

PLAN DE NEGOCIO AUTOTIENDA LOS CEREZOS

LEIVER DANIEL DEMOYA ALVIS

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PAMPLONA
2019**

PLAN DE NEGOCIO AUTOTIENDA LOS CEREZOS

LEIVER DANIEL DEMOYA ALVIS

**Trabajo de Grado, presentado como requisito para optar al título de
Administración de Empresas**

Asesor

**LUIS MANUEL PALOMINO MÈNDEZ
Magister Administración de Empresas**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PAMPLONA
Diciembre 2019**

CONTENIDO

RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
JUSTIFICACIÓN.....	6
OBJETIVOS.....	7
• GENERALES.....	7
• ESPECÍFICOS.....	7
DATOS GENERALES.....	8
¿QUIÉN ES EL PROTAGONISTA?.....	11
¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?.....	13
¿CUÁL ES MI SOLUCIÓN?.....	33
¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?.....	39
¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?.....	64
¿QUÉ RIESGOS ENFRENTO?.....	74
RESUMEN EJECUTIVO.....	81

CONCLUSIÓN.....84

RECOMENDACIONES.....85

ANEXO.....87

REFERENCIAS.....95

RESUMEN

El constante crecimiento del comercio a nivel mundial, la globalización, la tecnología y las comunicaciones, hacen que el público consumidor conozca cada vez más las diversas ofertas que existen en el mercado, por lo tanto se vuelven cada día más y más exigentes, demandando no solo productos variados y de la mejor calidad, sino que esperan que se les atienda en locales cada vez más confortables, con todos los servicios disponibles y una creciente exigencia de una mejor y mayor calidad en la atención que se le brinda; el **Objetivo** de este trabajo Hacer un diagnóstico estratégico de la autotienda los cerezos utilizando el modelo de plan de negocio del fondo emprender del Sena para generar la recomendación necesaria buscando el crecimiento de la empresa. **Reseña Histórica** La autotienda los cerezos es una empresa familiar dedicada a la comercialización de productos para la canasta familiar entre otros; empezó sus actividades en el año 2000 como una pequeña tienda de barrios a cargo de su propietario el señor Jesús ramiro Carreño Torres ubicada en la ciudad de Pamplona. **Justificación** Con la aplicación de la estructura del fondo emprender se busca diagnosticar y dar a conocer cuáles son las falencias que presenta la autotienda los cerezos

A lo largo de este trabajo el lector encontrara con información relacionada con la empresa en cuestión y como esta ha evolucionado en el mercado, teniendo en cuenta temas como la oportunidad que se tiene en el mercado, clientela en general, estrategias de mercadeo y se propondrán alternativas para satisfacer las necesidades de sus clientes, de esta forma llegar al cumplimiento del objetivo principal que se plateo al principio de esta investigación.

INTRODUCCIÓN

El constante crecimiento del comercio a nivel mundial, la globalización, la tecnología y las comunicaciones, hacen que el público consumidor conozca cada vez más las diversas ofertas que existen en el mercado, por lo tanto se vuelven cada día más y más exigentes, demandando no solo productos variados y de la mejor calidad, sino que esperan que se les atienda en locales cada vez más confortables, con todos los servicios disponibles y una creciente exigencia de una mejor y mayor calidad en la atención que se le brinda. Como respuesta a las crecientes necesidades de la población, los supermercados han modificado la concurrencia de las personas, a los mercados tradicionales que les abastecen de productos básicos, a los que ofrecen comodidad y diversidad de mercancías en un solo lugar, esto ha permitido que los compradores no tengan que transportarse a diferentes lugares para obtener los productos que requieren para satisfacer sus necesidades. Con este trabajo se pretende dar a conocer cuáles son las falencias que presenta la autotienda los cerezos a través de la aplicación de una estructura de plan de negocios del fondo emprender la cual cuenta con una serie de pasos que deben cumplir las empresas para ser exitosas y mantenerse en el mercado, este formato se utiliza como una herramienta para diagnosticar los problemas que se pueden estar presentando en la empresa por y consiguiente estaría afectándola, impidiéndole tener un mayor rendimiento por lo cual se requiere que la empresa cumpla con todo lo establecido en esta guía ya que esta maneja parámetros que van desde la formalización del negocio, proyecciones de ventas hasta la factibilidad de la misma.

JUSTIFICACION

Con la aplicación de la estructura del fondo emprender se busca diagnosticar y dar a conocer cuáles son las falencias que presenta la autotienda los cerezos, siendo esta una empresa que se encuentra en funcionamiento hace varios años y hoy en día está en un proceso de mejoramiento permitiendo cumplir con el propósito de brindar una mejor experiencia a su clientela; satisfaciendo sus gustos y necesidades; ofrecer productos de excelente calidad para tener rentabilidad, crecer como empresa y aportar a la sociedad. Por otra parte, se evidencio que en el barrio los cerezos no se encontraba un supermercado que proporcionara a las personas que habitan el lugar acceso y facilidad a la hora de merchar, por esta razón se decidió montar una autotienda que facilitara la obtención de productos los cuales no son comunes en cualquier tipo de mercado; aportando comodidad y economía a estas personas.

En calidad de estudiante de administración de empresas se decidio realizar este trabajo con el fin de enriquecer los conocimientos previos y proporcionar herramientas que resulten de importancia en el proceso de mejoramiento de la calidad en la empresa en cuestión, aspectos relacionados con infraestructura, organización del personal entre otros.

OBJETIVOS

General:

- ❖ Realizar un diagnóstico estratégico de la autotienda los cerezos utilizando el modelo de plan de negocio del fondo emprendedor del Sena para generar la recomendación necesaria buscando el crecimiento de la empresa

Específicos:

- ❖ Desarrollar el plan de negocio de la autitienda los cerezos a través de la estructura del fondo emprendedor del Sena
- ❖ Identificar que falencias presenta la empresa por medio de la aplicación de la estructura del fondo emprendedor Sena.
- ❖ Generar recomendaciones que permitan alcanzar los objetivos de la empresa.

DATOS GENERALES

AUTOTIENDA LOS CEREZOS

Reseña Histórica

La autotienda los cerezos es una empresa familiar dedicada a la comercialización de productos para la canasta familiar entre otros; empezó sus actividades en el año 2000 como una pequeña tienda de barrios a cargo de su propietario el señor Jesús ramiro Carreño Torres ubicada en el municipio de pamplona en el barrio los cerezos; para el año 2007 decidieron mejorar sus instalaciones y crecer el negocio hoy cuenta con un gran personal a cargo y un multivariado de productos para ofrecer, funcionando como una autotienda llegando a competir con grandes supermercados que se encuentran en la ciudad.

Misión

Somos una empresa dedicada a comercializar productos de consumo masivo de muy buena calidad a precios asequibles; brindamos las mejores opciones en surtido, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes acompañado de un buen servicio y atención; así mismo trabajamos con un personal con buenas capacidades y sentido de pertenencia que ayudan a cumplir con los objetivos de la empresa.

Visión

Ser una de las empresas líderes a nivel regional, en el sector comercial, ofreciendo productos de excelente calidad al mejor precio expandiéndonos a través de la creación de nuevas tiendas cómodas y modernas que le permitan brindar seguridad y confianza a los clientes que son la razón por la cual trabaja nuestra empresa.

Valores Corporativos:

- **Servicio:** Brindamos el mejor servicio posible a nuestros clientes, proveedores, y a todas esas personas que nos visitan.
- **Actitud Ganadora:** Esta es la actitud que brinda cada empleado de nuestra empresa. Queremos ganar más clientes, proveedores y una buena reputación de nuestro servicio en la comunidad donde estamos ubicados.
- **Respeto:** Tratamos a las personas con las que trabajamos y a nuestros clientes de la misma forma que nos gusta ser tratados: Con amabilidad, igualdad, y, sobre todo, con mucho respeto.
- **Ahorro al Máximo:** Es nuestra razón de ser. Trabajamos para poder ofrecer el máximo ahorro a nuestros clientes, para que estos puedan tener una mejor calidad de vida.
- **Eficiencia:** Ofrecemos una experiencia de compra eficiente y sencilla para nuestros clientes y proveedores.
- **Innovación:** Estamos siempre buscando mejores formas de atender a nuestros clientes, proveedores, y trabajadores al estar constantemente pensando en formas de mejorar y simplificar nuestros procesos y operaciones.

1. ¿En dónde está localizada la empresa (Ciudad donde está ubicada la sede principal de la empresa)?

LA AUTOTIENDA LOS CEREZOS

se encuentra ubicada en la Ciudad de Pamplona Norte de Santander en el barrio los cerezos Cl 3 Cr 8-73 edificio Carreño primer piso cuenta con infraestructura propia números de contactos teléfono 5680625 y celular 3138266612 propietario Jesús Ramiro Carreño Torres.

¿A qué sector pertenece la empresa?

(Lista desplegable: Sector tercero código CIIU - 4 dígitos)

Código CIIU: 4711 Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco. (Consulta código actividad económica, 2019)

- **Sector comercial:**

Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresito, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional. Estas empresas son las que se dedican a comprar y revender la materia prima o el producto tal cual lo compran, esto consiste en que compran una variedad de productos definidos de empresas más grande, suben su precio para obtener ganancias, pero sin modificar los productos.

(clasificación de las empresas: CLASIFICACION POR EL SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECEN, 2019)

¿QUIÉN ES EL PROTAGONISTA?

2. Describa el perfil del cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

La autotienda los cerezos cuenta con una clientela que está dividida en diferentes segmentos: Tiendas de barrio, Discotecas y Bares, Restaurantes, Comunidad en general.

Cliente:

- **Tiendas de barrio**

Perfil: establecimientos que se dedican a la distribución minorista de productos para la canasta familiar; su clientela la conforman personas del común en especiales amas de casa.

Localización: barrios cercanos de donde se encuentra la empresa; en puntos estratégicos que resultan productivos tanto para el dueño y su clientela.

Justificación: se toma como referencia este tipo de clientela porque se encuentran cercanos por ende resulta más fácil el acceso a los productos y su distribución.

- **Discotecas y bares**

Perfil: local público de pago con horario preferentemente nocturno para escuchar música grabada, bailar, interactuar con otras personas y consumir bebidas.

Localización: se encuentran ubicados en la zona centro de la Ciudad

Justificación: Se trabaja con este tipo de clientes por la disponibilidad de horario que maneja la autotienda; que por lo general se extiende hasta la media noche.

- **Restaurantes**

Perfil: establecimiento comercial, públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. Con una variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.

Localización: en cercanía a la localización de la autotienda y algunos ubicados en diferentes puntos de la Ciudad.

Justificación: porque autotienda maneja una categoría de productos que son de utilidad en estos establecimientos.

- **Comunidad en general**

Perfil: Este tipo de clientes está compuesto por amas de casa, padres de familia, estudiantes, trabajadores públicos y privados, pensionados, viajeros entre otros.

Localización: diferentes barrios de la Ciudad, Veredas, Municipios y otras Ciudades del país.

Justificación: porque la autotienda cuenta con variedad de producto que satisface diferentes necesidades.

4. ¿Cuáles son las necesidades que la empresa está satisfaciendo a sus clientes?

