



**Estudio de viabilidad para la creación de la comercializadora de bebidas "Una Más" en municipio de Apartadó**

Estudio de viabilidad para la creación de la comercializadora de bebidas "Una Más" en  
municipio de Apartadó, 2024

Integrantes:

Camilo Andrés Marín Pérez

Mateo Andrés Rojas Guzmán

Edwin Leandro Vergara Manco



**UNIREMINGTON**<sup>®</sup>  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON  
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

Corporación Universitaria Remington

Sede Apartadó

Estudio de viabilidad para la creación de la comercializadora de bebidas "Una Más" en  
municipio de Apartadó, 2024

Integrantes:

Camilo Andrés Marín Pérez

Mateo Andrés Rojas Guzmán

Edwin Leandro Vergara Manco

Asesor temático

Narly del Carmen Pérez Cabrales

Administrador de Empresas – Contador Publico

Informe de plan de empresa como trabajo de grado para optar por el título de  
Administrador de Negocios Internacionales

Corporación Universitaria Remington

Sede Apartadó

## Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo .....	9
Introducción .....	9
Análisis Estratégico del Proyecto .....	11
Antecedentes. ....	11
Historia del proyecto .....	13
Revisión Teórica .....	14
Teoría de la Comercialización.....	15
Objetivos de estudio.....	17
Análisis Estratégico del Emprendimiento .....	18
Misión.....	19
Visión .....	19
Objetivo General .....	19
Análisis Estratégico.....	20
Concepción idea y modelo de negocio .....	23
Formulación de la Idea.....	23
Modelo CANVAS .....	24
Potencial de la idea de negocio .....	24
Estudio del Entorno y Análisis Sectorial .....	26

Análisis del Macroentorno .....	26
Entorno Especifico .....	27
Desarrollo del proyecto.....	29
Estudio de Mercado.....	29
Análisis del sector económico:.....	29
Productos.....	30
Mercado.....	31
Nivel de confianza.....	32
Resultados .....	33
Estrategias de mercado.....	45
Proyección de Ventas .....	47
Competidores .....	48
Estudio Técnico .....	50
Proceso de prestación del Servicio.....	50
Maquinaria y equipos .....	51
Distribución del punto de venta .....	52
Ubicación geográfica óptima .....	53
Plan de comercialización.....	55
Estudio organizacional .....	56
Diseño de la estructura organizacional.....	56

Definición de funciones empresariales .....	57
Estudio administrativo y legal.....	62
Manual de seguridad y salud en el trabajo.....	63
Estudio económico del proyecto .....	65
Presupuesto de inversiones fijas.....	65
Nota. Detalle de la inversión inicial.....	66
Capital de trabajo .....	66
Presupuesto de costos fijos.....	67
Gastos Operativos .....	68
Gastos de personal Administrativo .....	69
Ingresos .....	71
Plan de Amortización .....	72
Flujo de caja .....	73
Revisión de Riesgos.....	76
Mapeo de riesgos.....	76
Conclusiones .....	78
Recomendaciones .....	80
Referencias.....	82
Anexos .....	85

**Listado de tablas**

Tabla 1 Productos y precios a la Venta.....	30
Tabla 2 Proyección de ventas a 5 Años .....	47
Tabla 3 Posibles Competidores.....	49
Tabla 4 Inversión en Maquinaria y equipos.....	52
Tabla 5 Proyección de Ventas en cinco años.....	55
Tabla 6 Descripción del Cargo Gerente General .....	58
Tabla 7 Descripción del Cargo Secretaría General.....	59
Tabla 8 Descripción del Cargo de Bodeguero .....	60
Tabla 9 Descripción del Cargo del Vendedor.....	61
Tabla 10 Inversión en Activos Fijos .....	66
Tabla 11 Costos Fijos.....	67
Tabla 12 Gastos Operativos .....	68
Tabla 13 Salarios Personal Administrativo.....	70
Tabla 14 Ingresos Proyectados .....	71
Tabla 15 Plan de Amortización del préstamo .....	73
Tabla 16 Flujo de Caja.....	74

**Listado de figuras**

Ilustración 1 Imagen corporativa .....	18
Ilustración 2 Modelo Lean CANVAS.....	24
Ilustración 3 Genero de los Encuestados .....	33
Ilustración 4 Ocupación de los encuestados .....	34
Ilustración 5 Preferencia de Consumo .....	35
Ilustración 6 Variedad y calidad .....	36
Ilustración 7 Importancia del Precio .....	38
Ilustración 8 Eventos por realizar .....	39
Ilustración 9 Canal de Preferencia .....	40
Ilustración 10 Aspecto al Elegir.....	41
Ilustración 11 Promisiones.....	42
Ilustración 12 Importancia de la Sostenibilidad Ambiental.....	43
Ilustración 13 Mapa de Proceso .....	50
Ilustración 14 Plano del punto de venta y bodega .....	53
Ilustración 15 Ubicación Optima de la Distribuidora "Una Más" .....	54
Ilustración 16 Organigrama de la Distribuidora "Una Mas" .....	57

## Resumen Ejecutivo

La atención meticulosa al detalle, la adaptabilidad a los cambios del mercado y el enfoque en la excelencia operativa han demostrado ser ingredientes críticos para el éxito a largo plazo. En este contexto, la integración de tecnologías disruptivas y la búsqueda constante de diferenciación competitiva han demostrado ser elementos clave para fortalecer "una masa" en el mercado. Una visión estratégica, una gestión eficiente de los recursos y una cultura organizacional basada en la innovación y la excelencia son esenciales para posicionar a los minoristas como actores líderes y resilientes en sus industrias.

Un análisis exhaustivo y una evaluación cuidadosa de los diversos aspectos considerados en el plan de negocios del minorista de bebidas "Una Más" llevaron a conclusiones importantes para la rentabilidad y el éxito. Es clara la necesidad de una gestión activa y una planificación estratégica para anticipar y mitigar los riesgos asociados con el entorno empresarial. La implementación de directrices innovadoras y medidas de precaución se ha establecido como base para el crecimiento sostenible de la empresa

Desde una perspectiva financiera, el análisis de los flujos de efectivo proyectados revela la viabilidad económica de un proyecto. El valor actual neto (VAN) del proyecto es \$43,055,519, lo que indica una rentabilidad atractiva. La tasa interna de retorno (TIR) del 33% excede con creces el costo de capital requerido, lo que promete retornos favorables para los inversores.

Desde la perspectiva de los accionistas, el VAN fue de \$18,127,758 y la TIR del inversionista fue de un sobresaliente 34%. Estas métricas reflejan una propuesta de valor convincente que alinea los intereses de una empresa con las expectativas de los socios, reforzando un modelo de negocio atractivo y sostenible. **Introducción**

En un mercado en constante evolución y con demandas de consumidores cada vez más exigentes, la introducción de nuevos productos requiere un análisis detallado de su viabilidad y probabilidad de éxito. Para determinar la viabilidad de un producto, es fundamental evaluar factores como la demanda del mercado, la retroalimentación de los clientes, la capacidad de producción a gran escala, la posibilidad de repetir compras por parte de los clientes y si estos recomendarán el producto a otros. (Flora, 2023)

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la viabilidad de establecer la comercializadora de bebidas "Una Más" en el municipio de Apartadó. Este proyecto se enfoca en la comercialización de una variedad de productos que incluyen bebidas alcohólicas (cervezas), así como jugos y gaseosas.

También implica un estudio del mercado y del producto esencial para minimizar riesgos, evitar pérdidas financieras y garantizar el éxito al lanzar un nuevo producto en un entorno altamente competitivo y en constante cambio; El análisis detallado de este estudio abarcará aspectos clave como el mercado objetivo, la competencia existente, la demanda potencial de los productos, los aspectos legales y regulatorios relacionados con la comercialización de bebidas, así como la viabilidad financiera y operativa del proyecto.

Al evaluar la factibilidad de establecer "Una Más" se busca identificar oportunidades de negocio, mitigar riesgos y establecer las bases para un emprendimiento exitoso en el sector de bebidas. Este estudio proporcionará información crucial para la toma de decisiones informadas y estratégicas que impulsen el desarrollo y la rentabilidad de la comercializadora en el mercado local.

## **Análisis Estratégico del Proyecto**

### **Antecedentes.**

La comercialización, entendida como el conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores mediante el intercambio de productos y servicios, ha evolucionado significativamente a lo largo de la historia. Este proceso se remonta a las primeras civilizaciones, donde el trueque era la principal forma de intercambio comercial. (Kotler y otros, *Marketing management: a South Asian perspectives.*, 2013).

#### La Era del Trueque

En las sociedades primitivas, la comercialización se basaba en el trueque, donde los bienes se intercambiaban directamente por otros bienes sin la intermediación de dinero. (Syed y otros, 2018). Este sistema de intercambio directo prevaleció hasta la aparición del dinero, que facilitó las transacciones y permitió la acumulación de riqueza.

#### La Revolución Industrial

La Revolución Industrial marcó un punto de inflexión en la historia de la comercialización. Durante el siglo XVIII y XIX, la producción en masa y los avances tecnológicos transformaron la manera en que los bienes eran producidos y distribuidos. Este periodo vio el surgimiento de grandes fábricas y el incremento en la producción, lo que llevó a una mayor disponibilidad de productos en el mercado (Fullerton, 1988). Las empresas comenzaron a centrarse en la eficiencia de producción y la logística para satisfacer la creciente demanda.

#### La Era del Marketing

En el siglo XX, el enfoque de las empresas cambió de la producción en masa a la orientación al mercado. Este cambio fue impulsado por el aumento de la competencia y la necesidad de diferenciarse en el mercado. Las empresas comenzaron a utilizar técnicas de investigación de mercado para entender mejor a los consumidores y desarrollar estrategias de marketing más efectivas (Kotler & Armstrong, 2010). Este periodo vio el nacimiento del marketing moderno, donde se introdujeron conceptos como segmentación de mercado, posicionamiento y mezcla de marketing (marketing mix).

### La Era Digital

Con la llegada de Internet y las tecnologías digitales a finales del siglo XX y principios del XXI, la comercialización experimentó otra transformación radical. El marketing digital ha permitido a las empresas llegar a un público global de manera más eficiente y personalizada. Las herramientas digitales como el marketing en redes sociales, el SEO (Search Engine Optimization) y el marketing de contenidos han revolucionado la manera en que las empresas interactúan con sus clientes (Chaffey y otros, 2009)

En Colombia, el consumo de bebidas alcohólicas es una práctica común, con el 70% de la población reportando haber consumido alcohol en el último año. Sin embargo, el consumo de alcohol en menores de edad sigue siendo un problema, con los jóvenes iniciando el consumo a los 13 años o antes. A nivel regulatorio, la legislación antialcohólica en Colombia ha evolucionado a lo largo del tiempo, con una nueva ley de licores implementada en 2017 que aumentó los precios de las bebidas alcohólicas, lo que redujo el consumo en ese año. Además, la Organización Mundial de la Salud recomienda regular la comercialización de bebidas alcohólicas, incluyendo restricciones a la publicidad y promoción, para reducir el consumo y los daños asociados.

Según el informe de la (Camara de comercio de Apartadó, 2023), se observa un aumento constante en el consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas en la zona, lo que sugiere un mercado prometedor para la comercialización de estos productos.

### **Historia del proyecto**

Para conocer qué proyectos existían sobre la comercialización de bebidas en el municipio de Apartadó, se realizó una revisión de trabajos y durante la investigación se hallaron varios de ellos en diferentes lugares del país que tratan sobre la creación y optimización de empresas dirigidas al mercado de bebidas. Un ejemplo notable es "Plan de empresa para una productora de jugos de fruta natural en la ciudad de Bogotá." (Cabrera Ortega, 2018).

Asimismo, se encontró el Plan de negocio: Comercializadora de Jugos en el área de Medellín, que ofrece como servicios "jugos naturales, smoothies y bebidas energéticas elaboradas con ingredientes frescos y locales" (Martínez & & González, 2019, pp. 34-35). También se identificó el Estudio de Prefactibilidad para la Creación de una Fábrica de Bebidas Artesanales en el Municipio de Envigado, "el cual se basa en la producción y comercialización de cervezas y bebidas artesanales con un enfoque en la sostenibilidad y el uso de ingredientes orgánicos" (Ramírez & & Torres, 2020, p. 42). Por otro lado, en la ciudad de Cali, se realizó un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Distribución de Bebidas Funcionales, "sobre la prestación de servicios de distribución de bebidas enriquecidas con vitaminas y minerales, enfocadas en el mercado fitness y de bienestar" (García, 2020, p. 15).

Seguido de estos, se encuentra el Análisis del Mercado de Bebidas No Alcohólicas en la Ciudad de Barranquilla, el proyecto corresponde "al análisis de la oferta y demanda de bebidas no alcohólicas en la ciudad, con miras a la expansión del mercado y la implementación de estrategias de marketing digital" (Fernández & & Pérez, 2021, p. 9). Y por último, el Plan de

Negocio para la Creación de la Comercializadora de Bebidas "Sabor Tropical", en la Ciudad de Cartagena, el cual consiste en la “producción y comercialización de bebidas refrescantes a base de frutas tropicales, enfocadas en el mercado turístico” (Hernández & Rodríguez, 2022, p. 51).

En la zona de Urabá se han creado alrededor de 120 empresas dedicadas a la comercialización de bebidas, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Urabá (2023), las cuales en su mayoría son pequeñas y medianas empresas que ofrecen una variedad de productos que van desde jugos naturales hasta bebidas energéticas. Al analizar el mercado, se ha observado que existen personas que están ejerciendo la venta de bebidas de manera informal, los cuales no están registrados en los datos suministrados por la cámara de comercio de Apartadó, entidad a la cual se recurrió para realizar el respectivo estudio.

### **Revisión Teórica**

Este es un componente esencial en cualquier proyecto, ya que proporciona el marco conceptual y contextual necesario para comprender el tema en estudio. En este contexto, la revisión teórica se convierte en la base sobre la cual se construye el conocimiento existente, se identifican las brechas en la literatura y se establecen las fundamentaciones teóricas que sustentan el proyecto.

A través de una revisión teórica exhaustiva y rigurosa, se busca no solo demostrar la familiaridad con la literatura relevante, sino también enriquecer la comprensión que se viene tratando.

### **Teoría del Emprendimiento**

La teoría del emprendimiento ha evolucionado considerablemente en las últimas décadas, abarcando una variedad de enfoques que explican cómo y por qué los individuos inician y

desarrollan nuevas empresas. A continuación, se destacan algunas de las principales teorías contemporáneas del emprendimiento.

### **Teoría del Comportamiento Emprendedor**

La teoría del comportamiento emprendedor se centra en las características personales y las acciones de los emprendedores. Esta perspectiva sostiene que los emprendedores son individuos que identifican oportunidades y toman riesgos para explotar esas oportunidades. Según Shane (2020), los emprendedores poseen ciertas características distintivas, como la capacidad de innovación, la tolerancia al riesgo y la proactividad. Estas características influyen en su capacidad para reconocer oportunidades y movilizar recursos para aprovecharlas.

### **Teoría de la Red Social**

La teoría de la red social sugiere que las conexiones y relaciones sociales de un emprendedor juegan un papel crucial en el proceso de creación de empresas. Estas redes proporcionan acceso a recursos, información y apoyo emocional. Según Anderson et al. (2019), los emprendedores que tienen redes sociales amplias y diversificadas pueden obtener ventajas significativas en términos de acceso a capital, conocimientos y oportunidades de mercado. Las redes sociales actúan como un facilitador clave para la identificación de oportunidades y la movilización de recursos.

### **Teoría de la Comercialización**

La teoría de la comercialización, o marketing, se centra en las estrategias y procesos mediante los cuales las empresas identifican, crean y mantienen relaciones con sus clientes. En los últimos años, la contribución de autores latinoamericanos ha enriquecido significativamente este campo, adaptando conceptos globales a los contextos específicos de América Latina.

### **Teoría del Marketing Relacional**

La teoría del marketing relacional pone énfasis en la importancia de construir relaciones duraderas con los clientes en lugar de centrarse únicamente en las transacciones individuales. Según Gutiérrez y Ríos (2019), en el contexto latinoamericano, donde la confianza y la lealtad del cliente son fundamentales, el marketing relacional es crucial para el éxito empresarial. Esta teoría destaca el uso de la tecnología y las redes sociales para mantener una comunicación constante y personalizada con los clientes.

### **Teoría del Comportamiento del Consumidor**

El comportamiento del consumidor es una parte integral de la teoría de la comercialización. En América Latina, este comportamiento está influenciado por factores culturales, sociales y económicos únicos. De acuerdo con Martínez y Pérez (2020), entender las motivaciones y preferencias de los consumidores latinoamericanos permite a las empresas diseñar estrategias de marketing más efectivas y culturalmente relevantes. Este enfoque se centra en el análisis de datos de mercado y la segmentación basada en características demográficas y psicográficas.

