**UNIDAD TRES - ACTIVIDAD DOS: MOMENTO COLABORATIVO**

Responsable:

**OLGA ARROYO CHICO**

Modulo:

Seminario de la Investigación y el emprendimiento

Instructora:

Alba Lucia Muñoz García

Fundación para la educación superior San Mateo

Ingeniería en Seguridad y Salud del Trabajo

Bogotá D.C. 2019

**TABLA DE CONTENIDO**

1. **PLANTEAMIENTO DE MODELO DE NEGOCIO PARA DON PANCHO**
2. **DEFINICION DE LOS ITEMS DESDE EL EMPRENDIMIENTO** 
   1. **TITULO DEL PROYECTO**
   2. **INTRODUCCIÓN**
   3. **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**
   4. **OBJETIVO GENERAL**
      1. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**
   5. **MARCO TEÓRICO**
   6. **DISEÑO METODOLÓGICO**
   7. **LIMITACIONES Y ALCANCES**
   8. **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (DESARROLLO DEL PROYECTO 2 AÑOS)**
3. **PLANTEAMIENTO DE MODELO DE NEGOCIO PARA DON PANCHO**

¿Cuál es el mejor modelo de negocio que don Pacho debe plantear para la elaboración de su propuesta desde el emprendimiento?

Observando los lineamientos solicitados a Don Pacho para la viabilidad del desarrollo del proyecto del centro de acopio del municipio de Mundo Perdido, se puede decir que el modelo de negocio que más le conviene implementar es el MODELO CANVAS.

El cual se encuentra estructurado de la siguiente manera**:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **MODELO CANVAS** | | | | |
| **PROBLEMA**  Principales socios o proveedores que productos nos van a ofrecer | **SOLUCION ACTIVIDADES CLAVES**  Identificar que se va a ofrecer. | **PROPUESTA DE VALOR**  El problema o necesidad que se va a resolver. Aportar valor al producto. | **VENTAJAS DIFERENCIALES**  Las tácticas de ventas como conseguir los clientes y como mantenerlos y hacerlos crecer. | **SEGMENTACION DE CLIENTES**  Detallar de la forma más exacta a la población que va dirigido el producto. |
| **SOCIOS, ACTORORES Y RECURSOS CLAVES**  Que necesitamos de ellos para arrancar.  Capital de aporte, infraestructura, elementos físicos,  Financieros y humanos. | **CANALES**  Como conseguir que nuestro producto llegue al cliente.  Medios informáticos o físicos. |
| **ESTRUCTURA DE COSTO**  Recursos con costos más altos, las actividades principales, costos fijos o variables, impuestos | | | **FUENTES DE INGRESOS**  Como hacemos para monetizar nuestro producto o servicio que valor se va a ofrecer, los sistemas de pago que se van a dar. | |

1. **DEFINICION DE LOS ITEMS DESDE EL EMPRENDIMIENTO**

**2.1. TITULO DEL PROYECTO**

CONSTRUCCION Y ADAPTACION DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS EN EL MUNICIPIO DE MUNDO PERDIDO.

**2.2. INTRODUCCIÓN**

El municipio de Mundo Perdido se encuentra a travesando una crisis en la adquisición de productos agrícolas por parte de sus habitantes para el consumo de la canasta familiar, a pesar de que por la ubicación geográfica el municipio es privilegiado en la generación de cultivo de productos agrícolas de la mejor calidad.

No obstante, el municipio no cuenta con un centro de acopiar los productos agrícolas que agrupe la producción, acomode la distribución y promueva la oportuna comercialización de ellos. Problema que genera dificultades en la economía de los pobladores de municipio, debido a que se tiene acudir a alimentos costosos y poco saludables para satisfacer la necesidad fisiológica y vital como lo es la alimentación. Al igual que trasladarse a otros espacios para poder acceder a tales productos.

La esta investigación se busca determinar qué tan viable es construir y adoptar un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Mundo Perdido y que también este sea de aporte en beneficio para mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio.