Debido a su gran reconocimiento, surtido y tiempo de funcionamiento en el mercado la autotienda los cerezos cumple con el objetivo de satisfacer todas las necesidades de abastecimiento en productos de consumo que requieren los habitantes del sector y de toda la Ciudad en general ofertando todo en un mismo lugar a precios cómodos con horarios extendidos permitiéndole a sus clientes ahorrar tiempo y dinero. 5.

¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?

5. ¿Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?

El primer gran creador del formato de supermercado en el país fue don José Carulla Vidal, quien brindó a sus clientes calidad en los productos que vendía en "El Escudo Catalán", nombre con el que bautizó originariamente su negocio. En corto tiempo se convirtió en el lugar favorito de familias bogotanas para las cuales la novedad del negocio y del servicio al cliente resultaron tan atractivos que cuatro años más tarde "El Escudo Catalán" no daba abasto y su propietario tuvo que abrir una sucursal, que posteriormente se convirtió en supermercados Carulla. (Basado en historia de supermercados Carulla, página web).

En 1922, el Carnaval de Barranquilla motivó a Luis Eduardo Yepes a instalar un puesto identificado con sus iniciales, donde los barranquilleros pudieran encontrar justo lo que necesitaban para celebrar su gran fiesta. Esta iniciativa permitió que el pequeño puesto alzara vuelo y se convirtiera en un almacén. El impulso de este empresario logró que Almacenes Ley tuviera sucursales muy pronto en diversas ciudades a lo largo del país. (Basado en historia de Almacenes Ley, página web).

En 1953, cuando don Ricardo Char adquirió una pequeña droguería ubicada en la ciudad de Barranquilla, nace la historia de Olímpica. En 1968, su hijo Fuad Char inauguró la primera Supertiendas OLÍMPICA con la que se incursionó en el mercado de los víveres y artículos para el hogar. Actualmente se encuentra en los primeros lugares del negocio minorista en el país. (Basado en historia de Olímpica, página web).

En 1959, la firma Cadenalco (Gran Cadena de Almacenes Colombianos) inició su historia como sociedad propietaria de Almacenes Ley. (Basado en historia de Almacenes Éxito, página web). Posteriormente, en 1969, don Alberto Azout funda la cadena Vivero en Barranquilla en un pequeño local donde comercializaba saldos textiles de fábrica. (Basado en historia de Almacenes Éxito, página web). Un giro trascendental en el marco de la operación de *retail* en Colombia se produjo en 1975 con la consolidación de Almacenes Éxito como corporación, luego de haber nacido, en 1949, por iniciativa de don Gustavo Toro, como un pequeño establecimiento de venta de telas en el centro de la ciudad de Medellín. (Basado en historia página web Almacenes Éxito).

En mayo de 1967, en Bogotá, don Jorge y doña Margaret Bloch advirtieron la necesidad de compartir con sus amigos y clientes los productos de su huerta, una fresca delicia que ellos disfrutaban todos los días. Así nació "POMONA", con estos valores de servicio y exclusividad altamente posicionados. Los almacenes en Bogotá fueron adquiridos por Cadenalco en 1993. (Basado en historia de supermercados Pomona, página web).

En 1997 llegaron al país los primeros ejecutivos de Carrefour para estudiar si el territorio colombiano era propicio para establecerse en él y expandirse como empresa. En 1998, después de analizar y estudiar el país, Carrefour abrió su primer hipermercado en Bogotá. Desde ese momento la empresa no ha dejado de crecer; en menos de una década ha abierto 46 tiendas en 25 ciudades de Colombia. (Basado en Carrefour en Colombia, página web de Carrefour).

En 1999 Almacenes Éxito adquiere la mayoría accionaria de Cadenalco; y luego, en 2002, la cadena de supermercados Vivero se fusiona con supermercados Carulla y se crea Carulla-Vivero S.A., empresa que implementó una estrategia multimarca, desarrollando una serie de establecimientos comerciales en negocios *retail*, de tal forma que la marca Carulla se enfocó a niveles socioeconómicos medio y alto y la marca Vivero a niveles socioeconómicos medios; adicionalmente adquirió las marcas Merquefácil y Surtimax, para atender niveles socioeconómicos bajos y consumidores mayoristas respectivamente, con lo cual se convirtió en el operador de supermercados más grande de Colombia. (Basado en información sobre Almacenes, página web de Carulla-Vivero).

En 2007, Almacenes Éxito adquirió Carulla-Vivero, y en este mismo año el grupo francés Casino adquirió la mayoría accionaria de Almacenes Éxito en un 61,5%. Hoy por hoy es la compañía líder del comercio al detal en Colombia. En 2008, por ejemplo, obtuvo ingresos operacionales de US\$3,2 billones. El Grupo Éxito es especialista en grandes superficies, con una plataforma de ventas que incluye formatos de: hipermercados (Éxito), supermercados (Ley, Carulla, Pomona), bodegas (Surtimax) y almacenes especializados. (Basado en información de Marcas y Formatos de página web de Almacenes Éxito).

Ubicada en el extremo noroccidental de Suramérica, Colombia es el único país del subcontinente con costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico, con una superficie terrestre de 1'141.748 km² y 928.660 km² de dominios marítimos. (Basado en información geográfica de Colombia, página web oficial de la Corporación de Turismo, CT).

Colombia está dividida en 6 grandes regiones: Andina, Caribe, Pacífica, Orinoquía, Amazonía e Insular, conformadas por 32 departamentos, un distrito capital y 1120 municipios. Se estima que la población colombiana sobrepasará los 45 millones en los próximos años, de los cuales un 25% vivirá en la zona rural. En las ciudades colombianas se concentra el 70% de la población; Colombia tiene más de 30 ciudades, con poblaciones superiores a los cien mil habitantes. La actividad económica de la zona de influencia de cada ciudad la determinan la topografía y los suelos que la rodean. (Basado en información geográfica de Colombia, página web oficial de turismo CT).

Bogotá, la capital y sede del Gobierno, es una ciudad moderna y dinámica que tiene casi 7 millones de habitantes. Le siguen en importancia Medellín, principal productor de textiles y confecciones, con más de 2 millones de habitantes, y Cali, sede de diversas multinacionales que abastecen la región andina. Otras ciudades son: Barranquilla, Cartagena y Santa Marta en la costa del Caribe; Manizales, Pereira y Armenia en la zona cafetera; Bucaramanga y Cúcuta en el nororiente, y Neiva e Ibagué en el Valle del Magdalena.

El informe *Doing Business 2009*, creado por el Banco Mundial, ubica a Colombia como el país con el mejor clima de negocios en América Latina. En 2010 Colombia fue ubicada en el puesto 37, por encima de países como México, Perú, Panamá, Chile, Argentina, entre otros. (Tomado de informe *Doing Business 2009*).

La economía nacional ha tenido profundas transformaciones a partir de los procesos de apertura que se han llevado a cabo en Colombia desde 1990. Por un lado, los consumidores han tenido un acceso más amplio a la variada y competitiva oferta proveniente de otras latitudes y, por el otro, las empresas nacionales han debido soportar un sistemático ataque publicitario de la competencia externa, que trata de quedarse con estos mercados otrora estatalmente protegidos.

En medio de esta aguda confrontación de dinámicas y creativas estrategias de mercadeo ha ocupado un lugar muy especial la presencia de empresas multinacionales dedicadas a la venta minorista, que, decididas a satisfacer amplias capas de la población, no han dudado en hacer notables inversiones. En 1994 ingresó la holandesa Makro, en 1998 las francesas Carrefour y en 1999 Casino, a través de Almacenes Éxito, y la chilena Sodimac, a través de HomeCenter (Rojas et al., 2004); en 2005 la española Mango; en 2006 Falabella de Chile; en 2007 Zara (España); en 2008 Topitop de Perú, y a partir del 2011 empezará a operar la americana PriceSmart.

Superficies de comercio al detal en Colombia

El sector de los hipermercados en Colombia es uno de los más emprendedores y de mayor crecimiento en los últimos años, principalmente en la década final del siglo XX y los inicios del XXI, a pesar de la crisis por la que atravesó Colombia a finales de los años noventa (Gómez, 2005).

La inversión extranjera ha mostrado especial interés en el sector de superficies de comercio al detal en Colombia, debido al dinámico comportamiento de este sector, al efecto catalizador que este representa para el crecimiento de la economía colombiana, a las crecientes tendencias de consumo, y al desarrollo de los actuales negocios de *retail* que operan en el país, entre muchos otros factores que ubican a Colombia entre los intereses de superficies extranjeras como Wal-Mart, que ha mostrado intensiones de operar en nuestro país, y de grupos importantes como

Makro, Carrefour y Grupo Casino, que actualmente operan en el mercado colombiano.

En el ejercicio de esta actividad en Colombia encontramos complejas atmósferas respecto a las relaciones entre superficies y proveedores; en primer lugar, la balanza de poder no está equilibrada, debido a que se inclina favorablemente hacia las superficies, que actualmente gozan de mayor poder de negociación que los proveedores, se ha roto el equilibrio, y esto ha obligado a los productores a adaptarse a las necesidades en cuestiones tan críticas como manejo de inventarios, logística, márgenes de rentabilidad, pago por los espacios, participación económica en las campañas publicitarias, personal permanente dentro de las cadenas, etc. (Basado en Gómez, 2005).

Un segundo aspecto crucial en la relación cadena-proveedor corresponde a las marcas propias, a través de las cuales las cadenas compiten directamente con sus mismos proveedores, ofreciendo productos en diferentes categorías y con una relación costo-beneficio diferente para cada tipo de segmento de mercado, es decir, de acuerdo con los gustos, necesidades y comportamiento de consumo del target al cual está dirigida la marca.

Es habitual ver cómo las marcas propias ocupan los puestos más exclusivos de las góndolas y obtienen los mayores espacios para la exhibición (Gómez, 2005), entre muchos otros detalles tácticos implementados por las cadenas, que se han visto reflejados en un crecimiento importante en ventas y participación de mercado. De igual forma, la estrategia de influir en los hábitos de consumo de aquellos clientes que no las conocían o consumían les ha permitido alcanzar un lugar respetable en el "ranking" de los líderes y un aumento significativo de sus niveles de posicionamiento y valor agregado de sus marcas.

Por otra parte, es conveniente analizar los efectos de la incursión de cadenas de talla internacional en el mercado de *retail* en Colombia. Por ejemplo, en el caso de

Carrefour, el ingreso de esta compañía francesa dio un vuelco a los formatos de venta de las cadenas colombianas (Gómez, 2005), que se vieron obligadas a establecer puntos de venta con características más internacionales que les permitieran competir a la par con las grandes superficies del mundo; de esta forma, con el advenimiento de otras empresas extranjeras como Falabella, las compañías colombianas se encuentran más preparadas para afrontar los retos que acarrea la competencia global.

Estos cambios, ocasionados en gran medida por la llegada de firmas internacionales, forzaron a las cadenas colombianas a enfocarse en factores de imagen, exhibición, *merchandising* (Gómez, 2005), percepciones del consumidor, valor de la marca, a incursionar con mayor fuerza en las marcas propias y a buscar diferencias comparativas sostenibles con la competencia objetivo, que repercutan principalmente en el aumento de la participación de mercado, posicionamiento de marca y de las ventas.