### **Teoría del Valor Percibido**

La teoría del valor percibido sugiere que los consumidores eligen productos y servicios basándose en su percepción del valor que recibirán en comparación con el costo. Castro y Fernández (2021) argumentan que, en América Latina, donde los consumidores a menudo enfrentan restricciones económicas, las empresas deben enfocarse en comunicar claramente el valor añadido de sus productos. Esto incluye no solo los beneficios funcionales, sino también los emocionales y simbólicos.

## **Teoría de la Innovación en Marketing**

La innovación en marketing es esencial para mantenerse competitivo en el dinámico mercado latinoamericano. Rodríguez y Silva (2022) destacan que la capacidad de innovar en productos, servicios y procesos de marketing permite a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y las preferencias de los consumidores. En este contexto, la creatividad y la adaptación cultural son elementos clave para el éxito de las estrategias de marketing.

## **Teoría del Marketing Digital**

El marketing digital ha transformado la manera en que las empresas latinoamericanas interactúan con sus consumidores. Según López y Méndez (2020), la adopción de tecnologías digitales y plataformas de redes sociales ha permitido a las empresas alcanzar un público más amplio y diversificado. Esta teoría se centra en el uso de herramientas digitales como el SEO, el marketing de contenidos y la publicidad en redes sociales para atraer y retener clientes.

## **Objetivos de estudio**

- ✓ Realizar un estudio de mercado para la creación de la comercializadora de bebidas "Una Más" en el municipio de Apartadó, con el fin de determinar la viabilidad y aceptación por parte del mercado.
- ✓ Realizar un estudio técnico para el proyecto, que permita identificar el lugar y los procesos productivos óptimos para la comercialización y distribución de las bebidas.
- ✓ Realizar un estudio organizacional para la creación de la comercializadora de bebidas "Una Más", que establezca su estructura organizacional y el manual de funciones para cada uno de sus colaboradores.

- ✓ Realizar un estudio administrativo y legal para el emprendimiento objeto de estudio, que determine las leyes a las que estaría sujeto el plan de empresa para su constitución y funcionamiento.
- ✓ Realizar un estudio económico para determinar la viabilidad de la creación de la comercializadora de bebidas "Una Más" en el municipio de Apartadó.

### **Análisis Estratégico del Emprendimiento**

El análisis estratégico del emprendimiento "Una Más" en el municipio de Apartadó es esencial para planificar y desarrollar esta comercializadora de bebidas, evaluando tanto su entorno interno como externo para identificar oportunidades, desafíos, fortalezas y debilidades que afectarán su desempeño y éxito. Este proceso profundo y reflexivo definirá la dirección y objetivos del negocio, diseñando estrategias y acciones para lograr un éxito sostenible en el mercado de bebidas de Apartadó, proporcionando una visión integral de la situación actual y las tendencias futuras que influirán en su desarrollo, como se muestra a continuación:

#### ***Ilustración 1***

##### *Imagen corporativa*



**Nota.** La figura muestra el nombre y logo de este emprendimiento.

### **Misión**

“Una Más” ofrece una amplia gama de productos innovadores y de calidad en el mercado local de bebidas, comprometiéndonos a proporcionar opciones refrescantes y deliciosas que contribuyan al disfrute y bienestar de nuestros consumidores

### **Visión**

"Una Más" aspira a ser la distribuidora de bebidas líder en Apartadó, reconocida por la excelencia de sus productos, el servicio al cliente excepcional y su compromiso con la comunidad. **Con proyección de** referente de innovación y calidad en el mercado local, siendo la elección preferida de los consumidores que buscan opciones refrescantes y deliciosas que enriquecen sus momentos de disfrute y bienestar.

### **Objetivo General**

Establecer la comercializadora de bebidas "Una Más" como la distribuidora líder en Apartadó, mediante la implementación de estrategias efectivas de mercado, optimización de procesos productivos, y un compromiso sólido con la calidad, innovación y satisfacción del cliente.

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar un estudio de mercado exhaustivo para identificar las necesidades y preferencias de los consumidores en Apartadó, con el fin de diseñar una oferta de productos que se ajuste a la demanda local.
- ✓ Desarrollar y establecer procesos técnicos y logísticos eficientes para la producción, almacenamiento y distribución de bebidas, garantizando la calidad y frescura de los productos.

- ✓ Definir y estructurar la organización de "Una Más", creando un manual de funciones detallado para cada puesto, y asegurando que todos los colaboradores estén alineados con la visión y objetivos de la empresa.
- ✓ Cumplir con todos los requisitos administrativos y legales necesarios para la constitución y operación de la comercializadora, incluyendo la obtención de permisos, licencias y registros pertinentes.

### **Análisis Estratégico**

En un entorno empresarial caracterizado por la competencia acelerada y la constante evolución de los mercados, el análisis estratégico, utilizando la matriz DOFA, juega un papel fundamental en el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones. En este contexto, el presente análisis estratégico se centra en la comercializadora de bebidas "Una Más", ubicada en la Calle 104 con Carrera 102 del municipio de Apartadó.

### **Matriz FODA**

Este análisis DOFA explorará aspectos clave como la situación del mercado, la competencia, los recursos y capacidades internas de "Una Más", así como las tendencias del entorno económico, social y tecnológico que pueden impactar en su operación y posicionamiento en el mercado local. A través de esta herramienta, se identificarán las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas que enfrentará "Una Más" en su incursión en el mercado de bebidas en Apartadó. Este enfoque holístico permitirá identificar áreas de ventaja competitiva y posibles desafíos, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y el diseño de un plan de acción efectivo para el éxito empresarial.

### **Fortalezas:**

- ✚ Ubicación estratégica en un municipio en crecimiento como Apartadó.
- ✚ Conocimiento del mercado local y demanda de bebidas.
- ✚ Posibilidad de establecer alianzas con proveedores locales de ingredientes frescos.
- ✚ Flexibilidad para adaptarse a las preferencias de los consumidores locales.

### **Oportunidades:**

- ✚ Escasa competencia directa en el mercado local de bebidas.
- ✚ Crecimiento económico y aumento del poder adquisitivo en la región.
- ✚ Demanda creciente de bebidas saludables y naturales.
- ✚ Posibilidad de expandirse hacia la distribución en otros municipios cercanos.

### **Debilidades:**

- ✚ Capital inicial limitado para inversión en infraestructura y marketing.
- ✚ Falta de experiencia en la gestión de un negocio de comercialización de bebidas.
- ✚ Dependencia de proveedores locales que podrían tener limitaciones en la capacidad de suministro.
- ✚ Riesgo de fluctuaciones en los precios de los ingredientes.
- ✚ Necesidad de establecer una red de distribución eficiente y costeable.

### **Amenazas:**

- ✚ Posible entrada de competidores nacionales o internacionales en el mercado local.
- ✚ Cambios en las regulaciones gubernamentales que afecten la producción o comercialización de bebidas.
- ✚ Inestabilidad económica que podría reducir el poder adquisitivo de los consumidores.

- ✚ Riesgo de problemas de salud pública que puedan afectar la percepción de los consumidores sobre ciertos tipos de bebidas.
- ✚ Dificultades en la logística de distribución debido a la infraestructura limitada en la región.

## **Concepción idea y modelo de negocio**

### **Formulación de la Idea**

Como estudiantes de Administración de Negocios Internacionales, se identificó una oportunidad en el mercado local de bebidas en Apartadó, Antioquia. Durante los estudios, se adquirieron conocimientos y herramientas que permitieron analizar las tendencias del sector, las necesidades de los consumidores y las oportunidades de mejora en la distribución de bebidas en la región. Inspirados por la rica tradición colombiana en la producción y consumo de bebidas, y con un enfoque en la responsabilidad social y la sostenibilidad, hemos decidido emprender el proyecto de "Una Más", una distribuidora que busca marcar la diferencia en el mercado local. A través de un exhaustivo análisis de la industria, la segmentación del mercado y la definición de una estrategia diferenciadora, hemos diseñado un plan de negocio sólido que nos permitirá posicionar a "Una Más" como la opción preferida de bebidas en Apartadó. Con un equipo comprometido y una visión clara, estamos listos para llevar a cabo este emprendimiento y contribuir al desarrollo de nuestra comunidad.

La formulación de la idea de negocio para la creación de la comercializadora de bebidas "Una Más" en el municipio de Apartadó requirió un enfoque detallado y estratégico que abarca diversos aspectos claves para garantizar su viabilidad y éxito en el mercado local.

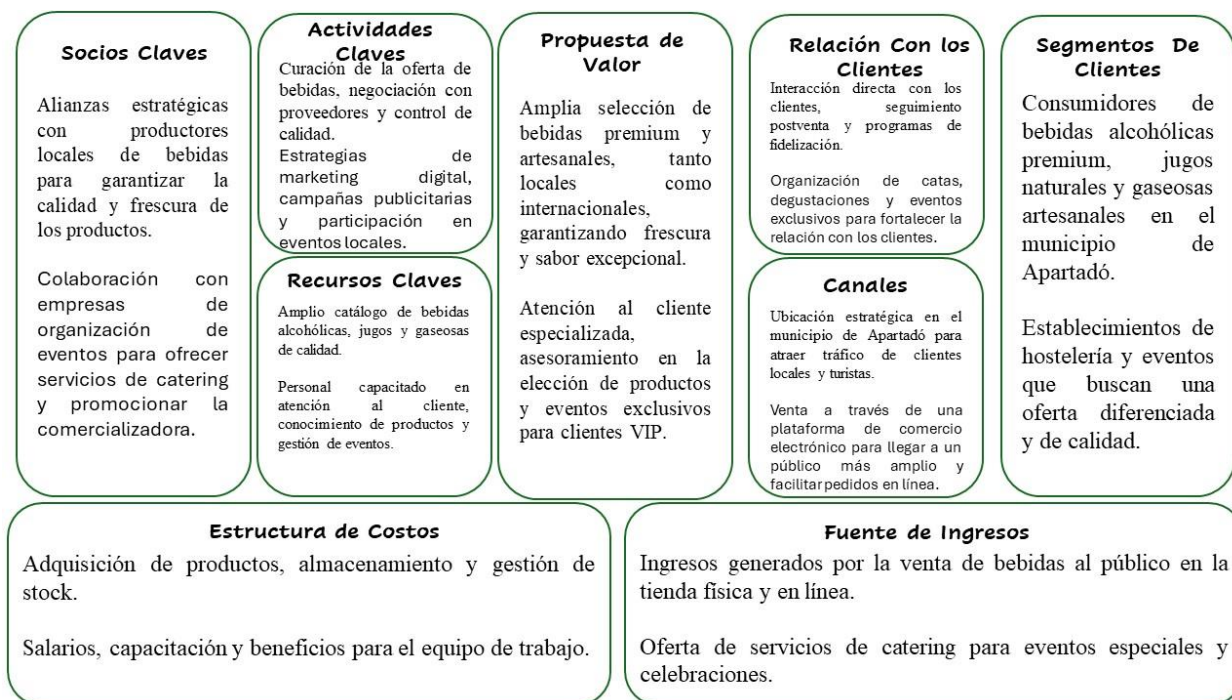
La propuesta de valor de "Una Más" se centra en ofrecer una amplia selección de bebidas de alta calidad, tanto locales como internacionales, con un enfoque en la diversidad de sabores, la frescura de los productos y la atención al cliente personalizada. Se busca crear una experiencia única y memorable para los consumidores, diferenciándose por la calidad y la variedad de su oferta.

## Modelo CANVAS

El modelo Canvas para la comercializadora de bebidas "Una Más" en el municipio de Apartadó se presenta como una herramienta estratégica de análisis y planificación que permite visualizar de manera integral los componentes clave del negocio.

### Ilustración 2

#### Modelo Lean CANVAS



## Potencial de la idea de negocio

La creciente demanda de bebidas de calidad y variedad en Apartadó ofrece oportunidades significativas para la comercializadora de bebidas "Una Más". Los consumidores en la región están valorando cada vez más la calidad, autenticidad y variedad en sus elecciones de bebidas, reflejando una mayor sofisticación y exigencia. La tendencia hacia un estilo de vida saludable también impulsa la demanda de bebidas naturales y orgánicas. Además, el crecimiento del turismo y la presencia de eventos en la región generan una demanda adicional de bebidas de

calidad. A pesar de la presencia de establecimientos de bebidas en la zona, "Una Más" tiene la oportunidad de ofrecer una propuesta diferenciada y atractiva para satisfacer las necesidades de un segmento de consumidores en busca de opciones únicas, aprovechando el crecimiento económico y cultural de Apartadó.

## **Estudio del Entorno y Análisis Sectorial**

### **Análisis del Macroentorno**

Según Kotler y Armstrong (2018), factores económicos como el crecimiento del turismo y la inversión en infraestructura pueden impulsar la demanda de bebidas de calidad y variedad. Además, tendencias culturales hacia un estilo de vida saludable y experiencias gastronómicas únicas pueden influir en las preferencias de los consumidores locales y turistas.

En cuanto a la tecnología, la adopción de plataformas de comercio electrónico y sistemas de gestión de inventario pueden ofrecer a "Una Más" oportunidades para expandir su alcance y mejorar la eficiencia operativa, como sugieren Johnson y Scholes (2017).

Por otro lado, el entorno legal y político en Apartadó, incluyendo regulaciones sobre la venta de bebidas alcohólicas y normativas de seguridad alimentaria, pueden impactar las operaciones y la estrategia de "Una Más", requiriendo un cumplimiento riguroso y adaptación a los requisitos legales vigentes (Kotler et al., 2020).

Considerando la creciente importancia de la protección ambiental a nivel mundial, los gobiernos han intensificado la creación de regulaciones para abordar esta problemática. Un ejemplo relevante es la Ley N° 217, la cual se enfoca en la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente (CEPAL, 2008). En este contexto, el cuidado de las fuentes naturales de agua y la gestión adecuada de los residuos se posicionan como aspectos prioritarios en la agenda ambiental.

Es fundamental que las empresas, como la comercializadora de bebidas "Una Más", asuman la responsabilidad ambiental en todas sus operaciones. Esto implica no solo cumplir con las regulaciones vigentes, sino también adoptar prácticas sostenibles que minimicen el impacto

ambiental de sus actividades. La creación de políticas empresariales orientadas a la sostenibilidad ambiental se vuelve imperativa para influir positivamente en el entorno natural y contribuir a la conservación de los recursos naturales para las generaciones futuras.

En este sentido, "Una Más" puede implementar medidas concretas como la reducción del uso de plásticos de un solo uso, la promoción de envases reciclables, la gestión eficiente de residuos y la adopción de prácticas eco amigables en su cadena de suministro. Asimismo, la sensibilización de los empleados y clientes sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental puede fortalecer el compromiso de la empresa con el entorno natural y generar un impacto positivo en la comunidad.

Al integrar la responsabilidad ambiental en su modelo de negocio, "Una Más" no solo se alinea con las tendencias globales de sostenibilidad, sino que también fortalece su reputación, fomenta la lealtad de los clientes y contribuye de manera significativa a la protección del medio ambiente. Esta visión proactiva y comprometida con la sostenibilidad no solo es una obligación ética, sino también una oportunidad para diferenciarse en el mercado y construir un negocio más resiliente y responsable a largo plazo.

### **Entorno Especifico**

La subregión de Urabá se distingue por su diversidad cultural, resultado de la migración de poblaciones de diferentes regiones de Colombia en busca de oportunidades laborales. Esta diversidad se refleja en la gastronomía, las tradiciones y las festividades locales, enriqueciendo el tejido social y cultural de Apartadó.

En términos de infraestructura, Apartadó ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con la expansión de vías de comunicación, centros comerciales, servicios de

salud y educación. Sin embargo, el rápido crecimiento poblacional ha generado desafíos en términos de vivienda, servicios básicos y planificación urbana, lo que requiere una gestión eficiente por parte de las autoridades locales.

En el ámbito ambiental, la región de Urabá cuenta con una rica biodiversidad y ecosistemas estratégicos como manglares, bosques húmedos y fuentes de agua que son fundamentales para la sostenibilidad ambiental y el bienestar de la comunidad. La protección de estos recursos naturales es crucial para garantizar un desarrollo sostenible y equilibrado en la región.

## **Desarrollo del proyecto**

### **Estudio de Mercado**

#### **Análisis del sector económico:**

El Municipio de Apartadó en la subregión de Urabá en el departamento de Antioquia, en Colombia, revela una complejidad y diversidad de actividades que sustentan su desarrollo económico y social.

La agricultura en Apartadó abarca una amplia gama de cultivos, desde plátano y banano hasta cacao y frutas tropicales, siendo una fuente importante de empleo y generación de ingresos para los habitantes locales, la agroindustria, con procesamiento de productos agrícolas como el cacao y la palma de aceite, agrega valor a la producción primaria y contribuye a la diversificación de la economía local.