* 1. **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La alcaldía del municipio de Mundo Perdido, creó una convocatoria con el fin de patrocinar proyectos de inversión, Don Pacho, tiene la idea de negocio de construir una oficina de acopio de alimentos no perecederos. ¿Realizando la investigación pertinente y el respectivo documento de proyecto de investigación, Don Pacho podrá obtener los recursos por parte de la alcaldía para lograr el patrocinio de su proyecto?

* 1. **OBJETIVO GENERAL**
* Elaborar los estudios de pre-inversión para la creación y puesta en funcionamiento de un centro de acopio de Mundo Perdido.
* Generar un plan de negocio que demuestre la viabilidad de crear un centro de acopio que facilite la comercialización de los productos agrícolas en el municipio de Mundo Perdido.
  + 1. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

• Analizar las perspectivas del entorno y el sector agropecuario en los cuales operará el proyecto, así como los aspectos legales inherentes a éste.

• Elaborar un estudio del mercado en el Municipio de Mundo Perdido para demostrar que existe un conjunto de personas con poder de compra, interesadas en adquirir el producto que el proyecto aspira a ofrecer en un horizonte temporal en crecimiento y duradero.

• Elaborar un estudio técnico del proyecto para, de acuerdo con los resultados del estudio de mercado, tomar decisiones sobre: tamaño del proyecto, localización, alternativa tecnológica más apropiada, proceso y distribución de la planta donde operará el centro de acopio.

* 1. **MARCO TEÓRICO**

Para realizar el marco teórico de la investigación se hace necesario considerar algunos autores importantes en el área de planteamiento de planes de negocio, referencias periodísticas, históricas, científicas y económicas del municipio que ayuden a determinar la viabilidad del centro de acopio en el municipio de Mundo Perdido. Así con de autores de teorías importantes en el marco de la investigación científica descriptiva.

* 1. **DISEÑO METODOLÓGICO**

Inicialmente se harán encuestas y entrevistas individuales a los agricultores y habitantes del Municipio de Mundo perdido, conociendo que cantidad y la variedad de productos agrícolas que se cosechan, con esta información determinamos cantidades y variedades de los productos que se puedan recolectar y llevar al centro de acopio.

La investigación que se llevara a cabo es de carácter exploratoria ya que se evidencia que en el municipio de Mundo Viejo no se han realizado investigaciones ni acercamientos con relación a este tema.

Luego de conocer las cantidades y variedades se debe realizar un estudio de mercado de canales de distribuciones regionales y nacionales para la comercialización. Ya con esto se identifica viabilidad del proyecto a construir.

De igual se hace necesario detallar los pasos que se siguen en el desarrollo de la Investigación, como sería; el estudio de mercado, el técnico, legal y financiero.

Para el cumplimiento del objetivo se selecciona como muestra de los habitantes en especial a los pequeños y medianos agricultores. Las cuales se toman a través de referencias de los mismos pobladores de la zona.

De esa manera se realizan entrevistas a un número determinado de habitantes del municipio. Dichas entrevistas serán un apoyo para establecer cuál es la opinión y datos específicos sobre la viabilidad de crear el centro de acopio referenciado.

**2.7. LIMITACIONES Y ALCANCES**

-Tiempo: El desarrollo del proyecto se iniciara en el segundo semestre del presente año 2019 hasta el segundo semestre de 2021.

-Espacio: Se llevara a cabo con los habitantes de Mundo Perdido que quieran vincularse al proyecto.

El alcance es generar un plan de negocio que demuestre la viabilidad para crear el centro de acopio, el cual facilite la comercialización y distribución de los productos agrícolas del municipio Mundo Perdido, siendo beneficiados todos los habitantes de la región.

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (DESARROLLO DEL PROYECTO 2 AÑOS)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDAD** | **2019** | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |
| **May** | | **Jun** | **Jul** | | **Ago** | **Sep** | | **Oct** | | **Nov** | **Dic** | **Ene** | **Feb** | **Mar** | **Abr** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Ago** |
| Estudio del Mercado |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Investigación de mercado |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Los clientes |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Los competidores |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Distribución |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plan de ventas |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicidad |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Estudio Técnico |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mano de Obra |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ingeniería del proyecto |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control calidad |  | |  |  | |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | |  |  | | |  | |