Es importante, entonces, el comportamiento que estas superficies mostraron con respecto al año 2008, como es el caso de Carrefour, eje catalizador de los cambios en las tendencias del *retail* en Colombia, que superó en dinamismo al líder Almacenes Éxito, mientras que Supertiendas Olímpica ascendió al tercer lugar. En el 2008, las ventas conjuntas de Almacenes Éxito y Carulla-Vivero ascendieron a US\$3744 millones y registraron un aumento de 16,7% en comparación con 2007.

Las ventas de Carrefour de Colombia crecieron 19% al totalizar US\$1612 millones. Con la compra de Carulla-Vivero por parte de Almacenes Éxito, Olímpica ocupó la tercera posición con ventas de US\$1245 millones y un aumento de 15% en relación con el año anterior. Posteriormente se ubicaron, en su orden, Alkosto, con ventas de US\$822 millones y una disminución de 3,8%; Makro, US\$293 millones y 14,1%; y Falabella de Colombia, que cumplió el segundo año de su ingreso al país, US\$142 millones y 108,5%. (Tomado de "Ranking" de grandes superficies comerciales de Colombia", 2009).

Las firmas de este sector han revolucionado las prácticas de la venta minorista en Colombia. A pesar de la desaceleración económica, alcanzaron a mantener en el año 2008 un cierto dinamismo, debido a que son compañías fortalecidas, que han atravesado por cuatro años expansivos y que cuentan con los medios y la innovación para enfrentar entornos adversos. (Guerra H. S., 2011)

Tendencias de mercado de consumo masivo a nivel global

La publicación revela que en el 2017 el 76% del crecimiento en valor del mercado (consumo masivo) procedió de canales fuera de los hipermercados y supermercados.

Los tres canales con mayor crecimiento a nivel mundial son el e-commerce (+15%), los discounters (+5.2%) y los mayoristas (+4.4%). Estos canales superan en crecimiento a los hipermercados y supermercados, quienes continúan siendo, de lejos, los principales canales (debido al peso que tienen en países desarrollados), aunque crecen globalmente a un ritmo más lento (+0.8%).

Kantar Worldpanel predice que hacia 2020 el 15.3% de los productos de FMCG se venderá a través de estos tres canales en crecimiento: e-commerce, discounters y mayoristas.

El e-commerce será el canal con mayor crecimiento en 2020, representando el 7.2% de la cuota de mercado global impulsado por la creciente penetración de internet en mercados como África o Asia.

Tabla 1: Cuota de mercado (en valor) por canal, sector consumo masivo

	2015	2016	2017	Proyección 2020
Hipermercados & Supermercados	50.8%	49.8%	49.2%	48.4%
Discounters	5.1%	5.2%	5.3%	6.0%

Tiendas de conveniencia	5.4%	5.5%	5.5%	5.8%
E-commerce	4.8%	5.4%	5.8%	7.2%
Canal tradicional (almacenes, tiendas de barrio, ferias, mercados)	18.5%	18.6%	18.4%	18.4%
Mayoristas	1.3%	1.6%	1.8%	2.1%
Otros	14.1%	13.9%	14%	12.1%

Fuente: Kantar Worldpanel

Stéphane Roger, Director global de Shopper y Retail en Kantar Worldpanel, dijo: “El mercado de consumo masivo a nivel global está más difícil que nunca, creció sólo un +1.9% en valor el año pasado mientras que el PBI experimentó casi 4% de crecimiento.

Vemos que existe crecimiento, que está fragmentado, por un lado, está el auge del e-commerce y de los discounters y por el otro la dificultad que viven los formatos de hipermercados y supermercados. Los shoppers están dando un claro mensaje: quieren conveniencia y sacar el mayor provecho a su presupuesto disponible. En Kantar Worldpanel proyectamos que el gasto en supermercados e hipermercados caerá a un share de 48.4% en 2020. La clave del éxito reside en entender las dinámicas de los nuevos canales en juego y sus diferencias y peculiaridades entre países.”

La evolución global del mercado (fmcg)

El mercado creció globalmente un 1.9% en 2017. Mercados en desarrollo como África, Latinoamérica y Asia son los que están creciendo a una mayor velocidad (+8.8%, 7.3% y 4.3% respectivamente). Como contraste, el mercado creció un 2.2% en el Europa occidental (influenciado por la inflación del Reino Unido en el contexto del Brexit) y EE. UU, el mayor contribuyente del mundo al gasto en el sector, quien tuvo un crecimiento casi plano (+0.5%).

La demanda está decayendo por tres razones: el crecimiento orgánico de la población es más lento, las personas están cambiando el comportamiento de compra, ya sea comprando menos, escogiendo marcas propias o marcas más económicas y comprando con menos frecuencia.

Tabla 2: El crecimiento en valor anual en 2017 (sector FMCG).

	Crecimiento en 2017
Global	+1.9%
África & Medio Oriente	+8.8%
Asia	+4.3%
Latinoamérica	+7.3%
EE.UU	+0.5%
Europa occidental	+2.2%

Fuente: Kantar Worldpanel, Europanel

Adaptando la estrategia del retail a los compradores

Las marcas que adaptan su estrategia a la evolución de los canales en cada región tendrán más posibilidades de éxito. El e-commerce continúa creciendo rápidamente en Asia, donde ya cuenta con el 7.3% de cuota de mercado. Los discounters son más fuertes en Europa, sobre todo en Europa del este donde representan 27.4% de las ventas y en ciertas partes de Latinoamérica como Colombia (21%) y México (18.8%). En Brasil los mayoristas están creciendo con rapidez, representando el 10.6% de las ventas.

Tabla 3: La cuota de mercado por canal, por región. (FMCG, 2017, en valor)

	Canal Moderno (Autoservicios)	Canal tradicional y otros	E-commerce
Global	61.8%	31.8%	5.8%
África & Medio Oriente	76%	24%	-
Asia	51.8%	40.9%	7.3%

Latinoamérica	55%	44.9%	0.1%
EE.UU	88.2%	9.9%	1.9%
Europa occidental	85.6%	8.8%	5.6%

Fuente: Kantar Worldpanel, Europanel (Kantar, 2018)

4. ¿Realiza un análisis de la competencia, alrededor de los criterios más relevantes para su negocio?

Nota: * Seleccione de las siguientes opciones de criterios, aquellos para los cuales se identifica como alto nivel de criticidad para la validación de la competencia

Tabla: 4 Competencia

Nombre	Ubicación	Tiempo de antigüedad	Productos y servicios	Precios	Distribución
Mercadería Justo y bueno	Cl 9 # 7-38 Plazuela Almeida Cra. 4 #3-21 Casona Pamplona, Norte de Santander, Colombia	Tiene más de 2 años en la ciudad de pamplona trabajando en la comercialización de productos de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aseo, ❖ Bebidas instantáneas, ❖ Grasas y aceites, ❖ Pasabocas, ❖ Aseo y cuidado personal, ❖ Carnes frías y embutidos, ❖ Dulces y galletas, ❖ Infantil, ❖ Sin azúcar añadida, ❖ Bebidas, ❖ Cereales ❖ harinas y premezclas, ❖ Enlatados y conservantes, ❖ Lácteos y huevos, ❖ Bebidas alcohólicas, 	Precios muy cómodos para productos de la canasta familiar que están por debajo de marcas colombianas reconocidas en el mercado.	Atraves de puntos de ventas donde el cliente cuenta con la disponibilidad de mirar y escoger que producto quiere comprar.

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Condimentos salsas y aderezos, ❖ Granos, ❖ Panadería 		
Supermercado Coomultrup	Cra 7, No. 3-52 Barrio el Humilladero Pamplona, Norte de Santander, Colombia	Cuenta con más de 40 años en el mercado de pamplona en la comercialización de productos de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> + Variedad en Productos y Marcas ❖ Víveres ❖ Charcutería + Línea Hogar ❖ Colchones el Dorado ❖ Decoración + Electrodomésticos LG ❖ SAMSUNG ❖ Mabe ❖ Whirlpool - Haceb ❖ Licores nacionales e importados ❖ Ropa infantil BABY FRESH ❖ Ropa interior y pijamas - St. Even, gef, Punto Blanco + Líneas de Crédito ❖ Libre inversión 	Maneje precios un poco altos en productos de marca colombianas.	Atraves de puntos de ventas donde el cliente cuenta con la disponibilidad de mirar y escoger que producto quiere comprar

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pensionados ❖ Compra de cartera ❖ Aportes ❖ Rotativo ❖ Express ❖ Vehículo ❖ Impuestos y servicios públicos ❖ Educación ❖ Salud integral ❖ Turismo ❖ Soat y seguros ❖ Convenio con almacenes ❖ Plan corporativo celular ❖ Canasta familiar ❖ Electrodomésticos particulares 		
Supermercado Betel	Cl 5#7-68 Pamplona, Norte de Santander, Colombia	Un año en el mercado de pamplona comercializando productos de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aseo, ❖ Bebidas instantáneas, ❖ Grasas y aceites, ❖ Pasabocas, ❖ Aseo y cuidado personal, ❖ Carnes frías y embutidos, ❖ Dulces y galletas, 	Precios muy bajos con marcas colombianas reconocida, también maneja un portafolio de marcas propias.	Atraves de puntos de ventas donde el cliente cuenta con la disponibilidad de mirar y escoger que producto quiere comprar.

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Infantil, ❖ Sin azúcar añadida, ❖ Bebidas, ❖ Cereales ❖ harinas y premezclas, ❖ Enlatados y conservantes, ❖ Lácteos y huevos, ❖ Bebidas alcohólicas, ❖ Condimentos salsas y aderezos, ❖ Granos, ❖ Panadería ❖ Plásticos 		
Bodega Andaluza	CI 6 # 4-39 CI 6 # 4-35 Pamplona, Norte de Santander, Colombia	Tiene más de 30 años de estar trabajando en la ciudad de pamplona en la comercialización de productos de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aseo, ❖ Bebidas instantáneas, ❖ Grasas y aceites, ❖ Pasabocas, ❖ Aseo y cuidado personal, ❖ Carnes frías y embutidos, ❖ Dulces y galletas, ❖ Infantil, ❖ Sin azúcar añadida, 	Maneja precios muy cómodos asequibles a todo tipo de clientes	Se obtienen los productos a través de sus puntos de ventas donde el cliente tiene que hacer requerimiento de lo que necesita sin acción alguna para escoger

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bebidas, ❖ Cereales ❖ harinas y premezclas, ❖ Enlatados y conservantes, ❖ Lácteos y huevos, ❖ Bebidas alcohólicas, ❖ Condimentos salsas y aderezos, ❖ Granos, ❖ Panadería ❖ Cuenta con servicio a domicilio. 		
Bodega la Prosperidad	CI 6#4-25 CI 6#4-61 Centro	Tiene más de 6 años de estar trabajando en la ciudad de Pamplona en la comercialización de productos de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aseo, ❖ Bebidas instantáneas, ❖ Grasas y aceites, ❖ Pasabocas, ❖ Aseo y cuidado personal, ❖ Carnes frías y embutidos, ❖ Dulces y galletas, ❖ Infantil, ❖ Sin azúcar añadida, ❖ Bebidas, 	Maneja precios cómodos de productos con marca reconocida	Funciona en sus puntos de venta como bodega donde el cliente no puede elegir y mirar que producto desea llevar cuenta con servicio a domicilio