La ganadería desempeña un papel crucial en la economía de la región, con la producción de carne y lácteos que abastecen tanto el mercado local como regional, generando empleo en actividades pecuarias y lácteas. Por otro lado, en el municipio de Apartadó se destaca como un centro comercial y de servicios en Urabá, con una variedad de establecimientos que atienden las necesidades de la población local y de los municipios circundantes, impulsando el comercio minorista y mayorista. Los servicios, que incluyen turismo, hotelería, gastronomía y entretenimiento, contribuyen al dinamismo económico y a la diversificación de la oferta laboral en la región.

La industria manufacturera en Apartadó abarca sectores como alimentos, bebidas, textiles y madera, con empresas que generan empleo y valor agregado a través de la transformación de materias primas locales.

La diversificación industrial fortalece la cadena productiva y promueve la competitividad de la región en el mercado nacional e internacional. El sector de la construcción ha experimentado un auge en Apartadó, con proyectos de vivienda, infraestructura vial, comercial y pública que impulsan el desarrollo urbano y mejoran la calidad de vida de los habitantes. La inversión en infraestructura es clave para el crecimiento económico sostenible y la atracción de nuevas inversiones en la región.

El turismo y la recreación emergen como sectores prometedores en Apartadó, aprovechando la riqueza natural, cultural y gastronómica de la región para atraer visitantes y fomentar el desarrollo de actividades turísticas sostenibles. La diversificación de la oferta turística y la promoción de destinos locales contribuyen al crecimiento económico y al fortalecimiento de la identidad regional. Se puede decir entonces que la diversidad y complejidad del sector económico en el Municipio de Apartadó en la subregión de Urabá reflejan un entorno dinámico y multifacético, donde la agricultura, ganadería, comercio, servicios, industria, infraestructura, construcción, turismo y recreación se entrelazan para impulsar el desarrollo integral de la región, generando oportunidades de empleo, inversión y crecimiento sostenible.

### **Productos**

Al detalle se ofrece una gran cantidad de productos que se muestran en la siguiente tabla

***Tabla 1***

*Productos y precios a la Venta*

	<b>Precio Promedio</b>
Bebidas Super Premium \$910.000 y \$3.390.000	1.780.000
Bebidas premium \$324.000 a \$810,000	540.000
Bebidas entre \$155.000 y \$301.000	109.000
Bebidas entres \$6.000 y \$60.000	29.000
Gaseosas	9.500

Jugos y refrescos	6.500
-------------------	-------

**Nota.** Lista de precio y productos ofrecidos por la Distribuidora “Una Más”.

Para una mejor comprensión para el análisis de precios y proyecciones de venta se realizó una compilación por productos, sacando unos márgenes de precios y juntando productos con las mismas características

### **Mercado**

La aplicación de encuestas es una herramienta fundamental en la recopilación de información y la obtención de datos relevantes para la toma de decisiones en diversos ámbitos. Ya sea en el ámbito académico, empresarial, de investigación o de opinión pública, las encuestas permiten recopilar datos de manera estructurada y sistemática, brindando un sin número de ideas brillantes muy valiosos que pueden orientar estrategias, políticas o acciones futuras.

La idea de negocio se implementará en el municipio de Apartadó en la Departamento de Antioquia, que tiene una población total de 200.931 personas en año 2019; se encuentra distribuido 42 barrios, 4 corregimientos y 54 veredas. Con un índice de urbanización del 82.65%, Apartadó tiene distribuida la población urbana en cuatro comunas; El Reposo, San José de Apartadó, Vijagual y Puerto Girón. Integrado por personas de nivel socioeconómico de 0 a 6, se aplicó una encuesta para determinar la viabilidad y aceptación del proyecto de distribuidora de bebidas en el municipio de Apartadó, la muestra dijo que se realizó mediante la fórmula.

La encuesta será aplicada a los residentes del municipio con el fin de obtener datos para verificar la viabilidad del proyecto, la muestra se especificará de acuerdo con la formula estadística propuesta por el señor Murray y Larry (2005), Muguirra (2020)

$$n = \frac{NZ^2 pq}{d^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

N = Total población.

Z = Nivel de confianza.

e = Margen de error.

p = Porcentaje de éxitos.

q = Porcentaje de fracasos.

DATOS

N 51143

Z 1,960

P 50,00%

Q 50,00%

e 8,50

### Nivel de confianza

Se debe tener en cuenta que el grado de confianza esta dado por los investigadores que para este caso es de 95%, tomando la tabla del nivel de confianza tenemos que:

Nivel de confianza	Z <sub>alfa</sub>
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

$$n = \frac{200190 * 1,96^2 * 0.5 * 0.5}{8,5\%^2 (200190 - 1)1,96^2 * 0.5 * 0.5} = 138,40$$

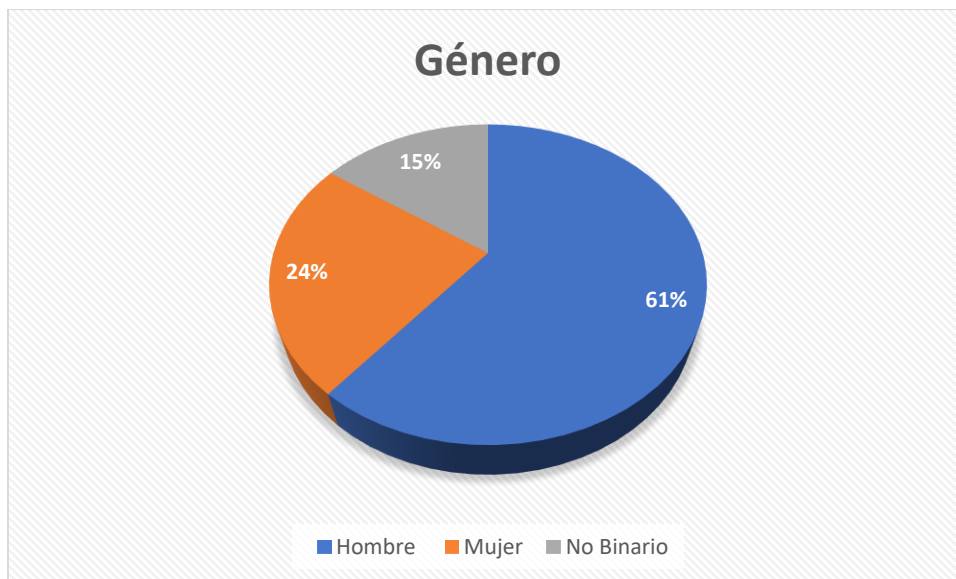
La encuesta se aplicará a un total de 138 personas del municipio de Apartadó

## Resultados

La interpretación de los resultados de una encuesta es un proceso fundamental que permite extraer conclusiones significativas, identificar tendencias, comprender patrones y tomar decisiones informadas basadas en los datos recopilados. En esta etapa crucial, se analizan y se contextualizan las respuestas obtenidas. Exploraremos la importancia de la interpretación de los resultados de la encuesta, destacando la necesidad de analizar los datos de manera crítica, considerando el contexto, identificando correlaciones significativas y extrayendo conclusiones relevantes. Además, se abordarán técnicas y herramientas para el análisis de datos, la presentación de resultados de manera clara y efectiva, y la toma de decisiones fundamentadas en la evidencia recopilada a través de la encuesta.

### *Ilustración 3*

#### *Genero de los Encuestados*



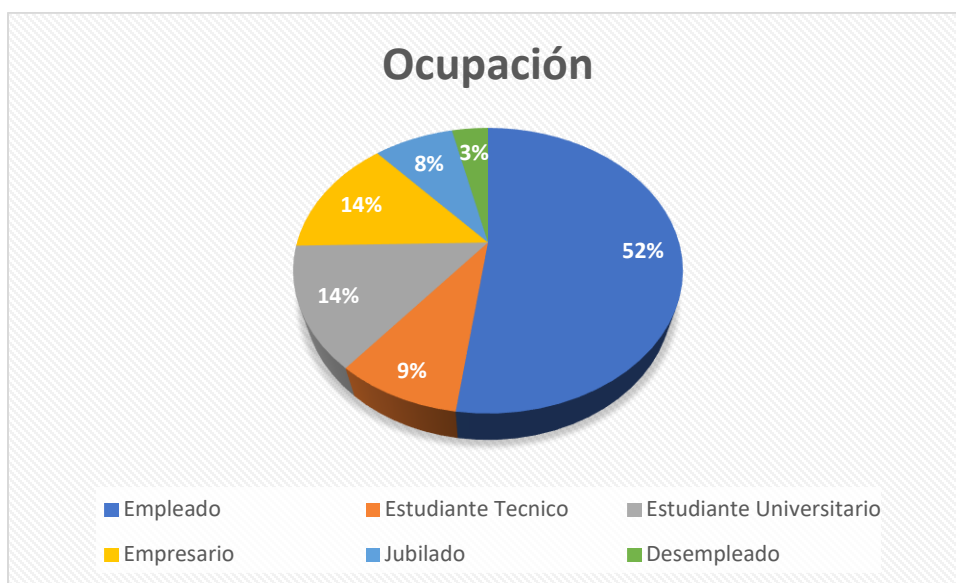
**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

La ilustración nos muestra el género de los encuestados, observando que el 61% son hombres, el 24% son mujeres y el 15% es no binario.

Se revela una distribución desigual en cuanto al género de los encuestados. En particular, se observa que el 61% de los encuestados se identifican como hombres, mientras que el 24% se identifican como mujeres. Además, se destaca que un 15% de los encuestados se identifican como no binarios. Esta distribución puede proporcionar información importante sobre la representatividad de los distintos grupos de género en la muestra encuestada, lo que puede influir en la interpretación y las conclusiones derivadas del análisis de la encuesta. Es importante tener en cuenta estas diferencias en el género al realizar cualquier análisis posterior de los datos para asegurar una comprensión completa y precisa de los resultados.

#### ***Ilustración 4***

##### *Ocupación de los encuestados*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

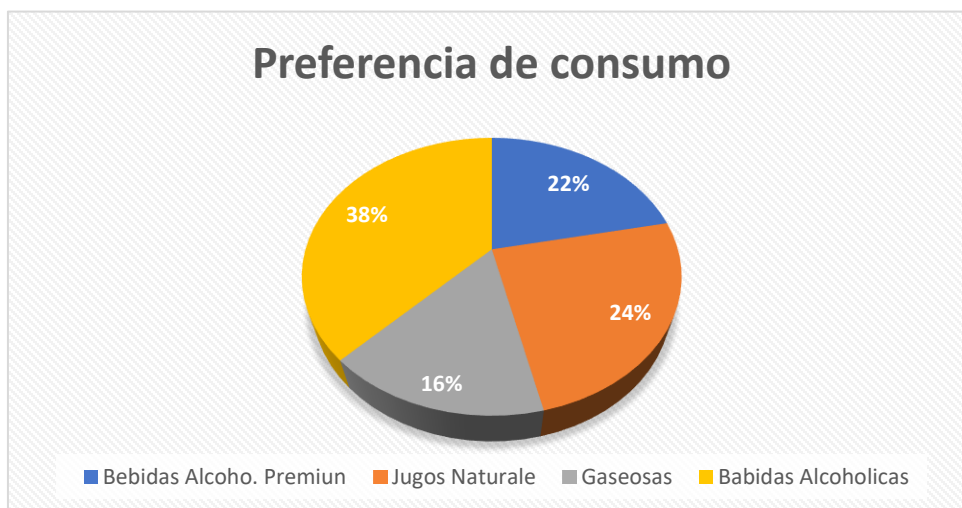
En la ilustración nos muestra la respuesta a la pregunta ¿Cuál es tu ocupación principal?, se evidencia que el 52% es empleado, el 14% es estudiante universitario y en mismo porcentaje

son empresario, 9% estudiante de carreras técnicas o tecnológicas, el 8% son jubilados y solo el 3% es desempleado.

La ocupación principal de los encuestados muestra una variada distribución en las actividades laborales y educativas de la muestra. La mayoría de los encuestados, un 52%, se identifican como empleados, lo que sugiere una prevalencia significativa de personas con empleo fijo o temporal. Un 14% de los encuestados son estudiantes universitarios y otro 14% son empresarios, indicando una representación considerable de jóvenes en formación académica avanzada y personas dedicadas a la creación y gestión de negocios. Además, el 9% de los encuestados son estudiantes de carreras técnicas o tecnológicas, lo que refleja un interés notable en la formación técnica y profesional. Un 8% de los encuestados son jubilados, demostrando la inclusión de un segmento de la población que ya ha concluido su vida laboral activa. Por último, solo el 3% de los encuestados se identifican como desempleados, lo cual es un indicativo positivo sobre la situación laboral de la muestra, aunque también señala la necesidad de considerar a este grupo en las estrategias de empleo y capacitación.

### ***Ilustración 5***

#### *Preferencia de Consumo*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

En la ilustración muestra la preferencia de consumo frente a la pregunta ¿Qué tipo de bebidas prefieres consumir con mayor frecuencia? Se evidencio que el 16% prefiere las gaseosas, entre tanto el 22% prefieren la Bebidas alcohólicas premium, El 24% los jugos naturales y con el 38% le preferencia es las bebidas alcohólicas.

La preferencia de consumo de bebidas muestra una clara inclinación hacia ciertos tipos de bebidas entre los encuestados. La mayoría, un 38%, prefiere consumir bebidas alcohólicas, lo que indica una tendencia significativa hacia este tipo de productos.

Le siguen los jugos naturales, preferidos por el 24% de los encuestados, lo que sugiere una apreciable demanda por opciones más saludables y naturales. Un 22% de los encuestados muestra preferencia por bebidas alcohólicas premium, lo que refleja un segmento del mercado interesado en productos de mayor calidad y posiblemente de mayor precio.

Finalmente, un 16% prefiere las gaseosas, lo que aunque es un porcentaje menor en comparación con los otros tipos de bebidas, sigue representando una parte relevante del mercado.

### ***Ilustración 6***

*Variedad y calidad*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

Frente a la pregunta ¿Consideras importante la variedad y calidad de las bebidas ofrecidas al momento de elegir un lugar de compra? Se evidencio que el 91% lo considera importante, entretanto el 9% no.

La importancia de la variedad y calidad de las bebidas al elegir un lugar de compra muestra una clara tendencia entre los encuestados. Un abrumador 91% considera que la variedad y calidad de las bebidas ofrecidas son factores importantes en su decisión de compra. Esto resalta la importancia de estos atributos en la percepción y elección de los consumidores.

En contraste, solo el 9% de los encuestados no consideran la variedad y calidad como factores importantes. Estos resultados subrayan la necesidad para "Una Más" de enfocarse en ofrecer una amplia gama de bebidas de alta calidad para atraer y retener a la mayoría de los consumidores, quienes valoran significativamente estos aspectos al momento de decidir dónde comprar sus bebidas.

### **Ilustración 7**

#### *Importancia del Precio*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

La ilustración muestra frente a la pregunta ¿Estarías dispuesto/a a pagar un precio ligeramente superior por bebidas de alta calidad y exclusivas?, consideran el 94% que si frente al precio y el 6% considera que no.

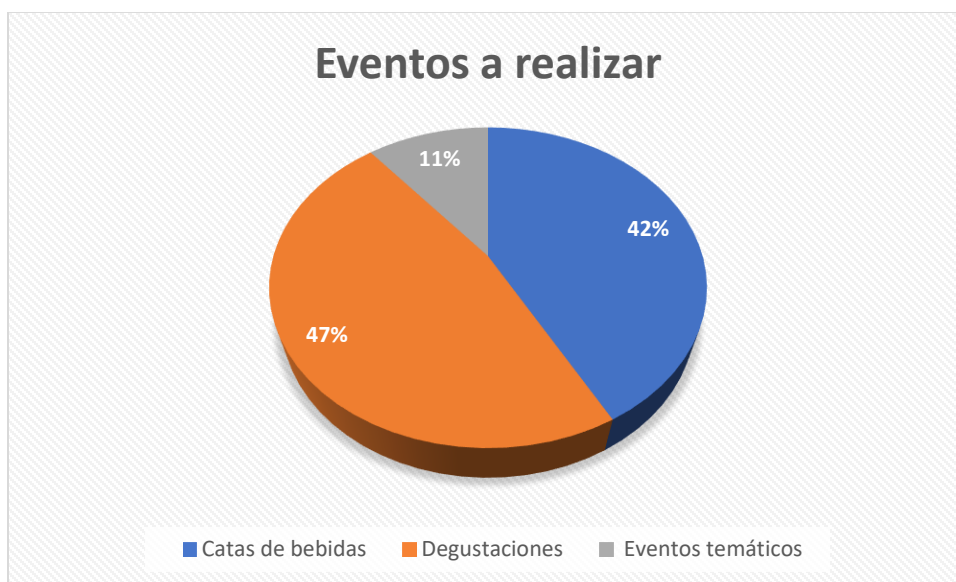
La disposición a pagar un precio ligeramente superior por bebidas de alta calidad y exclusivas revela una notable inclinación entre los encuestados hacia la valorización de la calidad. Un 94% de los encuestados está dispuesto a pagar más por productos que ofrecen alta calidad y exclusividad, lo que indica una fuerte preferencia por bebidas premium.

