentación de las mascotas, necesarios para la producción en campo, comprar de manera rápida. Son la primera opción para los consumidores cuando necesiten hacer una compra.

- Mediante la implementación de la unidad productiva con gran expectativa aspiro vender alrededor de $ 260.280.000 pesos en un periodo de 12 meses. ya que estos productos son de consumo masivo, se comercializa en la región teniendo presente el peso y unidad de empaque, la utilidad estimada es del 12% en total no grabados venta régimen simplificado.

- Una vez recibido por parte de la administración municipal el aporte para iniciar el emprendimiento seguiré aumentando la compra y venta de productos ajustándome a las necesidades de los clientes según los principios básicos de la economía que se rigen primordialmente por la ley de oferta y demanda conservando una relación de empatía con los clientes que genere confianza, fidelización de los consumidores para mantener compras continuas y recomendaciones a potenciales clientes.

3. CONCLUSIONES

Se concluye que la formulación del plan de negocios es una herramienta básica y esencial para alcanzar el objetivo que se requiere con la línea de negocio elegida. El plan se realizó teniendo en cuenta el diagnostico de las necesidades del emprendimiento, identificadas con la visita realizada en primera instancia, además de la determinación de debilidades, fortalezas y demás elementos que ayudaron a la construcción del mismo.

FIRMA	FIRMA	FIRMA
HUMBERTO PARIATANTA FERNANDEZ R/L FUNDACIÓN ANDINA GLOBAL NIT: 900.420.046-5. C.E. 268.518 DE BOGOTÁ **ELABORO**	**SAMUEL CARO RORDIGUEZ** BENEFICIARIO PROYECTO PRODUCTIVO C.C: 17.595.684 **APROBO**	**JAIVER ALEXIS CASTILLO EREGUA** SECRETARIO AGRICULTURA, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE **REVISO**