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cereales ❖ harinas y premezclas, ❖ Enlatados y conservantes, ❖ Lácteos y huevos, ❖ Bebidas alcohólicas, ❖ Condimentos salsas y aderezos, ❖ Granos, ❖ Panadería ❖ Cuenta con servicio a domicilio y maneja grandes descuentos en grandes compras 		
El Supermercado	Cl 6#4-49 Centro	Cuenta con más de 30 años trabajando en la ciudad de Pamplona en la comercialización de productos de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aseo, ❖ Bebidas instantáneas, ❖ Grasas y aceites, ❖ Pasabocas, ❖ Aseo y cuidado personal, ❖ Carnes frías y embutidos, ❖ Dulces y galletas, ❖ Infantil, ❖ Sin azúcar añadida, 	Precios bajos para todo tipo de clientes	Distribuye los productos a través de sus puntos de venta. Funciona como bodega. Cuenta con servicio a domicilio y con promociones y descuentos por la compra de

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bebidas, ❖ Cereales ❖ harinas y premezclas, ❖ Enlatados y conservantes, ❖ Lácteos y huevos, ❖ Bebidas alcohólicas, ❖ Condimentos salsas y aderezos, ❖ Granos, ❖ Panadería ❖ Cuenta con servicio a domicilio y maneja grandes descuentos en grandes compras 		grandes cantidades
Distribuciones triangulo verde	Cl 6#4-29 Centro	Cuenta con más de 35 años trabajando en la comercialización de productos de consumo en la ciudad de pamplona.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aseo, ❖ Bebidas instantáneas, ❖ Grasas y aceites, ❖ Pasabocas, ❖ Aseo y cuidado personal, ❖ Carnes frías y embutidos, ❖ Dulces y galletas, ❖ Infantil, 	Maneja diferentes precios	Distribuye los productos a través de su punto de venta

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sin azúcar añadida, ❖ Bebidas, ❖ Cereales ❖ harinas y premezclas, ❖ Enlatados y conservantes, ❖ Lácteos y huevos, ❖ Bebidas alcohólicas, ❖ Condimentos salsas y aderezos, ❖ Granos, ❖ Panadería ❖ Cuenta con servicio a domicilio y maneja grandes descuentos en grandes compras 		
Supermercado el chavo	Cl 2#4-58 Celestina	Cuenta con más de 10 años trabajando en la ciudad de Pamplona como comercializadora de productos de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aseo, ❖ Bebidas instantáneas, ❖ Grasas y aceites, ❖ Pasabocas, ❖ Aseo y cuidado personal, ❖ Carnes frías y embutidos, ❖ Dulces y galletas, 	Maneja precios muy cómodos para todo cliente	Funciona como comercializadora cuenta con punto de venta donde el cliente no puede escoger sus productos

			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Infantil, ❖ Sin azúcar añadida, ❖ Bebidas, ❖ Cereales ❖ harinas y premezclas, ❖ Enlatados y conservantes, ❖ Lácteos y huevos, ❖ Bebidas alcohólicas, ❖ Condimentos salsas y aderezos, ❖ Granos, ❖ Panadería 		
--	--	--	---	--	--

¿CUÁL ES MI SOLUCIÓN?

6. ¿Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades de sus clientes?

Nota: La alternativa o solución debe ser descrita dando respuesta a los siguientes interrogantes: ¿qué se ofrece (concepto del negocio) y qué lo hace diferente (componente innovador)?

- **Concepto del negocio:**

Autotienda que ofrece productos de consumo a precios cómodos en un mismo lugar con un gran surtido, horarios extendidos, autoservicio, domicilio permitiéndole ahorrar tiempo y dinero a su clientela.

- **Producto o servicio:**

Todo tipo de producto de consumo que satisfacen las necesidades de abastecimiento de todos los habitantes del sector y la ciudad en general.

- **Componente innovador:**

Brindar un amplio surtido en todo tipo de productos de consumo en todas sus presentaciones ventas al por mayor y detall a precios cómodos con amplios horarios en largas horas de la noche permitiéndole facilitar a sus clientes la obtención de estos productos por medio de autoservicio, domicilio ahorrándoles tiempo y dinero.

7. ¿Cómo valida la aceptación en el mercado?

Dentro de los resultados, destaque la identificación de las motivaciones que tienen los clientes para adquirir su producto.

La autotienda los cerezos tiene como metodología de validación:

- La trayectoria de más de quince años que tiene en el campo de la venta de productos para consumo en el barrio los cerezos de la ciudad de Pamplona.
- por el sinnúmero de clientes con los que cuenta en el sector y la ciudad

- el volumen de ventas que realiza diariamente
- Cuenta con proveedores reconocidos en este campo como lo son Grupo Nutresa, Bavaria y Postobón entre otros.
- Otro factor es el crecimiento que atenido en su infraestructura y capital los cuales son de propiedad

Todo este proceso se realizó mediante la observación ya que la empresa no cuenta con datos e informes que le permitan soportar todo este proceso.

8. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su Empresa en los aspectos: técnico- productivo, comercial y legal

Nota: En caso de haber realizado ventas, relacione las cantidades e ingresos generados. Si cuenta actualmente con un producto mínimo viable o infraestructura, realice una descripción de los mismos.

Tabla: 5 Avance logrado a la fecha por la autotienda

Aspecto	Avance
Técnico- Productivo	<p>Comercialización de productos de la canasta básica familiar, y todo tipo de enseres de consumo frecuente en un solo sitio.</p> <p>Cuenta con:</p> <p>Local propio Refrigeradores Instantes Sillas Carro propio Carretas Computadores Papeleras Impresora Canastas y envases Grapadoras Etiquetadoras</p>
Comercial	<p>Cuenta con años de constitución se ha logrado posicionar a nivel de sector, cuenta con diferentes tipos de clientes y proveedores.</p> <p>Ha realizado las siguientes actividades:</p> <p>Estrategia de promoción Logo Tarjetas publicitarias</p> <p>Estrategias de comunicación: Dotación Aviso publicitario Cuña radial</p>

Legal	<p>Se encuentra legalmente constituida y cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Matrícula mercantil vigente. ➤ Certificado Sayco & Acinpro. ➤ Concepto sanitario. ➤ Uso de suelo. ➤ Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios. ➤ Lista de precios. ➤ Inscripción en el RUT. ➤ Inscripción en el RIT. ➤ Certificado de manipulación de alimentos.
--------------	--

9. *Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos (bienes o servicios) que componen su portafolio:*

Tabla: 6 Ficha técnica de algunos productos que se comercializan en la autotienda.

Aspectos generales y descripción		
Comercialización de productos de consumo para el hogar.		
Categoría	Nombre	Medida
Plásticos e icopor	Platos Vasos cucharas	30oz, 26oz, 12oz, 16oz, 5oz 9.5oz, 7oz, 5.5oz, 5oz, 3.3oz, 3oz, 2.5oz, 2oz 20UN, 50UN, 100UN
Papelería y otros	Cuadernos Block Cartulina Lapiceros Lápices Temperas Pegante Minas Resma papel	50H, 80H, 100H 50H, 100H 1pliego, ½ pliego, ¼, 1/8, 0.7, 0.5, 0.3 0.7, 0.5, 0.3 100ml, 50ml, 25ml 100ml, 50ml, 25ml 0.7, 0.5, 0.3 Carta 500H, oficio 500H
Bebidas gaseosas, agua, alcohólicas- cigarrillos	Agua Jugos y gaseosas	20L, 6L, 1.5L, 1L, 600ml, 300ml, 280ml

	Aguardiente, ron y vinos Cervezas cigarrillos	3L, 2L, 1.75L, 1.5L, 1L, 330ml, 250ml 2L, 750ml, 375ml 1L, 750ml, 330ml, 250ml 20UN, 14UN, 10UN
Concentrados	Purina perros Purina gatos Purina pollos Purina conejo	30kg, 22kg, 17kg, 15kg, 4kg, 2kg, 1kg, 475g, 400g, 350g, 100g 17kg, 15kg, 8kg, 2kg, 1kg, 500g 50kg, 1kg, 500g 50kg, 1kg, 500g
Canasta familiar	Arroz Aceite Harina Granos Café Enlatados Chocolate Margarina Azúcar Sal Galletas Pollo Carnes frías Huevos Panela Leche	1k, 500g, 250g 100ml, 250ml, 450ml, 500ml, 710ml, 800ml, 900ml, 1000ml, 2700ml, 3000ml, 4800ml. 500g, 1kg. 250g, 460g 500g. 10g, 50g, 80g, 125g, 250g 500g. 15g, 50g, 130g, 150g, 180g, 425g 10g, 250g, 500g 10g, 250g, 500g 250g, 500g, 1kg 500g, 1kg 1UN, 10UN, 20UN, 24UN 250g, 500g, 1kg, 2kg, etc. 2UN, 3UN, 5UN, 9UN, 15UN, etc. 1UN, 10UN, 30UN, etc. 1UN, 2UN, 32UN, etc. 250ml, 450ml, 900ml, 1100ml
Confitería y mecatos	Bombones Gomas Chupetas Confites	10UN, 20UN, 24UN, 30UN, etc. 10UN, 20UN, 30UN, etc.

	<p>Papas</p> <p>Chitos</p> <p>Chicharrones</p>	<p>10UN, 24UN, etc.</p> <p>10UN, 24UN, etc.</p> <p>50g, 70g, 100g, 130g, 200g, 400g, etc.</p> <p>50g, 70g, 100g, 130g, 200g, 400g, etc.</p> <p>50g, 70g, 100g, 130g, 200g, 400g, etc.</p>
Aseo personal y para el hogar	<p>Shampoo</p> <p>Jabón baño</p> <p>Jabón para lavar</p> <p>Jabón loza</p> <p>Esponjas</p> <p>Jabón polvo</p> <p>Suavizante</p> <p>Desinfectante</p> <p>Crema diente</p> <p>Papel higiénico</p>	<p>10ml, 15ml, 190ml, 350ml, 400ml, 530ml, 600ml, 750ml, 800ml, etc.</p> <p>75g, 100, 120g, 200g</p> <p>25g, 30g, 60g, 70g,</p> <p>100g 200g, 300g, 450g.</p> <p>50g, 100g, 150g, 220g</p> <p>250g, 500g, 800g, etc.</p> <p>1UN, 2UN, 3UN, 5UN, etc.</p> <p>100g, 125g, 250g, 450g, 500g, 800g, 1kg, etc.</p> <p>50ml, 200ml, 400ml, 800ml, etc.</p> <p>50ml, 200ml, 400ml, 800ml, etc.</p> <p>50ml, 60ml, 100ml, 180ml, 200ml, etc.</p> <p>1UN, 2UN, 4UN, 8UN, 12UN 24UN, etc.</p>

¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?

10. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su Empresa.

La autotienda los cerezos cuenta con variedad y surtido de productos de consumo para el hogar, teniendo ya su propia clientela en el sector lo que le permite que a través de sus ventas se mantenga en el mercado obteniendo gran crecimiento con una gran fortaleza compitiendo con grandes cadenas de supermercados que se encuentran en la ciudad como lo son betel, justo y bueno entre otras llegando a conseguir grandes volúmenes de ventas que le han permitido obtener su propia infraestructura y gran capital de trabajo.