Por otro lado, solo el 6% de los encuestados no está dispuesto a pagar un precio superior por estas características. Estos resultados sugieren que "Una Más" tiene una oportunidad significativa para posicionarse en el mercado con una oferta de bebidas de alta calidad y

exclusivas, dado que la mayoría de los consumidores están dispuestos a asumir un costo adicional por estos productos. Esto puede influir en la estrategia de precios y el enfoque de marketing de la empresa, orientándola hacia un segmento del mercado que valora y busca calidad y exclusividad en sus opciones de bebida.

### ***Ilustración 8***

#### *Eventos por realizar*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

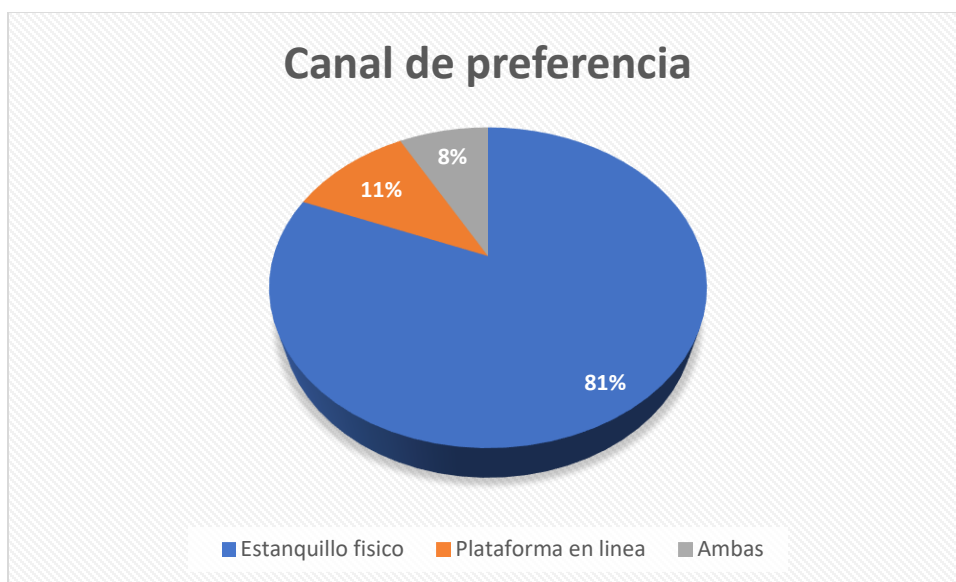
La ilustración muestra la respuesta a la pregunta ¿Qué tipo de eventos te gustaría que la distribuidora de bebidas "Una Más" organizara en su establecimiento? El 47% considera que las degustaciones, el 42% catatas de Bebidas y el 11% en eventos temáticos.

El análisis de los resultados de la pregunta sobre los tipos de eventos que los encuestados desean que la distribuidora de bebidas "Una Más" organice en su establecimiento revela preferencias claras. Un 47% de los encuestados considera que las degustaciones son el tipo de evento más atractivo, indicando un fuerte interés en probar diferentes productos de la distribuidora. El 42% de los encuestados prefiere las catatas de bebidas, lo que sugiere un gran

interés en experiencias más educativas y detalladas sobre las bebidas ofrecidas, permitiendo a los consumidores conocer más sobre los productos en profundidad. Finalmente, un 11% de los encuestados están interesados en eventos temáticos, lo que, aunque es un porcentaje menor, aún representa una porción significativa del mercado que busca experiencias únicas y festivas.

### ***Ilustración 9***

#### *Canal de Preferencia*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

La ilustración nos muestra que frente a la pregunta Qué canal prefieres para realizar tus compras de bebidas se encontró que el 81% prefiere la compra personalizada en forma física con un 81%, de forma virtual o por los canales digitales el 11% y por ambas manifiesta el 8%.

Estos resultados indican que "Una Más" debe centrarse en mejorar y optimizar la experiencia de compra física, mientras que también debería desarrollar y mantener una presencia en los canales digitales para captar el segmento de consumidores que prefieren o utilizan ambos métodos de compra. El análisis de los resultados de la pregunta sobre los canales preferidos para la compra de bebidas muestra una clara preferencia por la compra personalizada en forma física,

con un 81% de los encuestados optando por esta opción. Esto indica que la mayoría de los consumidores valoran la experiencia de compra en persona, posiblemente debido a la interacción directa con el producto y el servicio personalizado.

Por otro lado, el 11% de los encuestados prefiere realizar sus compras de bebidas de forma virtual o por canales digitales, reflejando una tendencia hacia la conveniencia y la comodidad que ofrecen las plataformas en línea. Finalmente, el 8% de los encuestados manifiesta preferir ambos canales, tanto físico como digital, lo que sugiere una flexibilidad y una adaptación a diferentes circunstancias y necesidades de compra.

### ***Ilustración 10***

#### *Aspecto al Elegir*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

Frente a la pregunta Qué aspecto consideras más importante al elegir una bebida las respuestas se inclinaron en un 65% a el origen y la calidad de la bebida, entre tanto un 22% a la presentación y al empaque y el 13% a las recomendaciones dadas por el vendedor.

El aspecto más importante al elegir una bebida revela que la mayoría de los encuestados, un 65%, considera que el origen y la calidad de la bebida son los factores más determinantes en su decisión de compra. Esto subraya la importancia de ofrecer productos de alta calidad y con un origen confiable para satisfacer las expectativas de los consumidores. El 22% de los encuestados valoran la presentación y el empaque, lo que indica que el diseño y la apariencia de los productos también juegan un papel significativo en la atracción y retención de clientes. El 13% de los encuestados consideran que las recomendaciones dadas por el vendedor son el aspecto más importante, lo que destaca la influencia del servicio al cliente y el asesoramiento en el proceso de decisión de compra.

### ***Ilustración 11***

#### *Promisiones*



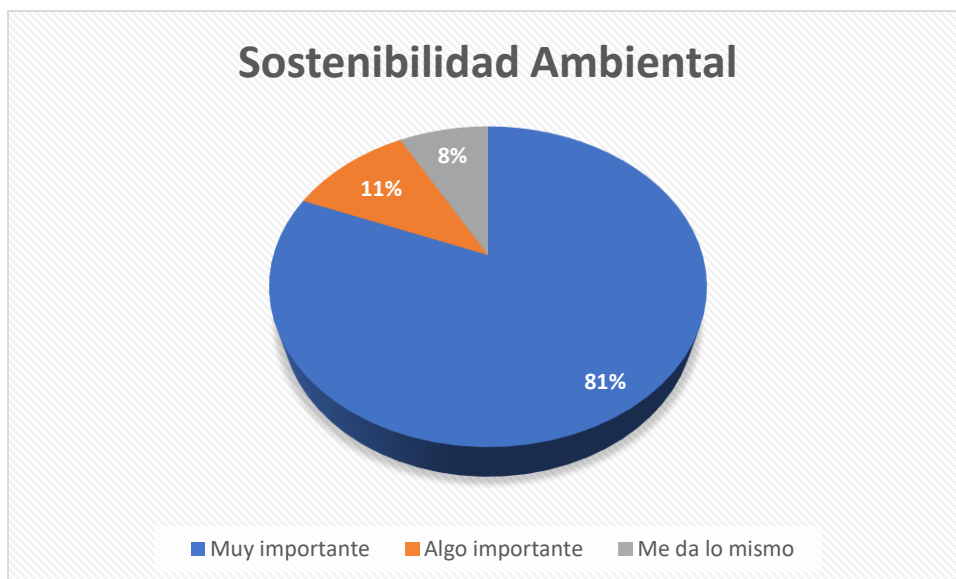
**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

Al consultar a los encuestados frente a la pregunta ¿Qué tipo de promociones o descuentos te incentivarían a comprar en "Una Más" con mayor frecuencia? Se encontró que el 49% le gusta con el pague una lleve dos, el 38%.

Al consultar a los encuestados sobre qué tipo de promociones o descuentos los incentivarían a comprar en "Una Más" con mayor frecuencia, se encontraron las siguientes preferencias: el 49% de los encuestados se siente atraído por la promoción "pague uno y lleve dos". Por otro lado, el 38% prefiere descuentos directos sobre el precio de las bebidas. Estos resultados indican que casi la mitad de los consumidores se ven motivados por promociones que les ofrecen un mayor valor por su dinero mediante el aumento de la cantidad de productos adquiridos. El considerable interés en descuentos directos también subraya la importancia de los precios competitivos.

### ***Ilustración 12***

#### *Importancia de la Sostenibilidad Ambiental*



**Nota.** Elaborado teniendo en cuenta los resultados de la encuesta

La ilustración nos permite visualizar que frente a la pregunta ¿Qué opinas sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental en la selección de productos? Se encontró que el 81% lo considera importante, un 11% lo considera algo importante y solo un 8% no ve la importancia.

La importancia de la sostenibilidad ambiental en la selección de productos, el 81% de los encuestados lo considera importante. Un 11% de los encuestados lo considera algo importante, mientras que solo un 8% no ve la importancia de este factor. Estos resultados subrayan una clara tendencia hacia la valoración de prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente entre los consumidores. La mayoría de los encuestados priorizan la sostenibilidad al tomar decisiones de compra, lo que refleja una creciente conciencia y preocupación por el impacto ambiental de los productos que consumen. Para "Una Más", esto sugiere que adoptar y comunicar prácticas sostenibles y ofrecer productos respetuosos con el medio ambiente podría ser una estrategia clave para atraer y retener a clientes que valoran la sostenibilidad.

Los resultados de la encuesta para el proyecto de la comercializadora de bebidas "Una Más" en el municipio de Apartadó reflejan una recepción positiva y un alto potencial de aceptación por parte de los potenciales clientes. La preferencia por bebidas de calidad y variedad, la valoración de la atención personalizada y la importancia otorgada a la sostenibilidad ambiental destacan como aspectos clave que respaldan la propuesta de valor de "Una Más".

La disposición de los encuestados a pagar por bebidas exclusivas, su interés en eventos especiales y la preferencia por canales de venta tanto físicos como en línea, señalan oportunidades para diversificar la oferta, fortalecer la experiencia del cliente y ampliar la presencia en el mercado local. Además, la conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental sugiere un alineamiento con las tendencias actuales y una oportunidad para diferenciarse en el mercado.

En general, los resultados de la encuesta respaldan la viabilidad y el potencial de crecimiento de "Una Más" en Apartadó, destacando la receptividad del mercado hacia una propuesta diferenciada y de calidad. Estos hallazgos positivos brindan una base sólida para el

desarrollo de estrategias comerciales efectivas, la fidelización de clientes y el posicionamiento exitoso de la comercializadora en el sector de bebidas de la región.

### **Estrategias de mercado**

En el dinámico escenario del municipio de Apartadó, la comercializadora de bebidas "Una Más" se encuentra en una posición privilegiada para capitalizar las oportunidades del mercado local y destacarse como un referente en la oferta de bebidas de calidad y variedad. Con el objetivo de potenciar su presencia y consolidar su posicionamiento, se plantean estrategias clave que no solo buscan satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores, sino también diferenciar a "Una Más" como una propuesta única y atractiva en el sector.

A través de un enfoque centrado en la diversificación de la oferta, la personalización de la experiencia del cliente, el compromiso con la sostenibilidad ambiental, la omnicanalidad en el canal de ventas, el marketing experiencial y las colaboraciones locales, "Una Más" se prepara para elevar su propuesta de valor, fortalecer su conexión con la comunidad y consolidar su presencia como un actor relevante en el mercado de bebidas en Apartadó. Estas estrategias no solo buscan impulsar el crecimiento y la rentabilidad del negocio, sino también construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes, generando un impacto positivo en la comunidad y posicionando a "Una Más" como un referente de excelencia y compromiso en el sector.

**Segmentación de Mercado:** Se entiende que la segmentación de mercado es fundamental para identificar grupos homogéneos de consumidores y adaptar nuestras estrategias de marketing a sus necesidades específicas (Kotler & Armstrong, 2018). Esto nos permite conectar de manera más efectiva con nuestro público objetivo y ofrecerles soluciones personalizadas.

**Posicionamiento de Marca:** el objetivo es diferenciar y destacar la marca "Una Más" en la mente de los consumidores, creando una percepción única y relevante en el mercado (Kotler & Keller, 2016). Queremos que nuestra distribuidora sea reconocida por su calidad, servicio y compromiso con la comunidad.

**Marketing de Contenidos:** Se cree firmemente en la importancia de crear y distribuir contenido relevante y valioso para atraer, adquirir y retener a nuestra audiencia claramente definida (Estrategia de marketing, sexta edición). Esto nos permitirá establecer una conexión más profunda con nuestros clientes y posicionarnos como una marca de confianza.

**Marketing Digital:** Se entiende que el marketing digital engloba todas las estrategias de marketing que se realizan en medios digitales, como redes sociales, correo electrónico y sitios web, para llegar a los consumidores de manera efectiva (Planeación estratégica del marketing). Aprovecharemos estas herramientas para ampliar nuestro alcance y conectar con nuestro público de una forma más personalizada.

**Branding y Posicionamiento:** Se ha enfocado en construir una marca sólida y diferenciada en el mercado, creando una identidad única y relevante para los consumidores. Se quiere que "Una Más" sea sinónimo de calidad, innovación y compromiso con la comunidad.

**Marketing de Influencers:** Se Reconoce el poder del marketing de influencers, que implica colaborar con personas influyentes en redes sociales para promocionar nuestros productos o servicios, aprovechando su credibilidad y alcance entre su audiencia. Esto permite llegar a nuevos segmentos de mercado y fortalecer nuestra presencia en la comunidad.

**Estrategias de Fidelización:** el objetivo es mantener a los clientes actuales satisfechos y comprometidos con la marca "Una Más", a través de programas de lealtad, descuentos exclusivos

y experiencias personalizadas (Estrategia de marketing, sexta edición). Queriendo que nuestros clientes se sientan valorados y se conviertan en embajadores de nuestra distribuidora.

En un entorno competitivo y en constante evolución, las estrategias propuestas para la comercializadora de bebidas "Una Más" en Apartadó representan un enfoque integral y proactivo para potenciar su crecimiento, fortalecer su posicionamiento y satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores. La diversificación de la oferta, la personalización de la experiencia del cliente, el compromiso con la sostenibilidad, la omnicanalidad en el canal de ventas, el marketing experiencial y las colaboraciones locales se presentan como pilares fundamentales para impulsar el éxito y la relevancia de la marca en el mercado local.

Al implementar estas estrategias de manera coherente y estratégica, "Una Más" no solo podrá diferenciarse y destacarse en un mercado competitivo, sino también construir relaciones sólidas con los clientes, generar impacto positivo en la comunidad y sentar las bases para un crecimiento sostenible y rentable a largo plazo. Con un enfoque centrado en la innovación, la calidad y la conexión con la comunidad, "Una Más" se posiciona como un actor clave en el sector de bebidas en Apartadó, listo para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que el mercado local ofrece.