- Ventas
- Publicidad
- Promociones

11. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

Tabla: 7 Cliente

¿Cuáles son los volúmenes y su frecuencia de compra?	La autotienda los cerezos cuenta con clientes que tienen una frecuencia de compras en grandes y bajas cantidades como: Compras al menudeo diaria, semanal, quincenal y mensualmente también compras al por mayor con las mismas frecuencias.
¿Qué características se exigen para la compra?	Atención, Economía, Compra menudeo, Marcas reconocidas, Surtido, asequibilidad, ambientación, horarios.
Sitio de compra	Autotienda los cerezos calle 3 Cr 8-73 barrio los cerezos edificio Carreño primer piso.
Forma de pago	Contado y Crédito para clientes fijos que compran en grandes y pequeñas cantidades con créditos semanales quincenales y mensuales.

Precio	Precios con los márgenes de ventas establecidos en el mercado.
---------------	--

12. Realice la proyección de cantidades y total de ventas (diarias).

Tabla: 8 Proyección de cantidades y total de ventas

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEAMANA 1							
UNIDADES DIAS	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	DIA 6	DIA 7
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	339	432	320	412	363	420	290
TOTAL	339	432	320	412	363	420	290
EN PESOS	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	DIA 6	DIA 7
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	957,950.00	1,058,400.00	939,600.00	926,200.00	913,550.00	1,027,050.00	870,000.00
TOTAL	957,950.00	1,058,400.00	939,600.00	926,200.00	913,550.00	1,027,050.00	870,000.00
PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEAMANA 2							
UNIDADES DIAS	DIA 8	DIA 9	DIA 10	DIA 11	DIA 12	DIA 13	DIA 14
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	420	500	540	515	325	298	545
TOTAL	420	500	540	515	325	298	545
EN PESOS	DIA 8	DIA 9	DIA 10	DIA 11	DIA 12	DIA 13	DIA 14

CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	808,950.00	909,500.00	942,750.00	1,137,000.00	885,500.00	727,800.00	903,700.00
TOTAL	808,950.00	909,500.00	942,750.00	1,137,000.00	885,500.00	727,800.00	903,700.00

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE
SEMANA 3

UNIDADES DIAS	DIA 15	DIA 16	DIA 17	DIA 18	DIA 19	DIA 20	DIA 21
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	535	538	402	413	408	380	395
TOTAL	535	538	402	413	408	380	395

EN PESOS	DIA 15	DIA 16	DIA 17	DIA 18	DIA 19	DIA 20	DIA 21
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	1,261,850.00	1,269,500.00	902,800.00	1,017,750.00	780,100.00	668,950.00	834,550.00
TOTAL	1,261,850.00	1,269,500.00	902,800.00	1,017,750.00	780,100.00	668,950.00	834,550.00

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE
SEMANA 4

UNIDADES DIAS	DIA 22	DIA 23	DIA 24	DIA 25	DIA 26	DIA 27	DIA 28
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	315	324	450	345	460	509	537
TOTAL	315	324	450	345	460	509	537

EN PESOS	DIA 22	DIA 23	DIA 24	DIA 25	DIA 26	DIA 27	DIA 28
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	786,100.00	752,750.00	1,209,200.00	755,350.00	840,450.00	1,093,050.00	1,124,000.00
TOTAL	786,100.00	752,750.00	1,209,200.00	755,350.00	840,450.00	1,093,050.00	1,124,000.00

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEMANA 5							
UNIDADES DIAS	DIA 29	DIA 30					
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	675	578					
TOTAL	675	578					
SEMANA 4							
EN PESOS	DIA 29	DIA 30					
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	880,850.00	1,160,100.00					
TOTAL	880,850.00	1,160,100.00					

13. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

- Normatividad empresarial (constitución empresa).

La empresa **AUTOTIENDA LOS CEREZOS** está conformada como una Sociedad por Acciones Simplificada, perteneciente al sector comercial Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco (Código CIIU 4711). La legislación vigente es la ley 1528 de 2008 que entre otras cosas establece que la SAS. Estatutos: en donde se relaciona claramente las reglas sobre el capital y las acciones, además de la relación de sus socios con la empresa en cuanto a la regulación de los mismos.

cuenta con:

- Matrícula mercantil vigente.
- Inscripción en el RUT.
- Inscripción en el RIT.

Normatividad tributaria

Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada – S.A.S. se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas; es decir, son contribuyentes declarantes del régimen ordinario del impuesto sobre la renta y sus complementarios. En el impuesto sobre las ventas – IVA serán responsables (sujetos pasivos jurídicos) siempre que realicen el hecho generador consagrado en el artículo 420 del Estatuto Tributario. Son contribuyentes del impuesto de industria y comercio cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas; igualmente tendrán la calidad de agentes retenedores a título de renta, IVA e ICA, según el caso.

Son contribuyentes de:

- Impuesto de renta
- Retención en la fuente
- IVA
- Gravamen a los movimientos financieros
- ICA
- Impuesto al patrimonio

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)

- **Cámara de comercio de Pamplona:** Se creará mediante documento privado presentado personalmente por el representante legal ante la Cámara de Comercio de Pamplona.
- **DIAN:** Registro de la empresa ante la DIAN para la obtención del RUT de la empresa. Para realizar este procedimiento debe llevar los siguientes documentos: Registro en cámara de comercio. Copia de la cédula del representante legal al 150%. Copia recibo servicio público (luz) donde va a ubicarse el establecimiento.
- **Entidades bancarias:** Se solicitará la creación de una cuenta de Ahorros o Corriente a nombre de la empresa. Debe ir el representante legal.
- **Secretaría de hacienda municipal:** Inscribir la empresa ante la secretaria municipal para verificar si la empresa debe hacer pagos de industria y comercio de acuerdo a su actividad. **BOMBEROS:** Inscribir la empresa a bomberos con esto bomberos realizara una visita a la empresa para identificación de riesgos.
- **Implementación sistema de seguridad y salud en trabajo:** el Decreto 171 - Decreto 1072 asigna obligaciones al empleador de establecer un Sistema de Gestión, adoptando una política de seguridad y salud en el trabajo, siendo

parte de las políticas generales de la empresa con alcance en todo el ámbito de trabajo y sobre todos los trabajadores sin importar el tipo de vinculación, además el empleador deberá asignar y delegar responsabilidades para la aplicación e implementación de la política sobre la seguridad, pedir rendición de cuentas frente a las políticas adoptadas por lo menos una vez al año, implementar un plan de trabajo anual para prevenir accidentes y peligros en el lugar de trabajo, capacitar a los trabajadores o contratistas en Seguridad y salud en el Trabajo, definir y asignar recursos para el diseño, implementación, revisión evaluación de las medidas sobre el SG-SST como control de peligros y riesgos en el lugar de trabajo, entre otros.

- **Libros de contabilidad:** Inscribir los Libros de contabilidad ante cámara de comercio para que allí sean suscritos y foliados y solicitar un certificado de inscripción de libros. Libro de actas de Asamblea de Accionistas en el caso de sociedades anónimas, en comanditas por acciones o sociedad por acciones simplificada, Junta de Socios en sociedades de responsabilidad limitada y en comanda simple.

La empresa cuenta con:

- Certificado Sayco & Acinpro.
- Concepto sanitario.
- Uso de suelo.
- Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios.
- Lista de precios.
- Certificado de manipulación de alimentos.

Normatividad laboral

Todos los procesos de contratación y operación se implementarán según la normatividad legal contemplada en el Código

Sustantivo del Trabajo:

- Contrato de trabajo y sus términos
- Jornada laboral
- Prestaciones sociales
- Vacaciones
- Cesantías
- Intereses cesantías

Normatividad ambiental

El marco jurídico está contenido básicamente en la Constitución Política Colombiana reformada en año 1991 que agrupa con carácter supremo y global los enunciados sobre el manejo y conservación del medio ambiente, las leyes del Congreso de la República, decretos con fuerza de ley y decretos-ley del Gobierno Nacional que contienen las normas básicas y políticas que originan la reglamentación.

14. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

- Cuenta con una localización optima la cual le permite el funcionamiento y desarrollo de sus actividades de manera eficiente
- Tiene actualmente un tamaño de mercado que puede atender sin ningún problema.
- La disponibilidad de productos es constante y el costo de los mismo le permite obtener ganancias para su crecimiento.
- Actualmente cuenta con todo la maquinaria, personal y normatividades que requiere para funcionar.

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos.

Tabla: 9 Requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos

Requerimiento materia prima	Cantidad
Lote en categoría plásticos	1
Lote categoría Papelería y otros	1
Lote categoría Concentrados	1
Lote categoría Canasta familiar	1
Lote categoría confitería	1
Lote categoría aseo	1
Requerimiento mano de obra	
Cajeros	2
Bodeguero	1
Gerente	1

Contador	1
Auxiliares Contables o Administrativo	1
Oficios varios	2
Requerimiento suministros y materiales de oficina	
Resma Papel bond	5
Tóner	5
Cinta impresión	6
Quick Lápices	1
Grapadora	3
Perforadora	3
Quick Borradores	1
Construcciones e instalaciones para producción	
Local	1
Vitrina nevera exhibidora para bebidas	3
Vitrina nevera exhibidora para carnes	2
Balanza automática	3
Caja registradora	2
Coches metálicos	10
Etiquetadoras	4
lectores de código de barra	3
Equipo de computo	3
Mesas	3
Sillas Giratorias	2
Escritorios y sillas	4
Archivadores	3
Teléfono	1

Software	1
-----------------	---

14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación)

La autotienda los cerezos cuenta con un lugar físico propio en un sector muy estratégico que le permite llevar acabo su actividad de comercio lo cual es un gran beneficio para esta ya que cuenta con su propia clientela proveedores y un gran reconocimiento en el sector.

14.2. Identifique los requerimientos de inversión:

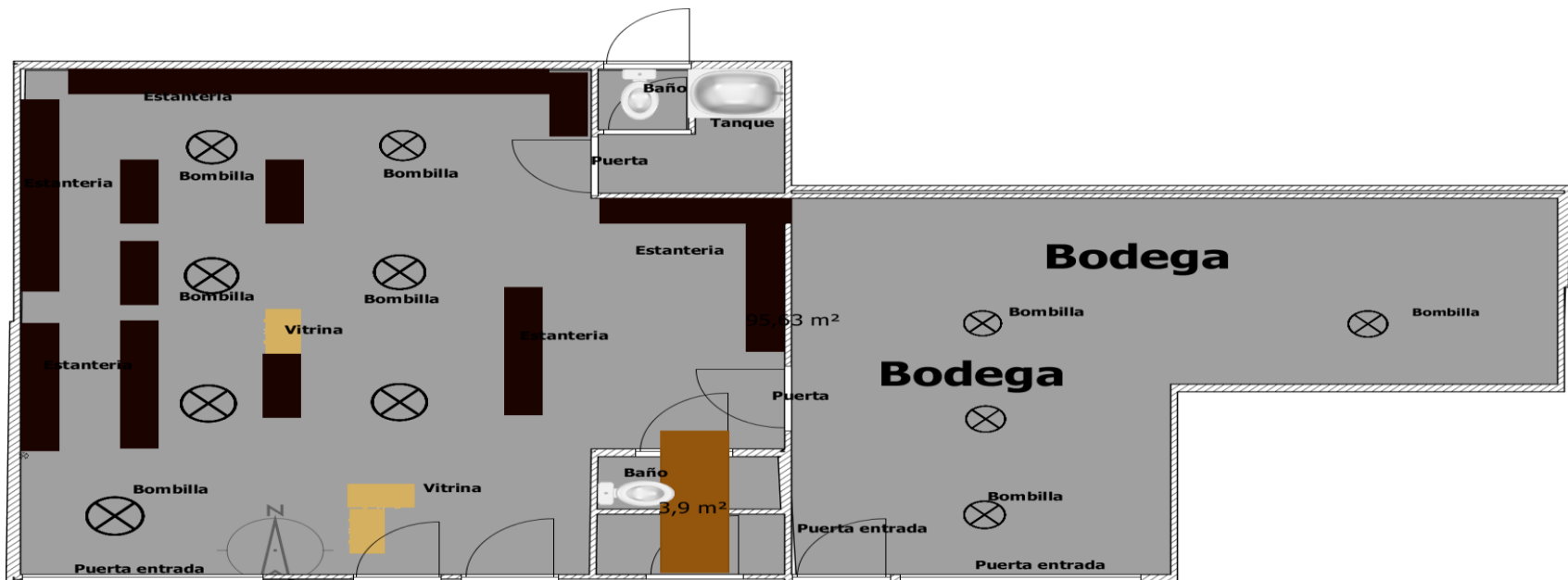
Tabla: 10 Requerimientos de inversión

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Valor total
Infraestructura – Adecuaciones	Local	1	\$80.000.000	\$80.000.000
	Mejoramiento infraestructura	1	\$7.000.000	\$7.000.000
Maquinaria y Equipo	Vitrina nevera exhibidora para bebidas	3	\$2.500.000	\$7.500.000
	Vitrina nevera exhibidora para carnes	2	\$3.000.000	\$6.000.000
	Balanzas automáticas	3	\$86.000	\$258.000
	Caja registradora	2	\$480.000	\$960.000
	Lectores de código de barra	3	\$128.000	\$384.000

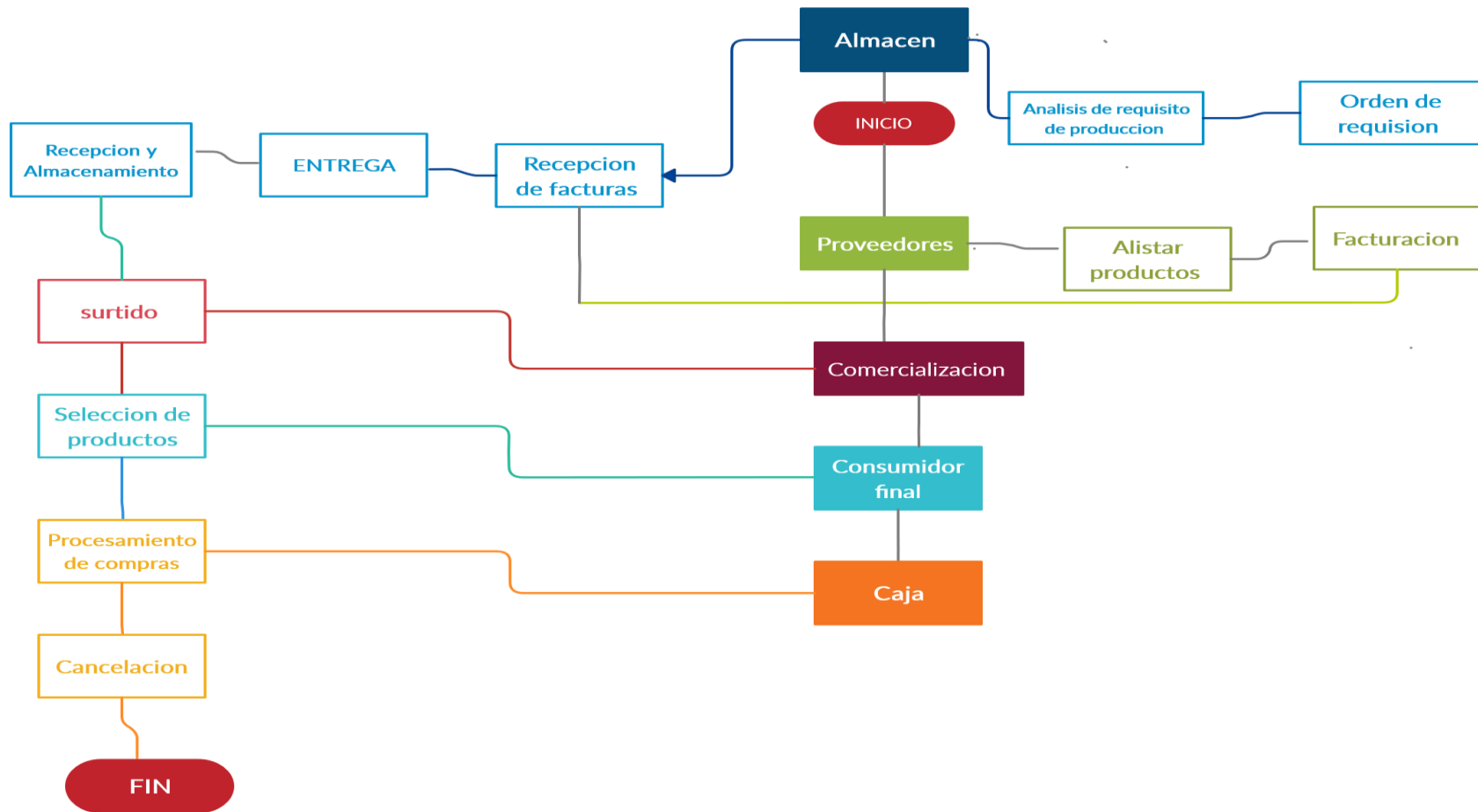
Equipo de comunicación y computación	Computadores de mesa	3	\$895.000	\$2.685.000
	Teléfono	1	\$28.900	\$28.900
Muebles y Enseres y otros	Coches metálicos	10	\$21.500	\$215.000
	Etiquetadoras	4	\$20.900	\$119.600
	Mesas	3	\$67.900	\$203.700
	Sillas giratorias	2	\$175.000	\$350.000
	Escritorio y sillas	4	\$524.900	\$2.099.600
	archivadores	3	\$70.000	\$210.000
Otros (incluido herramientas)	Software	1	\$100.000	\$100.000
	Resma papel bond	5	\$7.900	\$39.500
	Tóner	5	\$19.800	\$99.000
	Cinta impresión	6	\$11.900	\$71.400
	Quick Lápices	1	\$49.600	\$49.600
	Grapadora	3	\$11.000	\$33.000
	Perforadora	3	\$58.000	\$174.000
	Quick Borradores	1	\$11.000	\$11.000
Total				\$108.591.300

14.3. Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios.

La autotienda los cerezos cuenta con una infraestructura propia, pero tiene falencias por el deterioro de los pisos y paredes e iluminación lo que requiere un mejoramiento de la misma y una ampliación para así poder distribuir los espacios para un mejor funcionamiento de sus procesos para esto se realizara un plano donde se detalle la adecuación que se requiere realizara dicha infraestructura:



15. Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?



15. Equipo de trabajo

- Cajeros
- Bodeguero
- Gerente
- Oficios varios
- Contador general
- Auxiliar contable o Administrativo

Tabla: 11 Equipo de trabajo

Nombre del cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nomina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo/tiempo parcial)	unidad	Valor remuneración	Mes vinculación
		Formación	Experiencia general (años)	Experiencia específica (años)					
Gerente	Dirigir, coordinar y supervisar las actividades administrativas y de	Título profesional en Administración de Empresas	Cinco (5) años	Cinco (5) años	Nómina	Tiempo Completo	1	\$1.656.232	1

	apoyo para garantizar el normal funcionamiento de la Empresa y actuar en representación legal de la misma.	Economía o Título de postgrado en la modalidad de Especialización o Título de Maestría.							
Contador	Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones , así como la	Título profesional en Contaduría Pública con tarjeta profesional y sin antecedentes	Cinco (5) años	Tres (3) años	Prestación de servicios	Tiempo parcial	1	\$1.242.174	1

	actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.								
Auxiliar contable o administrativo	Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digital	Técnico o Tecnólogo o mínimo cuatro (4) semestres de carrera profesional en Administración de	Cinco (5) años	Un (1) año	Nómina	Tiempo Completo	1	\$828.116	1

	y registrar las transacciones contables de las operaciones de la empresa y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.	Empresas o Contaduría o Ingeniería Logística o Administración Documental o Archivística.							
Bodeguero	Mantener los registros de ingreso y salida de mercancías que permanecen en bodegas del Servicio, actualizados . existencia de mercancías en bodega,	Bachiller	Un (1) año	Un (1) año	Nomina	Tiempo completo	1	\$828.116	1

	tales como: resoluciones u órdenes de compras, copias de facturas, guías de despacho								
Cajeros	Cajeros para llevar el control de las cajas y contar el dinero y buena atención al cliente	Bachiller	Un(1) año	Un (1) año	Nomina	Tiempo completo	2	\$828.116	1
Oficios varios	Conocimiento de surtido de mercancías y buena atención al cliente	Estudios básicos	Un mes	Un mes	Nomina	Tiempo completo	2	\$828.116	1

15.1 ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

- **Perfil:** bachiller ciclista semi profesional con más de 20 años de experiencia en el campo del ciclismo tiene más de 15 títulos en su carrera y ha participado en certámenes de este tipo de gran importancia como la vuelta a Colombia. Gerente de su propio negocio con más de 15 años de experiencia en el manejo del mismo logrando un gran crecimiento de su capital de trabajo.
- **Rol:** gerente y propietario de su empresa. Es el encargado de tomar las decisiones de contratación de personal y la compra de productos para el negocio.
- **Dedicación:** dedica más de 10 horas diarias a la dirección del negocio pendiente en las decisiones de compra de productos.

15.2 ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación?