### **Proyección de Ventas**

Para la proyección de las ventas, se establece un grupo de familias por precios

***Tabla 2***

*Proyección de ventas a 5 Años*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2024	2025	2026	2027	2028
FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES		10%	10%	10%	10%
FACTOR INCREMENTO PRECIOS		10%	10%	10%	10%

<b>Bebidas Super Premiun \$910.000 y \$3.390.000</b>	<b>Cantidades</b>	500	550	605	666	732
	<b>Precio unitario</b>	1.780.000	1.958.000	2.153.800	2.369.180	2.606.098
		<b>890.000.000</b>	<b>1.076.900.000</b>	<b>1.303.049.000</b>	<b>1.576.689.290</b>	<b>1.907.794.041</b>
<b>Bebidas premiun \$324.000 a \$810.000</b>	<b>Cantidades</b>	700	770	847	932	1.025
	<b>Precio unitario</b>	540.000	594.000	653.400	718.740	790.614
		<b>378.000.000</b>	<b>457.380.000</b>	<b>553.429.800</b>	<b>669.650.058</b>	<b>810.276.570</b>
<b>Bebidas entre \$155.000 y \$301.000</b>	<b>Cantidades</b>	1.100	1.210	1.331	1.464	1.611
	<b>Precio unitario</b>	109.000	119.900	131.890	145.079	159.587
		<b>119.900.000</b>	<b>145.079.000</b>	<b>175.545.590</b>	<b>212.410.164</b>	<b>257.016.298</b>
<b>Bebidas entres \$6.000 y \$60.000</b>	<b>Cantidades</b>	3.200	3.520	3.872	4.259	4.685
	<b>Precio unitario</b>	29.000	31.900	35.090	38.599	42.459
		<b>92.800.000</b>	<b>112.288.000</b>	<b>135.868.480</b>	<b>164.400.861</b>	<b>198.925.042</b>
<b>Gaseosas</b>	<b>Cantidades</b>	9.800	10.780	11.858	13.044	14.348
	<b>Precio unitario</b>	30.000	33.000	36.300	39.930	43.923
		<b>294.000.000</b>	<b>355.740.000</b>	<b>430.445.400</b>	<b>520.838.934</b>	<b>630.215.110</b>
<b>Jugos y refrescos</b>	<b>Cantidades</b>	12.000	13.200	14.520	15.972	17.569
	<b>Precio unitario</b>	21.000	23.100	25.410	27.951	30.746
		<b>252.000.000</b>	<b>304.920.000</b>	<b>368.953.200</b>	<b>446.433.372</b>	<b>540.184.380</b>
<b>TOTAL INGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>2.026.700.000</b>	<b>2.147.387.000</b>	<b>2.598.338.270</b>	<b>3.143.989.307</b>	<b>3.804.227.061</b>

**Nota.** La tabla muestra la proyección en ventas anuales

### **Competidores**

En el mercado local de Apartadó, "Una Más" se enfrenta a una competencia diversa y consolidada. Existen varias distribuidoras y mayoristas de bebidas que han establecido una presencia sólida en la región, ofreciendo una amplia gama de productos a los consumidores. Algunas de estas empresas se han posicionado como líderes en el sector, destacándose por su eficiencia logística, precios competitivos y relaciones establecidas con los principales proveedores. Sin embargo, la mayoría de estos competidores se enfocan principalmente en la venta a granel y no han logrado desarrollar una propuesta de valor diferenciada que atienda las necesidades específicas de los clientes locales. Esta es una oportunidad clave para que "Una Más" se destaque, al ofrecer un servicio personalizado, una selección cuidadosamente curada de bebidas y un compromiso con la promoción de un consumo responsable. Mediante un análisis

exhaustivo de las fortalezas, debilidades, estrategias y posicionamiento de nuestros competidores, podremos diseñar e implementar acciones efectivas que nos permitan ganar participación de mercado y consolidarnos como la opción preferida de bebidas en Apartadó.

### **Tabla 3**

#### *Posibles Competidores*

<b>Competencia</b>	
<b>Negocio</b>	<b>Lugar</b>
Distribuidora Bebidas del Cauca	Calle 44 Nro 37B 79 Apartadó
Distribuidora Tabaco y Ron	Calle 100 A Carrera 81 Apartadó
La bodega del Manzano	Parque Ortiz Apartado

**Nota.** Identificación de los clientes mas representativos para el plan de empresa

Estas empresas han establecido una presencia consolidada en el mercado local, ofreciendo una amplia gama de productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores. Sin embargo, "Una Más" puede aprovechar su enfoque en la calidad, servicio y compromiso con la comunidad para diferenciarse y ganar participación de mercado. Al ofrecer productos de alta calidad, un servicio personalizado y una atención al cliente excepcional, "Una Más" puede establecer una conexión más profunda con los consumidores y ganar su lealtad.

Además, "Una Más" puede aprovechar su compromiso con la comunidad para establecer una presencia más fuerte en el mercado local. Al participar en eventos y actividades comunitarias, "Una Más" puede demostrar su compromiso con la comunidad y establecer una relación más estrecha con los consumidores. Esto puede ayudar a "Una Más" a ganar una mayor participación de mercado y a establecer una presencia más fuerte en el mercado local.

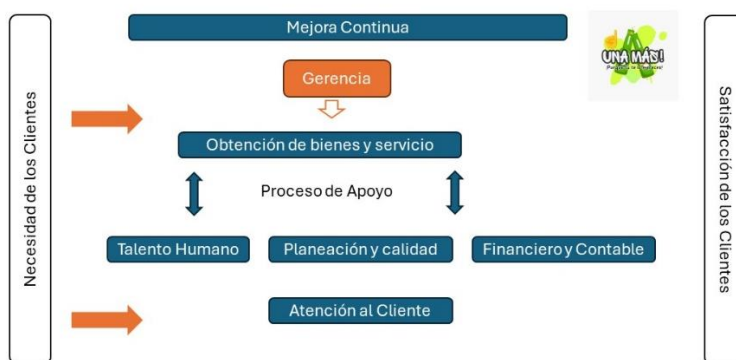
## Estudio Técnico

### Proceso de prestación del Servicio

El proceso de prestación del servicio en "Una Más" se caracteriza por su eficiencia y enfoque en la satisfacción del cliente. Todo comienza con un exhaustivo proceso de selección y adquisición de los mejores productos, ya sean aguas, gaseosas o bebidas alcohólicas, estableciendo alianzas estratégicas con proveedores confiables y de trayectoria. Una vez que los productos llegan a nuestros centros de distribución, implementamos un sistema de gestión de inventarios automatizado que nos permite mantener un control preciso de los niveles de stock, minimizando la obsolescencia y garantizando la disponibilidad oportuna de los artículos. Nuestro equipo de logística y distribución se encarga de transportar los pedidos a los puntos de venta de manera eficiente y en las mejores condiciones, cumpliendo con los estándares de calidad y seguridad. Finalmente, nuestro personal altamente capacitado en atención al cliente se encarga de brindar un servicio personalizado y asesoría especializada a cada uno de nuestros clientes, asegurando que sus necesidades sean atendidas de manera excepcional. Este proceso integrado nos permite ofrecer una experiencia de compra única y satisfactoria a los habitantes de Apartadó.

### Ilustración 13

#### Mapa de Proceso



**Nota.** Descripción de los procesos en la distribuidora de Bebidas Una Más

En "Una Más", nos hemos esmerado en curar una selección de bebidas que satisfaga los diversos gustos y preferencias de los consumidores de Apartadó. Nuestra exhibición incluye una amplia gama de aguas refrescantes, tanto en presentaciones individuales como en presentaciones familiares, que ofrecen hidratación y frescura en todo momento. Complementando esta oferta, contamos con una variedad de gaseosas tradicionales y sabores innovadores, que permiten a nuestros clientes disfrutar de bebidas con un toque de dulzura y burbujas. Para aquellos que prefieren opciones alcohólicas, tenemos una cuidadosa selección de cervezas, vinos y licores, incluyendo marcas locales y de renombre internacional, que se adaptan a diferentes ocasiones y preferencias. Además, hemos incorporado bebidas funcionales, como té y jugos enriquecidos, que brindan beneficios adicionales a la salud y el bienestar de nuestros consumidores. Al mantener estos productos exhibidos y listos para la venta, "Una Más" se asegura de ofrecer a los habitantes de Apartadó una experiencia de compra completa y satisfactoria.

### **Maquinaria y equipos**

Para garantizar la eficiencia y calidad en la distribución de bebidas, "Una Más" ha invertido en una infraestructura tecnológica y de equipamiento de vanguardia. En nuestros centros de distribución, contamos con modernos sistemas de almacenamiento y gestión de inventarios, que nos permiten mantener un control preciso de los niveles de stock y optimizar los procesos de reposición. Estos sistemas, que incluyen software de gestión de inventarios y escáneres de código de barras, nos ayudan a reducir los niveles de obsolescencia y garantizar la disponibilidad oportuna de los productos.

En cuanto a la exhibición de los productos, nuestras instalaciones cuentan con modernos equipos de refrigeración y exhibición, que mantienen las bebidas a la temperatura adecuada y las

presentan de manera atractiva a los clientes. Estos equipos, que incluyen neveras, vitrinas y dispensadores, nos permiten ofrecer una experiencia de compra agradable y satisfactoria.

**Tabla 4**

*Inversión en Maquinaria y equipos*

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	
Exhibidores	4.500.000
Congelador Vertical	6.000.000
Adecuación del Lugar	30.000.000
Congelador Horizontal	8.000.000
Escáner y Registradora	1.000.000
	<b>49.500.000</b>

**Nota.** Proyección de inversión en Maquinaria y equipos necesarios

La inversión total de 49.500.000 pesos en maquinaria y equipo representa un paso significativo para equipar y preparar adecuadamente la distribuidora "Una Más", asegurando la calidad en la presentación de productos, la conservación de las bebidas, la funcionalidad del lugar, la eficiencia en las transacciones y la satisfacción de los clientes.

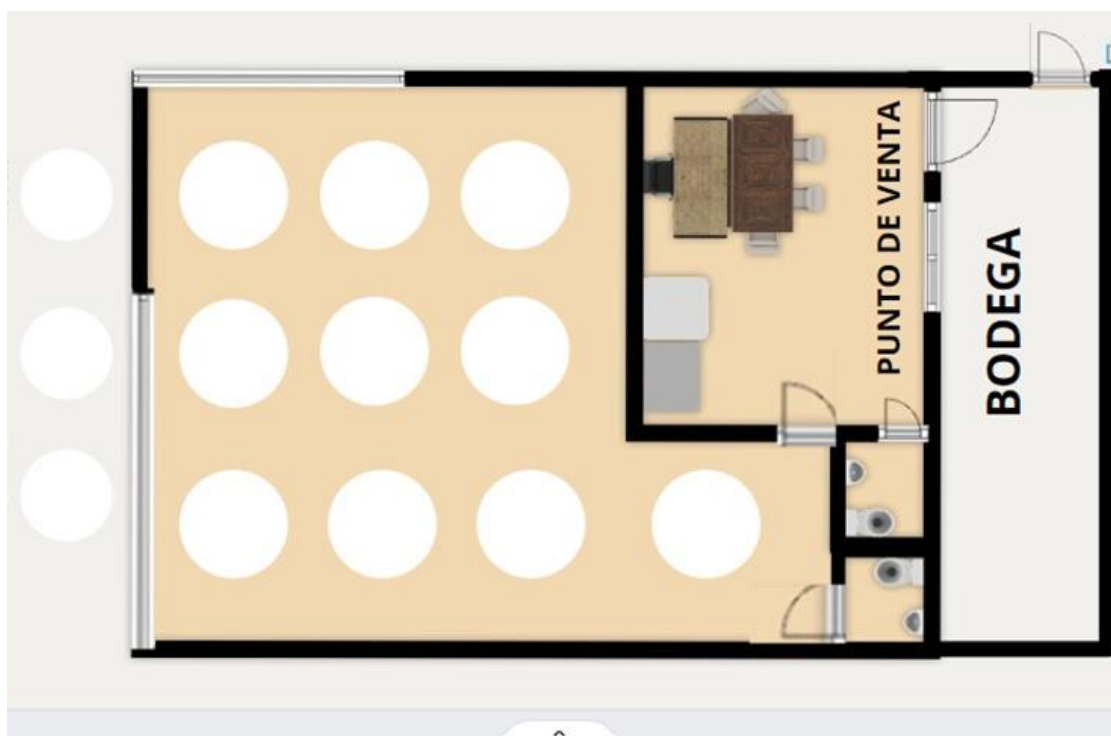
**Distribución del punto de venta**

La distribución del punto de venta de "Una Más" ha sido cuidadosamente diseñada para optimizar el espacio disponible y brindar una experiencia de compra agradable y eficiente a nuestros clientes. Contamos con un local de 7 metros de ancho por 5 metros de profundidad, es decir se cuenta con 35 m<sup>2</sup>, en el cual hemos distribuido estratégicamente los diferentes elementos que conforman nuestro punto de venta. En la entrada, hemos ubicado una zona de exhibición y refrigeración, donde los clientes podrán visualizar y seleccionar fácilmente las bebidas de su preferencia, mantenidas a la temperatura ideal. Hacia el fondo del local, hemos destinado un área de almacenamiento y gestión de inventarios, equipada con modernos sistemas de control y

monitoreo, que nos permiten asegurar la disponibilidad de productos. En el centro del espacio, hemos dispuesto el mostrador de atención al cliente, donde nuestro personal altamente capacitado brindará un servicio personalizado y asesoría especializada. Esta distribución eficiente del punto de venta nos permite aprovechar al máximo el espacio disponible, facilitando el flujo de clientes, optimizando los procesos internos y ofreciendo una experiencia de compra excepcional en Apartadó.

### ***Ilustración 14***

*Plano del punto de venta y bodega*



**Nota.** Distribución del punto de venta

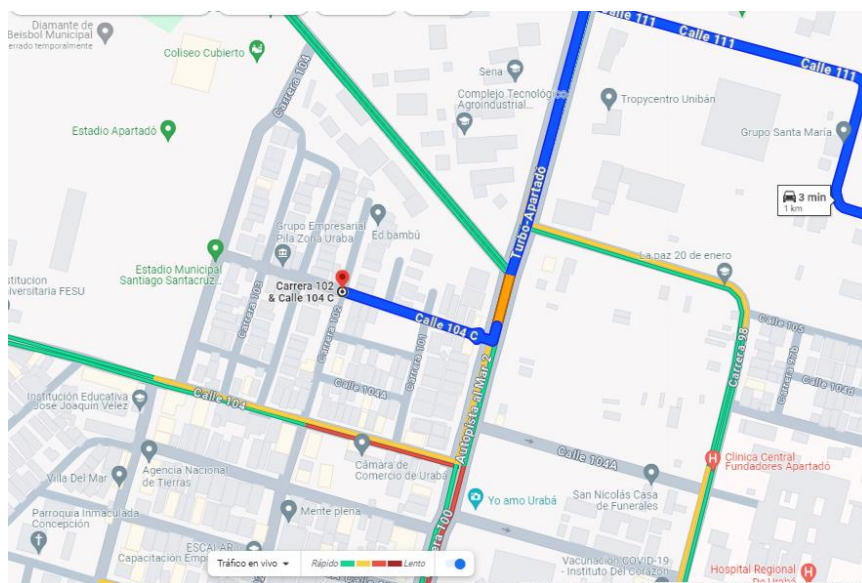
### **Ubicación geográfica óptima**

Después de un exhaustivo análisis de las diferentes alternativas, hemos determinado que la ubicación ideal para el establecimiento de "Una Más" se encuentra en la Calle 104 con Carrera

102, en el Barrio Vélez de Apartadó. Esta estratégica esquina, con coordenadas geográficas 7.88942575996476, -76.6318698081768, ofrece una serie de ventajas que la convierten en el emplazamiento perfecto para nuestro negocio. En primer lugar, la ubicación se encuentra en una zona de alta densidad poblacional y de fácil acceso, lo que nos permite llegar de manera eficiente a nuestro público objetivo. Además, la cercanía a importantes vías de circulación y la presencia de otros establecimientos comerciales en la zona, generan un flujo constante de potenciales clientes. Por otro lado, el espacio disponible en esta esquina nos permite diseñar un punto de venta funcional y atractivo, con una adecuada distribución de las áreas de exhibición, almacenamiento y atención al cliente. Finalmente, la infraestructura existente y la disponibilidad de servicios públicos en el sector facilitan la puesta en marcha y el desarrollo de nuestras operaciones. En conjunto, estas características convierten a la Calle 104 con Carrera 102 en el emplazamiento ideal para que "Una Más" se establezca y prospere en el mercado de Apartadó.

### *Ilustración 15*

#### *Ubicación Óptima de la Distribuidora "Una Más"*



**Nota.** Tomado de Google Maps

## Plan de comercialización

El área de ventas de "Una Más" se enfoca en establecer relaciones sólidas con los clientes, ofreciendo un servicio personalizado y una amplia variedad de productos de calidad. Nuestro equipo de ventas está capacitado para identificar las necesidades y preferencias de los clientes, brindando asesoramiento especializado y recomendaciones adaptadas a cada ocasión. A través de estrategias de marketing efectivas, promociones atractivas y una presencia activa en redes sociales, buscamos aumentar la visibilidad de la marca y atraer nuevos clientes. Además, mantenemos una comunicación constante con nuestros clientes actuales, ofreciendo descuentos exclusivos, promociones especiales y programas de fidelización para garantizar su satisfacción y lealtad. Con un enfoque en la excelencia en el servicio y la atención al cliente, en "Una Más" nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes y consolidarnos como la opción preferida de bebidas en Apartadó.

**Tabla 5**

### *Proyección de Ventas en cinco años*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2024	2025	2026	2027	2028
<b>FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES</b>		10%	10%	10%	10%
<b>FACTOR INCREMENTO PRECIOS</b>		10%	10%	10%	10%
<b>Bebidas Super Premiun \$910.000 y \$3.390.000</b>					
<b>Cantidades</b>	260	286	315	346	381
<b>Precio unitario</b>	1.780.000	1.958.000	2.153.800	2.369.180	2.606.098
	<b>462.800.000</b>	<b>559.988.000</b>	<b>677.585.480</b>	<b>819.878.431</b>	<b>992.052.901</b>
<b>Bebidas premiun \$324.000 a \$810,000</b>					
<b>Cantidades</b>	500	550	605	666	732
<b>Precio unitario</b>	540.000	594.000	653.400	718.740	790.614
	<b>270.000.000</b>	<b>326.700.000</b>	<b>395.307.000</b>	<b>478.321.470</b>	<b>578.768.979</b>
<b>Bebidas entre \$155.000 y \$301.000</b>					
<b>Cantidades</b>	900	990	1.089	1.198	1.318
<b>Precio unitario</b>	109.000	119.900	131.890	145.079	159.587
	<b>98.100.000</b>	<b>118.701.000</b>	<b>143.628.210</b>	<b>173.790.134</b>	<b>210.286.062</b>
<b>Bebidas entres \$6.000 y \$60.000</b>					
<b>Cantidades</b>	2.500	2.750	3.025	3.328	3.660
<b>Precio unitario</b>	29.000	31.900	35.090	38.599	42.459
	<b>72.500.000</b>	<b>87.725.000</b>	<b>106.147.250</b>	<b>128.438.173</b>	<b>155.410.189</b>

<b>Gaseosas</b>	<b>Cantidades</b>	3.200	3.520	3.872	4.259	4.685
	<b>Precio unitario</b>	9.500	10.450	11.495	12.645	13.909
		<b>30.400.000</b>	<b>36.784.000</b>	<b>44.508.640</b>	<b>53.855.454</b>	<b>65.165.100</b>
<b>Jugos y refrescos</b>	<b>Cantidades</b>	5.000	5.500	6.050	6.655	7.321
	<b>Precio unitario</b>	6.500	7.150	7.865	8.652	9.517
		<b>32.500.000</b>	<b>39.325.000</b>	<b>47.583.250</b>	<b>57.575.733</b>	<b>69.666.636</b>
<b>TOTAL INGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>966.300.000</b>	<b>1.129.898.000</b>	<b>1.367.176.580</b>	<b>1.654.283.662</b>	<b>2.001.683.231</b>

**Nota.** Proyección de ventas

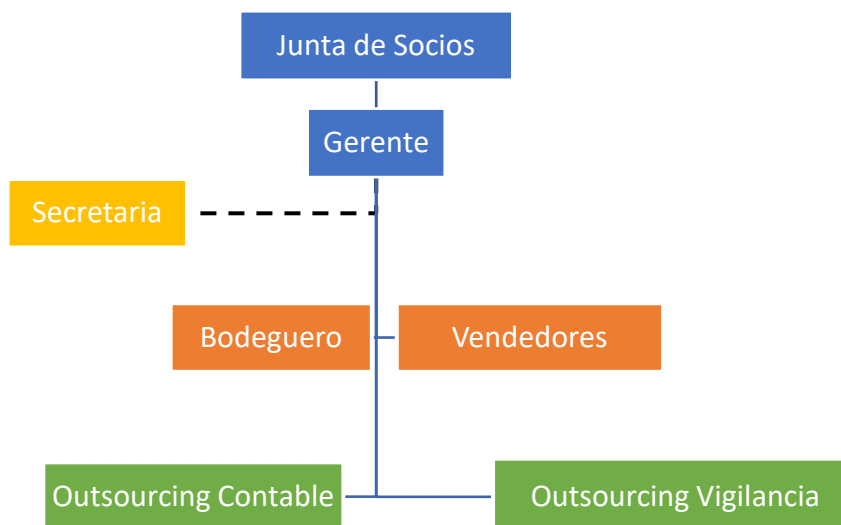
## **Estudio organizacional**

### **Diseño de la estructura organizacional**

La estructura organizacional de "Una Más" se compone de una Junta Directiva, un Gerente General, y diversos roles de apoyo y operación. La Junta Directiva, conformada por socios estratégicos y expertos en el sector, es responsable de la supervisión y la toma de decisiones de alto nivel, velando por el cumplimiento de la visión y los objetivos de la empresa. El Gerente General, por su parte, lidera el equipo ejecutivo y es responsable de la gestión diaria del negocio, la implementación de las estrategias y la representación de "Una Más" ante los grupos de interés. Para optimizar los recursos y enfocarnos en nuestras competencias clave, hemos optado por un modelo de outsourcing en áreas de apoyo, como la contabilidad y la vigilancia. Nuestro equipo de vendedores, altamente capacitado y orientado al servicio, se encarga de la atención personalizada a los clientes, mientras que el bodeguero supervisa el almacenamiento, control de inventarios y despacho eficiente de los productos. Esta estructura organizacional nos permite aprovechar al máximo las fortalezas de cada miembro del equipo, fomentando la colaboración, la eficiencia y la excelencia operativa en el día a día de "Una Más".

### Ilustración 16

#### Organigrama de la Distribuidora "Una Mas"



**Nota.** Muestra de cómo estará diseñado el orden jerárquico en la empresa

#### Definición de funciones empresariales

Determinar las funciones y responsabilidades de cada cargo es fundamental dentro de una empresa, ya que promueve el compromiso y la responsabilidad de los empleados de acuerdo con su rol, aumentando la productividad y competitividad empresarial.

Para el funcionamiento y direccionamiento de la distribuidora de bebidas "Una Más", se ha establecido una estructura organizacional que integra personal administrativo de planta, personal operativo y servicios externos de outsourcing.

En el equipo administrativo de planta, se encuentra el Gerente General, quien lidera la organización y es responsable de la toma de decisiones estratégicas, la planificación a largo plazo y la representación de la empresa. Además, cuenta con un equipo de profesionales en áreas clave como Ventas y Mercadeo, Operaciones y Logística, y Administración y Finanzas.

Para la parte operativa, "Una Más" ha conformado un equipo de vendedores altamente capacitados en atención al cliente y promoción de los productos. Asimismo, se ha designado un bodeguero encargado de la gestión de inventarios, el almacenamiento y el despacho eficiente de los pedidos.

Complementando el equipo interno, "Una Más" ha optado por un modelo de outsourcing para servicios de vigilancia y contabilidad. Esto le permite a la empresa concentrarse en sus competencias clave, optimizar recursos y acceder a servicios especializados de manera eficiente.

Esta estructura organizacional, con roles y responsabilidades claramente definidos, fomenta el compromiso y la responsabilidad de cada miembro del equipo, lo que se traduce en una mayor productividad y competitividad para la distribuidora de bebidas "Una Más" en el mercado de Apartadó.

### **Tabla 6**

#### *Descripción del Cargo Gerente General*

<b>Gerente General</b>	
Nivel Jerárquico	Directivo
Dependencia	Gerencia General
Cargo del Superior Inmediato	Junta Directiva
Tipo de Vinculación	Libre Nombramiento y Remoción
<b>Objetivo del cargo</b>	
Direccionar el funcionamiento integral de la Empresa cumpliendo con lo establecido en los Estatutos	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar e implementar planes estratégicos para alcanzar los objetivos a largo plazo de la empresa, teniendo en cuenta el entorno competitivo y las tendencias del mercado.</li> <li>✓ Supervisar y coordinar todas las operaciones diarias de la empresa, asegurando la eficiencia y la efectividad en la ejecución de las actividades.</li> <li>✓ Dirigir y motivar al equipo de trabajo, fomentando un ambiente de colaboración, compromiso y desarrollo profesional. Además, realizar la selección, capacitación y evaluación del desempeño del personal.</li> <li>✓ Controlar y optimizar los recursos financieros de la empresa, incluyendo la elaboración y seguimiento de presupuestos, análisis de costos y rentabilidad, y gestión de la tesorería.</li> <li>✓ Establecer y mantener relaciones efectivas con proveedores, clientes, autoridades regulatorias y otras partes interesadas relevantes para el éxito del negocio.</li> <li>✓ Identificar oportunidades de crecimiento y expansión del negocio, ya sea a través de la introducción de nuevos productos, la apertura de nuevos mercados o la diversificación de las operaciones.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestión de la Calidad: Garantizar que todos los productos y servicios ofrecidos por la empresa cumplan con los más altos estándares de calidad y seguridad, cumpliendo con las regulaciones y normativas aplicables.</li> <li>✓ Gestión de la Innovación: Promover la innovación y la mejora continua en todos los aspectos del negocio, buscando constantemente nuevas formas de agregar valor a los clientes y mantener la ventaja competitiva de la empresa en el mercado.</li> </ul>	
<b>Perfil del Cargo</b>	
Estudios	Profesional Graduado Con experiencia de 3 años
<b>Habilidades</b>	
Word, Excel y Correo electrónico Nivel Básico, power Point e Intranet Nivel Intermedio, aplicaciones específicas del área Nivel Avanzado, Ingles Avanzado.	

**Nota.** Descripción de las funciones del cargo Gerente General.

### **Tabla 7**

#### *Descripción del Cargo Secretaría General*

<b>Secretaria</b>	
Nivel Jerárquico	Empleado
Dependencia	Administrativo y Comercial
Cargo del Superior Inmediato	Gerente General
Tipo de Vinculación	Libre Nombramiento y Remoción
<b>Objetivo del cargo</b>	
Proporcionar apoyo administrativo y logístico eficiente, garantizando el funcionamiento fluido de las operaciones diarias de la empresa. La secretaria general desempeña un papel clave en la coordinación de actividades administrativas, la gestión de la comunicación interna y externa, y el mantenimiento de registros y documentación organizativa.	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Administrar y organizar la agenda del equipo directivo, programando reuniones, citas y eventos según sea necesario.</li> <li>✓ Brindar atención telefónica y presencial a clientes y visitantes, proporcionando información relevante y canalizando solicitudes o consultas a los departamentos correspondientes.</li> <li>✓ Recibir, clasificar y distribuir la correspondencia entrante y saliente de la empresa, asegurando su entrega oportuna y su adecuado archivo.</li> <li>✓ Realizar tareas administrativas diversas, como la preparación de documentos, informes y presentaciones, la actualización de bases de datos y la elaboración de informes de gastos.</li> <li>✓ Organizar y coordinar los viajes de negocios del equipo directivo, incluyendo la reserva de vuelos, hoteles y transporte, y la preparación de itinerarios detallados.</li> <li>✓ Gestionar el inventario de suministros de oficina y coordinar la adquisición de material de oficina, equipos y otros recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa.</li> <li>✓ Coordinar la logística de eventos internos y externos, como reuniones de personal, conferencias y seminarios, asegurando que se disponga de los recursos necesarios y que todo se desarrolle según lo planificado.</li> </ul>	

✓ Mantener un sistema de archivo ordenado y actualizado para documentos y registros corporativos, facilitando su recuperación rápida y eficiente cuando sea necesario.
✓ Facilitar la comunicación interna entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos de la empresa, transmitiendo mensajes y asegurando que la información se comparta de manera efectiva y oportuna.
✓ Garantizar la confidencialidad y seguridad de la información sensible de la empresa, manejando datos confidenciales con discreción y protegiendo la privacidad de los empleados y clientes.
<b>Perfil del Cargo</b>
Estudios
Tecnóloga Graduado con experiencia de 2 años
<b>Habilidades</b>
Word, Excel y Correo electrónico Nivel Básico, power Point e Intranet Nivel Intermedio, aplicaciones específicas del área Nivel Avanzado.

**Nota.** Descripción de las funciones del cargo secretaria general.

### **Tabla 8**

#### *Descripción del Cargo de Bodeguero*

<b>Bodeguero</b>	
Nivel Jerárquico	Empleado
Dependencia	Logística
Cargo del Superior Inmediato	Gerente General
Tipo de Vinculación	Libre Nombramiento y Remoción
<b>Objetivo del cargo</b>	
Garantizar un adecuado control y manejo de inventario en la bodega de la empresa, asegurando la recepción, almacenamiento y distribución eficientes de los productos. El bodeguero desempeña un papel fundamental en la gestión logística y operativa de la empresa, contribuyendo a mantener un flujo de trabajo fluido y eficaz en el área de almacenamiento y distribución.	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recibir y verificar la mercancía que ingresa a la bodega, asegurando que los productos coincidan con los pedidos realizados y que estén en buenas condiciones.</li> <li>✓ Organizar y almacenar los productos de manera ordenada y segura en la bodega, siguiendo los procedimientos y estándares establecidos para garantizar su integridad y disponibilidad.</li> <li>✓ Llevar un registro preciso del inventario de la bodega, realizando inventarios periódicos y actualizando los sistemas de gestión de inventario según sea necesario.</li> <li>✓ Preparar los pedidos de acuerdo con las solicitudes de los clientes o los requisitos de producción, asegurando la correcta identificación y empaquetado de los productos.</li> <li>✓ Coordinar la distribución o despacho de los productos hacia los puntos de venta o clientes, asegurando la puntualidad y la precisión en la entrega.</li> <li>✓ Mantener la limpieza y el orden en la bodega, así como asegurar el mantenimiento adecuado de los equipos y las instalaciones.</li> <li>✓ Procesar las devoluciones de productos de acuerdo con los procedimientos establecidos, verificando el estado de los productos y coordinando su retorno al inventario o su disposición adecuada.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cumplir con todas las normativas y procedimientos de seguridad y salud ocupacional en el manejo de productos y equipos en la bodega.</li> <li>✓ Colaborar con otros departamentos de la empresa, como ventas y producción, para garantizar una gestión eficiente de inventario y una respuesta oportuna a las necesidades del negocio.</li> <li>✓ Identificar oportunidades de mejora en los procesos y procedimientos de almacenamiento y distribución, proponiendo iniciativas para aumentar la eficiencia y la productividad en la operación de la bodega.</li> </ul>	
<b>Perfil del Cargo</b>	
Estudios	Tecnólogo en logística Graduado con experiencia de 2 años
<b>Habilidades</b>	
Word, Excel y Correo electrónico Nivel Básico, power Point e Intranet Nivel Intermedio, aplicaciones específicas del área Nivel Avanzado.	

**Nota.** Descripción de las funciones del cargo bodeguero.

**Tabla 9**

*Descripción del Cargo del Vendedor*

<b>Vendedor</b>	
Nivel Jerárquico	Empleado
Dependencia	Administrativo y Comercial
Cargo del Superior Inmediato	Gerente General
Tipo de Vinculación	Libre Nombramiento y Remoción
<b>Objetivo del cargo</b>	
Promover y comercializar los productos o servicios de la empresa, con el fin de alcanzar las metas de ventas establecidas y satisfacer las necesidades de los clientes. El vendedor desempeña un papel fundamental en la generación de ingresos y el mantenimiento de relaciones comerciales sólidas con los clientes, contribuyendo al crecimiento y la rentabilidad del negocio.	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identificar y contactar clientes potenciales a través de diversas estrategias, como visitas a empresas, llamadas telefónicas, correos electrónicos y redes sociales, con el objetivo de ampliar la cartera de clientes.</li> <li>✓ Presentar de manera persuasiva los productos o servicios de la empresa a los clientes potenciales, destacando sus características, beneficios y ventajas competitivas para generar interés y cerrar ventas.</li> <li>✓ Negociar condiciones comerciales y precios con los clientes, utilizando técnicas de persuasión y argumentación para superar objeciones y cerrar acuerdos de venta que cumplan con los objetivos de la empresa.</li> <li>✓ Brindar un servicio de atención al cliente excepcional, ofreciendo asesoramiento personalizado, respondiendo a consultas y resolviendo cualquier problema o inconveniente que puedan tener los clientes durante el proceso de compra.</li> <li>✓ Realizar un seguimiento constante a los clientes después de concretar la venta, para asegurarse de su satisfacción con el producto o servicio adquirido, así como para ofrecer productos adicionales o servicios complementarios que puedan ser de interés.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Administrar de manera efectiva la cartera de clientes asignada, manteniendo registros actualizados de las interacciones comerciales, seguimientos realizados y resultados obtenidos, con el fin de maximizar las oportunidades de venta y fidelizar a los clientes existentes.</li> <li>✓ Realizar análisis de mercado periódicos para identificar tendencias, necesidades y oportunidades de negocio, y utilizar esta información para ajustar las estrategias de venta y desarrollar nuevos enfoques para captar clientes y aumentar las ventas.</li> <li>✓ Cumplir con los objetivos de ventas establecidos por la empresa, tanto en términos de volumen de ventas como de rentabilidad, trabajando de manera proactiva y enfocada en alcanzar y superar las metas establecidas.</li> <li>✓ Colaborar estrechamente con otros departamentos de la empresa, como marketing, logística y servicio al cliente, para asegurar una coordinación efectiva y un enfoque integral en la satisfacción de las necesidades de los clientes y el logro de los objetivos comerciales.</li> </ul>	
<b>Perfil del Cargo</b>	
Estudios	Tecnólogo en comercio y ventas o afines Graduado con experiencia de 2 años
<b>Habilidades</b>	
Word, Excel y Correo electrónico Nivel Básico, power Point e Intranet Nivel Intermedio, aplicaciones específicas del área Nivel Avanzado.	