Tabla: 12 Cargos requiere la empresa para su operación

Nombre del cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nomina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo/tiempo parcial)	unidad	Valor remuneración	Mes vinculación
		Formación	Experiencia general (años)	Experiencia específica (años)					
Gerente	Dirigir, coordinar y supervisar las actividades administrativas y de apoyo para garantizar el normal funcionamiento de la Empresa y actuar en representación legal de la misma.	Título profesional en Administración de Empresas o Economía o Título de postgrado en la modalidad de Especialización o Título de Maestría.	Cinco (5) años	Cinco (5) años	Nómina	Tiempo Completo	1	\$1.656.232	1

Contador	Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas	Título profesional en Contaduría Pública con tarjeta profesional y sin antecedentes	Cinco (5) años	Tres (3) años	Prestación de servicios	Tiempo parcial	1	\$1.242.174	1
-----------------	---	---	----------------	---------------	-------------------------	----------------	---	-------------	---

	partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.								
Auxiliar contable o administrativo	Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la empresa y verificar su adecuada	Técnico o Tecnólogo o mínimo cuatro (4) semestres de carrera profesional en Administración de Empresas o Contaduría o Ingeniería Logística o Administración Documental o	Cinco (5) años	Un (1) año	Nómina	Tiempo Completo	1	\$828.116	1

	contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.	Archivística.							
Bodeguero	Mantener los registros de ingreso y salida de mercancías que permanecen en bodegas del Servicio, actualizados. existencia de mercancías en bodega, tales como: resoluciones u órdenes de compras, copias de facturas, guías de despacho	Bachiller	Un (1) año	Un (1) año	Nomina	Tiempo completo	1	\$828.116	1
Cajeros	Cajeros para llevar	Bachiller	Un(1) año	Un (1) año	Nomina	Tiempo completo	2	\$828.116	1

	el control de las cajas y contar el dinero y buena atención al cliente								
Oficios varios	Conocimiento de surtido de mercancías y buena atención al cliente	Estudios básicos	Un mes	Un mes	Nomina	Tiempo completo	2	\$828.116	1

I. ¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?

16 ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

Tabla:13 Estrategias utilizará para lograr la meta de ventas

Estrategia de distribución (nombre):				
Propósito:				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo líder del proceso)
Crear página en Facebook, Instagram, twitter	Experto en diseño de páginas en redes sociales	1	\$40.000	Gerente

para darse a conocer en redes sociales				
MANTENIMIENTO REDES SOCIALES	Contratación de una empresa para el mantenimiento	6	\$55.000	Gerente
PAGINA WEB	Contratación de una empresa para el diseño	1	\$710.000	Gerente
SERVICIO CELULAR PARA MANEJO DE CLIENTES Y PROVEEDORES	Contratación de una empresa para el servicio	1	\$150.000	Gerente
Costo total			\$955.000	

Estrategia de promoción (nombre):				
Propósito:				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo líder del proceso)
DISEÑAR UN LOGO QUE LLAME LA ATENCIÓN QUE REPRESENTA LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA	Contratación de una empresa de publicidad	1	\$170.000	Gerente
EVENTOS	Contratación de una empresa de publicidad		\$160.000	Gerente
VOLANTES PROMOCIONALES	Contratación de una empresa de publicidad	1	\$155.000	Gerente

DE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN				
Costo total			\$485.000	

Estrategia de comunicación (nombre):				
Propósito:				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo líder del proceso)
DOTACION	Contratación de una empresa de suministro	1	\$650.000	Gerente
CATALOGO DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA	Contratación de una empresa de publicidad	1	\$280.000	Gerente
AVISO PUBLICITARIO	Contratación de una empresa de publicidad	1	\$240.000	Gerente
PATROCINIO A EVENTOS DE PARTICIPACION DE LA EMPRESA	Contratación de una empresa de publicidad	5	\$170.000	Gerente
PAGINA EN REDES SOCIALES	Contratación de una empresa para el diseño y mantenimiento	1	\$40.000	Gerente

CREACION DE UN VIDEO PUBLICITARIOS	Contratación de una empresa para el diseño	3	\$170.000	Gerente
CUÑAS RADIALES PUBLICITARIAS	Contratación de emisoras radiales para realizar cuñas publicitarias	1	\$160.000	Gerente
Costo total			\$1.710.000	

16. Proyección de ingresos

Generalmente las ventas se realizan a contado y/o crédito; por lo cual se tienen ingresos esperados en el período (semana, mes, etc.) en que se realiza la venta o ingresos por ventas a crédito esperados en períodos posteriores a la venta.

Esta proyección de ingresos se basó en los modelos financiero de fondo emprender y las ventas realizadas por la autotienda los cerezos para el mes de noviembre las cual podemos observar proyecciones de la empresa para los meses de diciembre y enero.

Tabla: 14 Proyección de ingresos

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEAMANA 1							
UNIDADES DIAS	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	DIA 6	DIA 7
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	339	432	320	412	363	420	290
TOTAL	339	432	320	412	363	420	290
EN PESOS	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	DIA 6	DIA 7
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	957,950.00	1,058,400.00	939,600.00	926,200.00	913,550.00	1,027,050.00	870,000.00
TOTAL	957,950.00	1,058,400.00	939,600.00	926,200.00	913,550.00	1,027,050.00	870,000.00
PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEAMANA 2							
UNIDADES DIAS	DIA 8	DIA 9	DIA 10	DIA 11	DIA 12	DIA 13	DIA 14

CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	420	500	540	515	325	298	545
TOTAL	420	500	540	515	325	298	545
EN PESOS	DIA 8	DIA 9	DIA 10	DIA 11	DIA 12	DIA 13	DIA 14
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	808,950.00	909,500.00	942,750.00	1,137,000.00	885,500.00	727,800.00	903,700.00
TOTAL	808,950.00	909,500.00	942,750.00	1,137,000.00	885,500.00	727,800.00	903,700.00

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEAMANA 3							
UNIDADES DIAS	DIA 15	DIA 16	DIA 17	DIA 18	DIA 19	DIA 20	DIA 21
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	535	538	402	413	408	380	395
TOTAL	535	538	402	413	408	380	395
EN PESOS	DIA 15	DIA 16	DIA 17	DIA 18	DIA 19	DIA 20	DIA 21
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	1,261,850.00	1,269,500.00	902,800.00	1,017,750.00	780,100.00	668,950.00	834,550.00
TOTAL	1,261,850.00	1,269,500.00	902,800.00	1,017,750.00	780,100.00	668,950.00	834,550.00

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEAMANA 4							

UNIDADES DIAS	DIA 22	DIA 23	DIA 24	DIA 25	DIA 26	DIA 27	DIA 28
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	315	324	450	345	460	509	537
TOTAL	315	324	450	345	460	509	537
EN PESOS	DIA 22	DIA 23	DIA 24	DIA 25	DIA 26	DIA 27	DIA 28
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	786,100.00	752,750.00	1,209,200.00	755,350.00	840,450.00	1,093,050.00	1,124,000.00
TOTAL	786,100.00	752,750.00	1,209,200.00	755,350.00	840,450.00	1,093,050.00	1,124,000.00

PLAN DE VENTAS Y PRODUCCIÓN MES DE NOVIEMBRE							
SEMANA 5							
UNIDADES DIAS	DIA 29	DIA 30					
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	675	578					
TOTAL	675	578					
SEMANA 4							
EN PESOS	DIA 29	DIA 30					
CANTIDAD ARTICULOS VENDIDOS	880,850.00	1,160,100.00					
TOTAL	880,850.00	1,160,100.00					

18. Proyección de costos

Tabla: 15 Proyección de costos

NOMINA ADMINISTRACION Y OPERACION			
EMPLEO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GERENTE	1	\$1.656.232	\$1.656.232
CONTADOR	1	\$1.242.174	\$1.242.174
AUXILIAR CONTABLE O ADMINISTRATIVO	1	\$828.116	\$828.116
BODEGUERO	1	\$828.116	\$828.116
CAJERO	2	\$828.116	\$1.656.232
OFICIOS VARIOS	2	\$828.116	\$1.656.232
TOTAL			\$7.867.102

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Crear página en Facebook, Instagram, twitter para darse a conocer en redes sociales	\$40.000	\$40.000
MANTENIMIENTO REDES SOCIALES	\$55.000	\$55.000
PAGINA WEB	\$710.000	\$710.000
SERVICIO CELULAR PARA MANEJO DE CLIENTES Y PROVEEDORES		\$150.000
TOTAL		\$955.000

ESTRATEGIA DE PROMOCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DISEÑAR UN LOGO QUE LLAME LA ATENCIÓN QUE REPRESENTA LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA	\$170.000	\$170.000

VOLANTES PROMOCIONALES DE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN	\$160.000	\$160.000
DISEÑAR UN LOGO QUE LLAME LA ATENCIÓN QUE REPRESENTA LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA	\$155.000	\$155.000
TOTAL		\$485.000

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DOTACION	\$650.000	\$650.000
CATALOGO DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA	\$280.000	\$280.000
AVISO PUBLICITARIO	\$240.000	\$240.000
PATROCINIO A EVENTOS DE PARTICIPACION DE LA EMPRESA	\$170.000	\$170.000
PAGINA EN REDES SOCIALES	\$40.000	\$40.000
CREACION DE UN VIDEO PUBLICITARIOS	\$170.000	\$170.000
CUÑAS RADIALES PUBLICITARIAS	\$160.000	\$160.000
TOTAL		\$1.710.000

18. Proyección de gastos

Tabla: 16 Proyección de gastos

NOMINA ADMINISTRACION			
EMPLEO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GERENTE	1	\$1.656.232	\$1.656.232
CONTADOR	1	\$1.242.174	\$1.242.174
AUXILIAR CONTABLE O ADMINISTRATIVO	1	\$828.116	\$828.116
Escritorio y sillas	4	524,900.00	2,099,600.00

Resma papel bond	5	7,900.00	39,000.00
tóner	5	19,800.00	99,000.00
Cinta impresión	6	11,900.00	71,400.00
archivadores	3	70,000.00	210,000.00
Quick borradores	1	11,000.00	11,000.00
mesa	3	67,900.00	203,700.00
Sillas giratorias	2	175,000.00	350,000.00
Quick lápices	1	49,600.00	49,600.00
grapadora	3	11,000.00	33,000.00
perforadora	3	58,000.00	174,000.00
total			7,067,000.00

19. Inversiones

Tabla: 17 Inversiones

Infraestructura			
Actividad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Local	1	80,000,000.00	80,000,000.00
Vitrina nevera exhibidora para bebidas	3	2,500,000.00	7,500,000.00
Vitrina nevera exhibidora para carnes	2	3,000,000.00	6,000,000.00
Balanzas automáticas	3	86,000.00	258,000.00
Lectores de código de barra	3	128,000.00	384,000.00
Computadores de mesa	3	895,000.00	2,685,000.00
Teléfono	1	28,900.00	28,900.00
Coches metálicos	10	21,500.00	215,000.00

Mesas	3	67,900.00	203,700.00
Sillas giratorias	2	175,000.00	350,000.00
Escritorios y sillas	4	524,900.00	2,099,600.00
Total			99,724,200.00

20. Capital de trabajo

Tabla: 18 Capital de trabajo

Descripción	Cantidad	Aporte emprendedor	Valor unitario	Valor total
Mano de obra operacional	5	4,140,580.00	828,116.00	4,140,580.00
Gastos administrativos		7,067,322.00		7,067,322.00
Gastos ventas		3,150,000.00		3,150,000.00
Costo mercancías		20,000,000.00		20,000,000.00
total		34,357,902.00	828,116.00	34,357,902.00

21. Resumen fuente de financiación

Tabla :19 Resumen fuente de financiación

descripción	Valor total	Aporte emprendedor	Aporte fondo emprender
Total capital de trabajo	34,357,902.00		34,357,902.00
Total inversión	99,724,200.00		99,724,200.00
total			134,082,102.00

22. ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTO?

- a. ¿Qué factores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.