**Nota.** Descripción de las funciones del cargo Vendedor

### **Estudio administrativo y legal.**

El estudio administrativo y legal de "Una Más" ha sido cuidadosamente diseñado para garantizar el cumplimiento de todos los requisitos y normativas aplicables, así como la eficiencia en la gestión de la empresa. En primer lugar, hemos constituido la distribuidora como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), lo que nos permite gozar de beneficios tributarios y una estructura organizacional flexible, adaptada a las necesidades de nuestro negocio. Además, hemos obtenido todos los permisos y licencias requeridos por las autoridades locales, incluyendo el registro mercantil, la licencia de funcionamiento y los permisos sanitarios necesarios para la manipulación y distribución de alimentos y bebidas. En cuanto a la estructura administrativa, hemos definido un organigrama claro, con roles y responsabilidades bien definidos para cada miembro del equipo, lo que fomenta la eficiencia, la rendición de cuentas y el trabajo en equipo. Asimismo, hemos implementado políticas y procedimientos internos que rigen aspectos como la gestión de recursos humanos, las finanzas, la logística y la atención al cliente. De esta manera,

"Una Más" se asegura de operar dentro del marco legal vigente y de contar con una sólida estructura administrativa que respalde el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo del negocio.

### **Manual de seguridad y salud en el trabajo.**

Como parte de nuestro compromiso con la gestión responsable y el bienestar de nuestros colaboradores, "Una Más" ha adoptado un Reglamento Interno de Trabajo que se ajusta a la normativa laboral vigente en Colombia. Este reglamento, elaborado en concordancia con el Código Sustantivo del Trabajo (Ley 141 de 1961) y la Resolución 1356 de 2012 del Ministerio del Trabajo, establece las condiciones de trabajo, los derechos y deberes de los empleados, así como las políticas y procedimientos que rigen la relación laboral dentro de la organización. Algunas de las áreas cubiertas por este reglamento incluyen la jornada laboral, las vacaciones y permisos, las normas de higiene y seguridad industrial, y los procedimientos disciplinarios. Además, en cumplimiento de la Ley 1010 de 2006, que aborda el acoso laboral, y la Ley 1562 de 2012, sobre el Sistema General de Riesgos Laborales, hemos implementado protocolos y mecanismos para prevenir, atender y sancionar cualquier tipo de conducta que atente contra la dignidad y el bienestar de nuestros colaboradores. Al adoptar este Reglamento Interno de Trabajo, "Una Más" demuestra su compromiso con la creación de un ambiente laboral sano, productivo y respetuoso, en línea con la legislación colombiana.

Toda empresa, independientemente de su actividad económica, debe cumplir con una serie de requisitos legales y normativos que le permiten operar de manera formal y legítima. En el caso de Colombia, la Constitución Política, el Código de Comercio, el Código Sustantivo del Trabajo y diversas leyes y decretos reglamentan los aspectos fundamentales para la creación y funcionamiento de las organizaciones.

Tras analizar las diferentes alternativas de constitución, el equipo de "Una Más" ha determinado que la figura de Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) es la más adecuada para este plan de empresa. La S.A.S. se rige por la Ley 1258 de 2008 y se caracteriza por su flexibilidad, agilidad en los trámites de constitución y beneficios tributarios, lo cual se ajusta perfectamente a las necesidades y objetivos de la distribuidora de bebidas.

Algunas de las principales ventajas de constituir "Una Más" como una S.A.S. incluyen:

- ✓ Simplicidad en los requisitos de constitución y registro, lo que agiliza el proceso de puesta en marcha.
- ✓ Posibilidad de tener un único accionista, lo que se adapta a la estructura de propiedad del proyecto.
- ✓ Menor carga tributaria en comparación con otras formas societarias, lo que mejora la viabilidad financiera.
- ✓ Flexibilidad en la estructura de gobierno corporativo y la toma de decisiones.
- ✓ Limitación de la responsabilidad de los accionistas al monto de sus aportes.

Al optar por esta figura jurídica, "Una Más" se asegura de cumplir con todos los requisitos legales y normativos aplicables, mientras que también se beneficia de las ventajas que ofrece la Sociedad por Acciones Simplificada, lo que contribuye a la solidez y sostenibilidad a largo plazo del negocio.

### **Estudio económico del proyecto**

El estudio económico es un análisis exhaustivo que evalúa la viabilidad financiera del proyecto. Este estudio abarca la proyección detallada de costos, ingresos, flujo de efectivo, y la determinación de indicadores clave de rentabilidad, como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Su propósito fundamental es determinar la viabilidad económica del proyecto y evaluar si ofrece un retorno atractivo a los inversionistas, asegurando así una toma de decisiones fundamentada en datos financieros sólidos.

### **Presupuesto de inversiones fijas**

La inversión en activos fijos para la distribuidora de bebidas "Una Más" en Apartadó, Antioquia, revela una distribución detallada de los recursos destinados a equipamiento y maquinaria para el negocio. Se observa una inversión significativa en muebles, enseres y equipo de oficina, con una depreciación y amortización estimada en 964.000 pesos. En cuanto a la maquinaria y equipo, se destaca la adquisición de exhibidores, con una vida útil de 10 años y una depreciación de 1.950.000 pesos. La inversión en vehículos, específicamente en un motocarri, representa una partida importante con una depreciación de 3.000.000 pesos. Por otro lado, el equipo de cómputo, que incluye computadores e impresoras, muestra una depreciación de 983.333 pesos. En conjunto, la inversión total en activos fijos asciende a 47.090.000 pesos, con una depreciación y amortización total de 6.897.333 pesos. Esta distribución detallada del presupuesto de inversión en activos fijos refleja un enfoque estratégico en la adquisición de recursos necesarios para el funcionamiento eficiente y sostenible de la distribuidora "Una Más".

**Tabla 10***Inversión en Activos Fijos*

<b>INVERSIÓN ACTIVOS</b>			
	<b>Valor total del activo</b>	<b>Años de vida útil</b>	<b>Depreciación y amortización</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA</b>			
Muebles y enseres	550.000	10	964.000
Estand Metálicos	4.500.000		
Juegos de sillas y mesas (7)	1.750.000		
6 sillas Plásticas para la barra	240.000		
Aire Acondicionado	2.600.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>9.640.000</b>		<b>964.000</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
Exhibidores	4.500.000	10	1.950.000
Congelador Vertical	6.000.000		
Congelador Horizontal	8.000.000		
Escáner y Registradora	1.000.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>19.500.000</b>		<b>1.950.000</b>
<b>VEHICULOS</b>			
Motocarri	15.000.000	5	3.000.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>15.000.000</b>		<b>3.000.000</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
Computador	2.500.000	3	983.333
Impresora Canon (1)	450.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.950.000</b>		<b>983.333</b>
<b>TOTALES</b>	<b>47.090.000</b>		<b>6.897.333</b>
<b>INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Capital de trabajo	108.036.680		
Inventarios	80.525.000		
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>235.651.680</b>		

**Nota.** Detalle de la inversión inicial

### **Capital de trabajo**

El análisis del capital de trabajo para la distribuidora de bebidas "Una Más" en Apartadó, Antioquia, revela una asignación significativa de recursos para garantizar la operatividad y solidez financiera del negocio. El capital de trabajo, estimado en 108.036.680 pesos, se destina a cubrir los gastos operativos diarios, como pagos a proveedores, salarios del personal, servicios

públicos y otros costos variables. Por otro lado, la inversión en inventarios, con un monto de 80.525.000 pesos, representa la adquisición de mercancía y materia prima necesaria para la operación y abastecimiento continuo de productos. En conjunto, el capital de trabajo y los inventarios conforman la base financiera necesaria para el funcionamiento fluido y eficiente de la distribuidora. La inversión inicial total, que incluye el capital de trabajo, los inventarios y los activos fijos, asciende a 235.651.680 pesos, lo que refleja una planificación financiera integral y sólida para el inicio y desarrollo exitoso de las operaciones de "Una Más".

### **Presupuesto de costos fijos**

El análisis de los costos fijos para la distribuidora de bebidas "Una Más" en Apartadó, Antioquia, muestra una proyección detallada de los principales rubros que conforman este tipo de gastos a lo largo de los próximos 5 años.

#### **Tabla 11**

##### *Costos Fijos*

COSTOS FIJOS		2024	2025	2026	2027	2028
<b>FACTOR INCREMENTO COSTOS FIJOS</b>	<b>Valor mes</b>	6,50%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
<b>Servicios</b>	550.000	6.600.000	6.930.000	7.276.500	7.640.325	8.022.341
<b>Outsourcing Contable</b>	2.000.000	24.000.000	25.200.000	26.460.000	27.783.000	29.172.150
<b>Outsourcing Vigilancia</b>	3.000.000	36.000.000	37.800.000	39.690.000	41.674.500	43.758.225
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	5.550.000	<b>66.600.000</b>	<b>69.930.000</b>	<b>73.426.500</b>	<b>77.097.825</b>	<b>80.952.716</b>

**Nota.** Costos proyectados para los 5 años

En primer lugar, los servicios, que incluyen conceptos como agua, luz, internet y telefonía, presentan un valor mensual de 550.000 pesos, con un factor de incremento anual del 6,5% en el primer año y del 5% en los siguientes años. Esto se traduce en un costo total de 6.600.000 pesos para el 2024, incrementándose progresivamente hasta alcanzar los 8.022.341 pesos en el 2028.

Por otro lado, el outsourcing contable, que representa la tercerización de los servicios de contabilidad y finanzas, tiene un valor mensual de 2.000.000 pesos, con un factor de incremento anual del 5%. Este rubro asciende a 24.000.000 pesos en 2024 y llega a 29.172.150 pesos en 2028.

Finalmente, el outsourcing de vigilancia, que garantiza la seguridad de las instalaciones y el personal, tiene un valor mensual de 3.000.000 pesos, también con un factor de incremento anual del 5%. Este costo se eleva de 36.000.000 pesos en 2024 a 43.758.225 pesos en 2028.

### **Gastos Operativos**

Los gastos operativos de "Una Más" se componen de una serie de rubros que son fundamentales para el funcionamiento diario del negocio. Entre estos se encuentran los gastos de personal, incluyendo salarios, beneficios y otros costos laborales. Además, se incluyen los gastos de materiales y suministros, como envases, etiquetas y otros insumos necesarios para la producción y distribución de bebidas. También se consideran los gastos de publicidad y marketing, que son esenciales para promover y vender los productos. Otros gastos operativos importantes incluyen los costos de alquiler o propiedad de la instalación, servicios públicos, y otros gastos de mantenimiento y reparación. En total, los gastos operativos de "Una Más" representan un costo significativo para el negocio, pero son necesarios para garantizar su funcionamiento y crecimiento sostenibles.

**Tabla 12**

#### *Gastos Operativos*

<b>Gastos operativos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
GASTOS VARIABLES					
Arriendo Local Licorera	14.400.000	15.120.000	15.876.000	16.669.800	17.503.290
Arriendo bodega	12.000.000	12.600.000	13.230.000	14.023.800	14.865.228

Gasto por depreciación	6.150.000	6.150.000	6.150.000	6.150.000	6.150.000
Gasto por impuestos	3.336.680	13.346.975	15.508.990	18.487.625	22.056.067
Gasto por publicidad	2.700.000	2.862.000	3.033.720	3.215.743	3.408.688
<b>Total de Gastos Operativos</b>	<b>38.586.680</b>	<b>50.078.975</b>	<b>53.798.710</b>	<b>58.546.968</b>	<b>63.983.272</b>
<b>Gastos financieros</b>	5.682.938	2.240.505	0	0	0
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>44.269.618</b>	<b>52.319.480</b>	<b>53.798.710</b>	<b>58.546.968</b>	<b>63.983.272</b>

**Nota.** Proyección de los gastos Operativos para los 5 años

El análisis de la tabla de gastos operativos del proyecto muestra una distribución detallada de los costos variables y fijos a lo largo de los próximos cinco años. En cuanto a los gastos variables, se observa un aumento progresivo en los costos de arriendo del local licorera y la bodega, reflejando un crecimiento anual esperado. Los gastos por depreciación se mantienen constantes a lo largo de los años, lo que indica una estabilidad en este rubro. Por otro lado, los gastos por impuestos y publicidad presentan variaciones significativas, con un incremento notable en los años posteriores.

En términos generales, los gastos operativos totales muestran un aumento progresivo de 38.586.680 pesos en 2024 a 63.983.272 pesos en 2028. Esto refleja un crecimiento en los costos operativos del proyecto a medida que avanza en el tiempo. Por otro lado, los gastos financieros disminuyen de 5.682.938 pesos en 2024 a 0 pesos en los años siguientes, lo que sugiere una optimización en este aspecto.

### **Gastos de personal Administrativo**

Los gastos administrativos son una parte fundamental en el funcionamiento de cualquier empresa, y "Una Más" no es la excepción. Los salarios de los empleados, como el gerente, vendedor, bodeguero y secretaria, son una inversión crucial para el éxito de la empresa. Estos gastos no solo garantizan la satisfacción de las necesidades laborales de los empleados, sino que también impactan directamente en la productividad y el rendimiento de la empresa. En "Una

Más", los salarios están programados para aumentar anualmente en un 6% para reflejar el crecimiento y el desarrollo de los empleados. Este aumento garantiza que los empleados estén motivados y comprometidos con la misión y objetivos de la empresa, lo que a su vez contribuye a la mejora continua de la calidad de los productos y servicios ofrecidos a los clientes.

**Tabla 13**

*Salarios Personal Administrativo*

SALARIOS		2024	2025	2026	2027	2028
<b>FACTOR INCREMENTO SALARIOS</b>	<b>Valor mes</b>	6,00%	6,00%	6,00%	6,00%	6,00%
<b>Gerente</b>	4.500.000	54.000.000	57.240.000	60.674.400	64.314.864	68.173.756
<b>Vendedor</b>	4.000.000	48.000.000	50.880.000	53.932.800	57.168.768	60.598.894
<b>Bodeguero</b>	2.500.000	30.000.000	31.800.000	33.708.000	35.730.480	37.874.309
<b>Secretaria</b>	1.800.000	21.600.000	22.896.000	24.269.760	25.725.946	27.269.502
		0	0	0	0	0
<b>TOTAL NOMINA</b>		<b>153.600.000</b>	<b>162.816.000</b>	<b>172.584.960</b>	<b>182.940.058</b>	<b>193.916.461</b>

**Nota.** Proyección de salarios con prestaciones incluidas para el funcionamiento del plan de empresa.

Los salarios son el gasto administrativo más significativo en "Una Más". Los empleados clave, como el gerente, vendedor, bodeguero y secretaria, tienen salarios que aumentan anualmente en un 6%. Este aumento garantiza que los empleados estén motivados y comprometidos con la misión y objetivos de la empresa.

A lo largo de los años, los salarios han aumentado significativamente, lo que refleja el crecimiento y el desarrollo de los empleados. El gasto en salarios ha aumentado un 6% anualmente, lo que es un indicador positivo de la salud financiera de la empresa. Aunque los salarios han aumentado significativamente, hay oportunidades para mejorar la eficiencia en el

gasto administrativo. Por ejemplo, se podría considerar la implementación de programas de capacitación y desarrollo para mejorar la productividad y el rendimiento de los empleados, lo que podría reducir el gasto en salarios en el futuro.

## Ingresos

El análisis de los ingresos del proyecto muestra una proyección detallada de los ingresos operativos y financieros a lo largo de los próximos cinco años.

**Tabla 14**

### *Ingresos Proyectados*

<b>INGRESOS</b>					
	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Bebidas Super Premiun \$910.000 y \$3.390.000	462.800.000	559.988.000	677.585.480	819.878.431	992.052.901
Bebidas premiun \$324.000 a \$810,000	270.000.000	326.700.000	395.307.000	478.321.470	578.768.979
Bebidas entre \$155.000 y \$301.000	98.100.000	118.701.000	143.628.210	173.790.134	210.286.062
Bebidas entres \$6.000 y \$60.000	72.500.000	87.725.000	106.147.250	128.438.173	155.410.189
Gaseosas	30.400.000	36.784.000	44.508.640	53.855.454	65.165.100
Jugos y refrescos	32.500.000	39.325.000	47.583.250	57.575.733	69.666.636
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>933.800.000</b>	<b>1.129.898.000</b>	<b>1.367.176.580</b>	<b>1.654.283.662</b>	<b>2.001.683.231</b>
Ingresos financieros	0	136.188.221	270.568.941	485.096.479	821.177.016
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>933.800.000</b>	<b>1.266.086.221</b>	<b>1.637.745.521</b>	<b>2.139.380.141</b>	<b>2.822.860.247</b>
<b>Análisis vertical año 1</b>					
Bebidas Super Premiun \$910.000 y \$3.390.000	50%				
Bebidas premiun \$324.000 a \$810,000	29%				
Bebidas entre \$155.000 y \$301.000	11%	Distribución porcentual de los ingresos respecto al total			
Bebidas entres \$6.000 y \$60.000	8%				
Gaseosas	3%				
<b>Análisis horizontal ingresos</b>					
	2024				
	2025	21%			
	2026	21%	Crecimiento anual		
	2027	21%			
	2028	21%			

**Nota.** Se muestra la distribución de los ingresos en el tiempo

Se observa que los ingresos operativos totales aumentan de 933.800.000 pesos en 2024 a 2.001.683.231 pesos en 2028, reflejando un crecimiento sostenido en la facturación del negocio. Por otro lado, los ingresos financieros también presentan un incremento significativo, pasando de 0 pesos en 2024 a 821.177.016 pesos en 2028, lo que indica una mejora en la rentabilidad y la gestión de inversiones.

En cuanto al análisis vertical del año 1, se destaca que la mayor parte de los ingresos provienen de las bebidas Super Premium, representando el 50% del total, seguido de las bebidas Premium con un 29%, las bebidas de rango medio con un 11%, las bebidas de menor precio con un 8%, y finalmente las gaseosas y jugos con un 3% cada una. Esto muestra una diversificación en las fuentes de ingresos, con un enfoque en las bebidas de mayor valor.

En el análisis horizontal de los ingresos, se observa un crecimiento anual del 21% a lo largo de los años 2025, 2026, 2027 y 2028. Este crecimiento constante refleja una proyección optimista en la expansión y consolidación del negocio, indicando un aumento significativo en la facturación y la rentabilidad a lo largo del tiempo.

### **Plan de Amortización**

Bancolombia ofrece a "Una Más" un préstamo por un valor de 25.651.680 pesos, con un plazo de 24 meses y una tasa de interés del 2,276%. Con estas condiciones, la cuota mensual a pagar sería de 1.398.963 pesos. Este crédito proporciona a la empresa la liquidez necesaria para cubrir sus necesidades financieras y apoyar su crecimiento y desarrollo a corto y mediano plazo. Con la confianza y respaldo de Bancolombia, "Una Más" podrá fortalecer su posición en el mercado y alcanzar sus objetivos comerciales de manera sólida y sostenible.

**Tabla 15***Plan de Amortización del préstamo*

<b>PLAN DE AMORTIZACIÓN</b>				
-				
<b>VALOR PRESTAMO</b>	<b>25.651.680</b>			
<b>PLAZO</b>	<b>24</b>			
<b>TASA</b>	<b>2,276%</b>			
<b>CUOTA MES</b>	<b>1.398.963</b>			
<b>CUOTA</b>	<b>INICIAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
1	25.651.680	583.764	815.199	24.836.481
2	24.836.481	565.212	833.751	24.002.730
3	24.002.730	546.238	852.725	23.150.005
4	23.150.005	526.833	872.131	22.277.874
5	22.277.874	506.985	891.978	21.385.896
6	21.385.896	486.686	912.277	20.473.619
7	20.473.619	465.925	933.038	19.540.580
8	19.540.580	444.692	954.272	18.586.309
9	18.586.309	422.975	975.988	17.610.320
10	17.610.320	400.764	998.199	16.612.121
11	16.612.121	378.048	1.020.916	15.591.206
12	15.591.206	354.814	1.044.149	14.547.057
13	14.547.057	331.052	1.067.911	13.479.146
14	13.479.146	306.750	1.092.214	12.386.932
15	12.386.932	281.894	1.117.070	11.269.862
16	11.269.862	256.472	1.142.491	10.127.371
17	10.127.371	230.472	1.168.491	8.958.879
18	8.958.879	203.880	1.195.083	7.763.796
19	7.763.796	176.683	1.222.280	6.541.516
20	6.541.516	148.868	1.250.096	5.291.420
21	5.291.420	120.419	1.278.545	4.012.876
22	4.012.876	91.322	1.307.641	2.705.235
23	2.705.235	61.564	1.337.399	1.367.835
24	1.367.835	31.128	1.367.835	

**Nota.** Elaboración del plan de pagos de un crédito con Bancolombia

**Flujo de caja**

El flujo de caja es un elemento fundamental en la planificación financiera de "Una Más", ya que permite proyectar y controlar de manera detallada los ingresos y egresos de efectivo a lo

largo del tiempo. Mediante un análisis exhaustivo de las entradas y salidas de dinero, hemos diseñado un flujo de caja que nos brinda visibilidad sobre la liquidez de la empresa y nos ayuda a tomar decisiones informadas. Por un lado, hemos identificado las principales fuentes de ingresos, como las ventas de bebidas en sus diferentes categorías, así como los ingresos financieros provenientes de inversiones y financiamiento. Por otro lado, hemos presupuestado cuidadosamente los gastos operativos, incluyendo costos de personal, alquileres, publicidad, impuestos y otros desembolsos. Al comparar estos flujos de entrada y salida de efectivo, obtenemos el saldo o flujo neto, que nos indica la capacidad de "Una Más" para cubrir sus obligaciones y financiar su crecimiento. Este análisis detallado del flujo de caja es fundamental para asegurar la sostenibilidad financiera del negocio y aprovechar oportunidades de inversión y expansión en el futuro.

**Tabla 16**

*Flujo de Caja*

<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>						
<b>Concepto</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	
Ventas	933.800.000	1.129.898.000	1.367.176.580	1.654.283.662	2.001.683.231	
Costos	798.770.000	883.823.850	1.013.473.897	1.162.852.568	1.334.999.445	
Gastos operativos	38.586.680	50.078.975	53.798.710	58.546.968	63.983.272	
<b>Utilidad operativa</b>	<b>96.443.320</b>	<b>195.995.175</b>	<b>299.903.974</b>	<b>432.884.125</b>	<b>602.700.514</b>	
Impuesto de renta operativo	31.826.296	64.678.408	98.968.311	142.851.761	198.891.169	
Beneficio fiscal financiero	-1.875.369	44.202.746	89.287.751	160.081.838	270.988.415	
<b>Flujo de caja bruto operativo</b>	<b>73.389.727</b>	<b>94.011.354</b>	<b>118.545.245</b>	<b>135.864.526</b>	<b>138.734.929</b>	
	-235.651.680	73.389.727	94.011.354	118.545.245	135.864.526	138.734.929
<b>TIR DEL PROYECTO</b>	<b>33%</b>					
<b>VPN DEL PROYECTO</b>	<b>43.055.519</b>					
Servicio de la deuda	11.104.623	14.547.057	0	0	0	
Gastos financieros	5.682.938	2.240.505	0	0	0	
<b>Flujo de caja libre del inversionista</b>	<b>56.602.166</b>	<b>77.223.793</b>	<b>118.545.245</b>	<b>135.864.526</b>	<b>138.734.929</b>	
<b>TIR DEL INVERSIONISTA</b>	<b>34%</b>					
<b>VPN</b>	<b>18.127.758</b>					

**Nota.** Proyección del flujo de caja del proyecto

El análisis del flujo de caja del proyecto de la empresa muestra una proyección detallada de los ingresos, costos, gastos operativos, utilidad operativa, impuestos, beneficios fiscales, flujo de caja bruto operativo y otros aspectos financieros clave a lo largo de los próximos cinco años.

En cuanto a las ventas, se observa un crecimiento progresivo de 933.800.000 pesos en 2024 a 2.001.683.231 pesos en 2028, lo que refleja un aumento significativo en la facturación del negocio. Por otro lado, los costos y gastos operativos también muestran un incremento acorde con el crecimiento de las ventas, lo que resulta en una utilidad operativa creciente a lo largo de los años.

El análisis del flujo de caja bruto operativo revela la capacidad de la empresa para generar efectivo a partir de sus operaciones, con un saldo positivo en todos los años proyectados. Además, se destaca la importancia de considerar el impacto de los impuestos y los beneficios fiscales en la rentabilidad del proyecto.

En términos de financiamiento, se observa un servicio de la deuda y gastos financieros que se van reduciendo a lo largo de los años, lo que contribuye a mejorar la situación financiera de la empresa. El flujo de caja libre del inversionista muestra un saldo positivo en todos los años proyectados, lo que indica una rentabilidad atractiva para los inversionistas.

## Revisión de Riesgos

### Mapeo de riesgos

La identificación y gestión de riesgos es fundamental para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de "Una Más". Dentro de este análisis, los riesgos laborales cobran especial relevancia, dada la naturaleza del negocio y las actividades que involucran a nuestro equipo de trabajo.

Uno de los principales riesgos identificados es el relacionado con la seguridad y salud de nuestros colaboradores. La manipulación de productos, el uso de maquinaria y equipos, y la carga física asociada a las labores de almacenamiento y distribución, pueden exponer a nuestro personal a posibles accidentes o enfermedades laborales. Para mitigar estos riesgos, hemos implementado un riguroso programa de salud y seguridad en el trabajo, que incluye capacitaciones, dotación de equipos de protección personal, señalización adecuada y procedimientos de emergencia.

Adicionalmente, consideramos el riesgo de ausentismo y rotación del personal, que puede afectar la continuidad y eficiencia de nuestras operaciones. Para abordar este desafío, hemos diseñado políticas de recursos humanos enfocadas en el bienestar y desarrollo profesional de nuestros colaboradores, ofreciendo planes de capacitación, programas de incentivos y beneficios, y un ambiente laboral seguro y motivador.

Otro aspecto relevante es la prevención del acoso laboral y la discriminación. Hemos adoptado un Reglamento Interno de Trabajo que establece protocolos claros para la identificación, atención y sanción de cualquier conducta que atente contra la dignidad y los derechos de nuestro equipo. Además, hemos designado canales de denuncia confidenciales y mecanismos de resolución de conflictos.

Al abordar de manera proactiva estos riesgos laborales, "Una Más" demuestra su compromiso con el bienestar y la seguridad de sus colaboradores, lo que se traduce en un mejor desempeño, mayor productividad y una cultura organizacional sólida y sostenible.

## Conclusiones

Tras un análisis exhaustivo y una evaluación metódica de los diversos aspectos contemplados en el plan de empresa de la distribuidora de bebidas "Una Más", se desprenden conclusiones de vital importancia.

Se cuenta con una estructura organizativa sólida, un plan de marketing efectivo y un equipo de empleados comprometidos, "Una Más" está bien proyectada para alcanzar sus objetivos y crecer de manera sostenible. "Una Más" demuestra su capacidad para adaptarse a los cambios en el mercado y mejorar constantemente sus productos y servicios. Esto se refleja en el aumento significativo de los ingresos y la expansión de la empresa en el mercado.

Teniendo en cuenta los indicadores financieros clave, como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), las conclusiones del plan de empresa de la distribuidora de bebidas "Una Más" adquieren aún mayor relevancia. Los análisis de los flujos de efectivo proyectados para el plan de negocio de "Una Más", se puede concluir que el proyecto presenta una viabilidad económica sólida y una rentabilidad atractiva para los inversionistas. El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto asciende a 43.055.519 pesos, lo que indica que el proyecto generará valor por encima de la rentabilidad mínima requerida. Adicionalmente, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto se sitúa en un destacado 33%, superando con creces el costo de capital requerido. Este indicador augura un retorno favorable para los inversionistas que decidan apostar por el proyecto de "Una Más".

El análisis exhaustivo de los flujos de efectivo es fundamental para la toma de decisiones empresariales, ya que establece de dónde provienen los recursos y en qué se utilizaron. Los flujos de efectivo constituyen la base principal para determinar la liquidez, crecimiento y permanencia de la empresa en un entorno competitivo.

Para concluir, es un proyecto viable desde el punto de vista del mercado y financieramente, desde lo personal ha sido un reto significativo que ha requerido un esfuerzo constante y una dedicación inquebrantable. Ha sido muy satisfactorio ver cómo "Una Más" se proyecta con fuerza desde la idea hasta poder ser una empresa robusta con buen futuro y muy prometedor. Este proceso nos ha permitido pensar como empresarios, adoptando una visión estratégica y un enfoque proactivo para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado. El éxito alcanzado hasta ahora nos motiva a seguir innovando y creciendo, reafirmando nuestro compromiso con la excelencia y la satisfacción de nuestros clientes.

## Recomendaciones

Con base en las conclusiones extraídas del análisis del plan de empresa de la distribuidora de bebidas "Una Más", se desprenden recomendaciones clave para potenciar su éxito y sostenibilidad a largo plazo:

**Innovación Continua:** Se recomienda fomentar una cultura de innovación constante, explorando nuevas tecnologías y tendencias del mercado para mantenerse a la vanguardia y diferenciarse de la competencia.

**Gestión Proactiva de Riesgos:** Es fundamental fortalecer los mecanismos de gestión de riesgos, especialmente en lo referente a los riesgos laborales, para garantizar la seguridad y el bienestar de los colaboradores y la continuidad operativa.

**Optimización de Costos:** Se sugiere una revisión detallada de los costos operativos y financieros, identificando oportunidades de eficiencia y reducción de gastos para mejorar la rentabilidad y la competitividad.

**Enfoque en la Experiencia del Cliente:** Priorizar la satisfacción del cliente a través de un servicio excepcional, productos de calidad y una comunicación efectiva, para fidelizar a la clientela y generar recomendaciones positivas.

**Desarrollo del Talento:** Invertir en el desarrollo y capacitación del talento humano, promoviendo un ambiente laboral motivador, inclusivo y de crecimiento profesional, para potenciar el compromiso y la productividad del equipo.

**Diversificación de Productos:** Explorar la posibilidad de ampliar la gama de productos ofrecidos, adaptándose a las preferencias del mercado y diversificando las fuentes de ingresos para reducir la dependencia de un solo segmento.

**Seguimiento de Indicadores Clave:** Establecer un sistema de seguimiento y monitoreo de indicadores financieros y operativos, como el VAN, la TIR y otros KPI relevantes, para evaluar el desempeño del negocio y tomar decisiones informadas.

Al implementar estas recomendaciones de manera estratégica y proactiva, "Una Más" estará mejor preparada para enfrentar los desafíos del mercado, capitalizar las oportunidades de crecimiento y consolidarse como un referente en la industria de la distribución de bebidas.

## Referencias

- Cabrera Ortega, L. M. (2018). Plan de empresa para una productora de jugos de fruta natural en la ciudad de Bogotá. *Journal Universidad de La Salle*, 15.
- Camara de comercio de Apartadó. (2023). *Informe Anual de Consumo de Bebidas en Apartadó*.
- Cámara de Comercio de Urabá. (2023). *Informe sobre la situación comercial en Urabá*.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2009). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson education.
- Fernández, A., & Pérez, J. (2021). Análisis del Mercado de Bebidas No Alcohólicas en la Ciudad de Barranquilla. . *Universidad del Norte*, 9.
- Flora, M. (Diciembre de 2023). *Market Viability*. <https://www.shipbob.com/blog/product-market-viability/>
- Fullerton, R. A. (1988). How modern is modern marketing? Marketing's evolution and the myth of the "Production Era". *Journal of marketing*, 52, 108-125.
- Garcia, L. (2020). Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Distribución de Bebidas Funcionales. *Univeridad ICESI*, 15.
- Gómez, A. &. (2022). Oportunidades en la Comercialización de Bebidas en Apartadó. *Revista de economia local* , 2(8), 45-58.
- Hernández, M., & Rodríguez, D. (2022). Plan de Negocio para la Creación de la Comercializadora de Bebidas "Sabor Tropical". . *Universidad de Cartagena.*, 51.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Koshy, A. &. (2013). *Marketing management: a South Asian perspectives*. Pearson.
- Martínez, J., & & González, R. (2019). Plan de negocio: Comercializadora de Jugos en el área de Medellín. *Universidad EAFIT*, 34-35.
- Ramírez, C., & & Torres, S. (2020). estudio de Prefactibilidad para la Creación de una Fábrica de Bebidas Artesanales en el Municipio de Envigado. *Universidad de Antioquia*, 42.
- Syed, J., Murray, P. A., Hislop, D., & & Mouzoughi, Y. (. (2018). *he Palgrave handbook of knowledge management* . Palgrave Macmillan.
- Shane, S. (2020). *The Individual-Opportunity Nexus Approach to Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Anderson, A. R., Park, J., & Jack, S. (2019). Entrepreneurial social capital: The role of networks in the entrepreneurial ecosystem. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10), 1-19.
- Castro, J., & Fernández, L. (2021). El valor percibido en el comportamiento del consumidor latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Marketing*, 15(2), 45-59.
- Gutiérrez, A., & Ríos, M. (2019). Marketing relacional en América Latina: Estrategias y prácticas. Editorial Universitaria.
- López, P., & Méndez, R. (2020). Transformación digital y marketing en América Latina. *Revista Iberoamericana de Marketing Digital*, 12(1), 30-44.
- Martínez, S., & Pérez, C. (2020). Comportamiento del consumidor en mercados emergentes: Un enfoque latinoamericano. Universidad de los Andes.

Rodríguez, L., & Silva, E. (2022). *Innovación en marketing: Claves para el éxito en América Latina*. Editorial Innovación Empresarial.

## Anexos