Tabla: 20 Riesgo

Nº	Nombre	Rol en la ejecución
1	Seguridad de la información	Las empresas día adía se van volviendo cada vez más dependientes de las tecnologías de información TI, pero a pesar de la inversión en políticas, la capacitación y los equipos de seguridad sofisticados; las violaciones de datos e incidentes graves se siguen produciendo por malos manejos y el ataque de cibernéticos. Los riesgos se ven agravados porque, las empresas no sólo se enfrentan a ataques externos, si no que tan bien por sus propios empleados violando las políticas de seguridad de la empresa.
2	Gestión del cambio estratégico	La realización de una transformación estratégica, los procesos de cambio mal planificados, las fusiones y adquisiciones; o la escasez de

		recursos pueden reducir la probabilidad de que los planes tengan éxito.
3	La inestabilidad geopolítica	En el país la inestabilidad geopolítica afecta a la confianza empresarial y el acceso a las materias primas y los mercados, e interrumpe los suministros. La inestabilidad geopolítica ya no se limita a las regiones históricamente en conflicto. Las empresas tienen preocupación por las tensiones geopolíticas y su impacto en las perspectivas de crecimiento de la organización.
4	Protección de datos	Más y más compañías están captando datos e informaciones personales de sus clientes y empleados, por lo que es cada vez más difícil de garantizar el cumplimiento de las nuevas regulaciones. Estas regulaciones varían de país a país, y la privacidad se hace más compleja por el uso de servicios de proveedores de TI terceros o por el almacenamiento de datos en la nube.
5	Uso de terceros	Aunque son fundamentales para casi todas las organizaciones, los terceros exponen a las empresas a una amplia

		gama de riesgos. Esto es especialmente cierto, cuando se trata de acceder a informaciones y los datos corporativos claves.
6	Gestión de cumplimiento	La avalancha de nuevos reglamentos y una mayor exigencia de cumplimiento sigue siendo un desafío. El riesgo puede ser multiplicado por la necesidad de garantizar que las empresas recién creadas cumplen con los requerimientos establecidos.
7	Riesgo de cultura corporativa	El establecer un tono adecuado en la cumbre es vital. Dicho esto, tenemos que garantizar que los mandos intermedios tomen decisiones con conocimiento del riesgo envuelto y que las mismas no estén sesgadas por los programas de incentivos mal diseñados
8	Planificación estratégica de la fuerza laboral	Los esfuerzos para impulsar el crecimiento de la compañía pueden ser afectados por procesos deficientes de gestión del talento y por una pobre planificación. Esto se ve agravado, porque cada día existe una mayor competencia para la captación del mejor talento disponible y por una mala planificación de sucesión.

9	Marketing digital	Los nuevos esfuerzos de marketing digital pueden hacer que la actividad de comercialización sea más ágil, sensible y dispersa. Sin embargo, también puede hacer que sea mucho más difícil de mantener un adecuado proceso de vigilancia de las comunicaciones. Un paso en falso puede dar lugar a la ocurrencia de riesgos importantes que pueden dañar la reputación de la empresa, la seguridad de la información y la privacidad de los datos.
10	Mayores costos financieros	El inicio del incremento de la tasa de interés de política monetaria del Banco de la República, empezará a aumentar los costos financieros que asumirán las empresas, lo que podría afectar sus resultados si no logran aumentar los márgenes o no tienen un buen manejo financiero, en el caso de tener deudas.
11	La competencia	Hay muchas empresas que han salido del mercado, a causa de que otra empresa "disruptiva" aprovechó las oportunidades para sacar ventaja o, en todo caso, porque las primeras no supieron adecuar sus procesos. La competencia se convierte en uno de los principales riesgos.

(Martínez, 2015)

- b. ¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

Tabla: 21 Factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos

CLASE	TIPIFICACIÓN DEL RIESGO				CATEGORÍA DEL RIESGO				
	N ^o	DESCRIPCIÓN	CONSECUENCIA	TRATAMIENTO	MONITOREO	RESPONSABLE	PROBABILIDAD	IMPACTO	CATEGORÍA
ECONÓMICO	1	- No hacer gestión de clientes en distintos segmentos del mercado. - No hay crecimiento en la empresa	Bajo nivel de ventas, inestabilidad en el mercado, desempleo de trabajadores, posible cierre de la empresa.	- Implementación de estrategias corporativas (planes comerciales virtuales y físicos) a distintos segmentos del mercado	Mensual, elaboración y creación de un indicador de gestión de clientes (monitoreo y resultados)	Gerente	Alto	Alto	Alto
COMERCIAL	2	No hay experiencia en relacionami	No conseguir nuevos clientes corporativos	Crear estrategias comerciales fuertes y ganar	Reunión una vez al mes para medir indicador	Gerente	Alta	Alto	Alto

		ento comercial		posicionami ento corporativo	comercial y tomar decisiones				
	3	No cuenta con correo electrónico institucional , ni página web	No se da manejo de redes sociales al segmento corporativo	Manejo de redes sociales por Facebook, Twitter entre otras	Crear indicadore s y medir mensualm ente los avances proyectad os de la empresa	Gerente	Baja	Medio	Medio
SOCIAL	4	No hay generación de empleo, alto nivel de desempleo, bajo niveles de consumo, perdida de la calidad de vida	Pérdida de empleos y reconocimien to social de la empresa	Fortalecimi ento empresarial mediante crédito, e innovación en maquinaria, equipos o capacitació n y mejoramien to de capacidade s empresarial es a los empleados	Creación de indicadore s que midan el impacto social de la empresa	Gerente	Baja	Baja	Baja

INNOVACION	5	No hay implementación de un plan de innovación que identifique las fortalezas y debilidades de la organización	La empresa a pesar de tener 7 años no ha presentado innovación	Realizar un diagnóstico sobre posibles oportunidades de innovación empresarial en el interior y exterior de la organización	Crear indicador que mida resultados (monitorear de forma mensual)	Gerente	Alto	medio	Medio
------------	---	--	--	---	---	---------	------	-------	-------

RESUMEN EJECUTIVO

Tabla: 22 Nombre y perfil del emprendedor

Nombre del emprendedor	Perfil
Jesús Ramiro Carreño Torrez	<p>Bachiller ciclista semi profesional con más de 20 años de experiencia en el campo del ciclismo tiene más de 15 títulos en su carrera y ha participado en certámenes de este tipo de gran importancia como la vuelta a Colombia.</p> <p>Gerente de su propio negocio con más de 15 años de experiencia en el manejo del mismo logrando un gran crecimiento de su capital de trabajo.</p> <p>Rol: gerente y propietario de su empresa Es el encargado de tomar las decisiones de contratación de personal y la compra de productos para el negocio.</p>

	Dedicación: dedica más de 10 horas diarias a la dirección del negocio pendiente en las decisiones de compra de productos.
--	---

Concepto del negocio:

La Autotienda los cerezos es una empresa que ofrece productos de consumo a precios cómodos en un mismo lugar con un gran surtido, horarios extendidos, autoservicio, domicilio permitiéndole ahorrar tiempo y dinero a su clientela.

Indicador	Meta para el próximo año
Empleo	7
Ventas	400,000,000.00
Mercadeo (evento)	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION Crear página en Facebook, Instagram, twitter para darse a conocer en redes sociales PAGINA WEB SERVICIO CELULAR PARA MANEJO DE CLIENTES Y PROVEEDORES ESTRATEGIA DE PROMOCION DISEÑAR UN LOGO QUE LLAME LA ATENCIÓN QUE REPRESENTA LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA VOLANTES PROMOCIONALES DE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DOTACION CATALOGO DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA

	AVISO PUBLICITARIO PATROCINIO A EVENTOS DE PARTICIPACION DE LA EMPRESA PAGINA EN REDES SOCIALES CREACION DE UN VIDEO PUBLICITARIOS CUÑAS RADIALES PUBLICITARIAS
Contrapartida SENA	8
Empleos directos	7

CONCLUSIONES

- ❖ Es una empresa que tiene más de quince años comercializando productos de consumo en la Ciudad de Pamplona principalmente el barrio los cerezos
- ❖ A pesar de no contar con muchas estrategias que le permiten aumentar las ventas se ha mantenido en el mercado y viene creciendo de una forma muy rápida
- ❖ Maneja su propia clientela teniendo un gran reconocimiento en el sector
- ❖ Genera ingresos que le permiten financiar todos sus procesos de funcionamiento lo que la hace ser una empresa rentable
- ❖ Cuenta con infraestructura propia y un gran porcentaje de sus compras se manejan de contado
- ❖ Genera ventas de más de treinta y cinco millones de pesos al mes
- ❖ Compite con grandes supermercados que se encuentra muy posesionados en Colombia

RECOMENDACIONES

- ❖ Necesita que los empleados cuenten con un curso de manipulación de alimentos ya que maneja venta al menudeo de productos que se pueden contaminar muy rápido
- ❖ Mejoramiento en la infraestructura pisos paredes ampliando el local ya que no cuenta con el espacio suficiente para exhibir los productos quedando estos muy escondidos
- ❖ Requiere de nuevos refrigeradores para carne debido a que el que tienen no cuenta con la capacidad para almacenar las carnes generando la descomposición de estas
- ❖ Formalizar los procesos de contratación para evitar problemas futuros
- ❖ Llevan un sistema de control de inventarios minuciosamente que le permita conocer lo que entra y lo que sale
- ❖ Implementar la señalización de seguridad y salud en el trabajo
- ❖ Realizar los procesos de recepción de pedidos por la bodega para evitar el mal funcionamiento en el supermercado
- ❖ Implementar procesos y estrategias de publicidad y promoción a través de páginas web, redes sociales, cuñas radiales, volantes que le permitan ser más reconocidos aumentando las ventas

ANEXOS









REFERENCIAS

- clasificacion de las empresas: CLASIFICACION POR EL SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECEN.* (27 de 09 de 2019). Obtenido de clasificacion de las empresas: CLASIFICACION POR EL SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECEN:
<http://clasificaciondeempresas1.blogspot.com/2013/04/clasificacion-por-el-sector-economico.html>
- Consulta código actividad económica.* (30 de 09 de 2019). Obtenido de Consulta código actividad económica:
<https://www.vue.gov.co/ConsultasPrevias/CIIU.aspx>
- Guerra, H. S. (2011). COMPORTAMIENTO DE LAS SUPERFICIES DE RETAIL EN COLOMBIA. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 7.
- Guerra, S. (2019). COMPORTAMIENTO DE LAS SUPERFICIES DE RETAIL EN COLOMBIA/BEHAVIOR'S RETAIL IN COLOMBIA. *pensamiento y gestion*, 8.
- Kantar.* (20 de 07 de 2018). Obtenido de Tendencias del mercado de consumo masivo a nivel global: view-source:<https://www.kantarworldpanel.com/co/Noticias/Tendencias-del-mercado-de-consumo-masivo-a-nivel-global>
- Tendencias del consumo en Colombia .* (30 de 09 de 2018). Obtenido de Tendencias del consumo en Colombia :
<https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2018/tendencias-del-consumo-en-colombia-mayo-junio-julio/>
- SENA-FONADE. (2019). Formato necesidades - Capital de trabajo. Colombia.
- SENA-FONADE. (2019). Formato necesidades - Gasto de administración. Colombia.
- SENA-FONADE. (2019). Formato necesidades - Gastos Infraestructura. *Gastos Infraestructura.* Colombia.
- SENA-FONADE. (2019). Formato necesidades - Nómina y materia prima. Colombia.
- SENA-FONADE. (2019). Formato necesidades - Plan de ventas y producción. Colombia.
- SENA-FONADE. (2019). Propuesta de estructura plan de negocios fondo emprender. COLOMBIA.

SENA-FONADE. (s.f.). Formato de necesidades. *Plan de ventas y producción*. Colombia.

SENA-FONADE. (s.f.). Formato necesidades - Gasto de publicidad. Colombia.

Martínez, C. V. (23 de febrero de 2015). *10 Principales riesgos que enfrentan las organizaciones en el 2015*. Obtenido de blogs.portafolio.co:

<http://blogs.portafolio.co/buenas-practicas-de-auditoria-y-control-interno-en-las-organizaciones/10-principales-riesgos-que-enfrentan-las-organizaciones-en-el-2015/>