

Plan de negocios



Primera edición: noviembre 2019

© Ediciones Grupo Compás 2019

ISBN: 978-9942-33-237-0

Diseño de portada y diagramación: Grupo Compás

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa de la editorial.

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Guayaquil-Ecuador 2019

Plan de negocios

Autores

CARRERA ENDARA CARLOS FERNANDO ATAHUALPA
VACA ZARATE ANGEL GILBERTO
RODAS IDROBO ROSA AMADA

Plan de negocios
Autor.

CARRERA ENDARA CARLOS FERNANDO ATAHUALPA
VACA ZARATE ANGEL GILBERTO
RODAS IDROBO ROSA AMADA

Experiencia académica:

Docentes del Instituto Tecnológico Superior
Corporativo Edwards Deming.

Esta guía fue elaborada en el contexto de desarrollo de la educación por el Instituto Tecnológico Corporativo Edwards Deming, sus contenidos son una estructura básica para lograr un proceso de aprendizaje ideal.

El documento mantiene una revisión de doble par ciego lo que permite considerarse como una obra que contribuye con la formación profesional, consiguiendo el aval de universidades en América como la Universidad de Oriente y UO University.

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I.....	6
EL PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)	6
QUE ES UN EMPRENDEDOR.	6
Que es Emprender.	6
¿Cómo son los emprendedores?.....	6
Habilidades Esenciales de un Emprendedor	8
Tipos de Emprendedores	8
La Creatividad.....	9
El Proceso de la Creatividad.....	9
Tipos de Creatividad	10
Características de las Personas Creativas	10
EL TRABAJO EN EQUIPO.....	11
Características de los Equipos Efectivos	11
Ventajas y desventajas del trabajo en equipo.	12
ESQUEMA DE PLAN DE NEGOCIOS.....	12
CAPÍTULO II.....	13
LA AVENTURA DE LAS IDEAS Y LA PROPUESTA	13
PROCESO DE LAS IDEAS	14
Ejemplo Twentyn	16
Volkswagen crea empresa conjunta con Aeris, líder en internet de las cosas.	16
Ejemplo iRobot.....	17
Economía Naranja	17
Tecnocreativos - Ingenios.....	19
Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)	23
Camino hacia la creación	23
MODELO DE NEGOCIO	24
Oportunidad de Negocio.....	24
Ayuda Externa	25
Protocolo de la creación.....	25
Proceso para constituir una empresa	25
Ejemplo práctico	30
MISIÓN DE LA EMPRESA.....	31
VISIÓN DE LA EMPRESA.....	31
Objetivos de la empresa	32
ORGANIGRAMA	33
Ventaja competitiva	34
CAPÍTULO 4.....	35
ESTUDIO DEL MERCADO	35

Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO)	35
Estudio de Mercado.....	36
Investigación de mercado	37
Encuesta de mercado	39
Aplicación y resultados de la encuesta.....	39
Tamaño del mercado.....	41
Consumo aparente.....	41
Demanda Potencial.....	42
Participación de la competencia en el mercado.....	42
Estrategias de mercado	44
Estrategias del Marketing Mix.....	44
Producto o Servicio	45
Estrategia de Precios.....	46
Estrategia de Distribución y puntos de venta	47
Comunicación y Promoción	48
Fijación y políticas de Precios.....	48
Mercado Digital.....	50
CAPÍTULO 5.....	51
ORGANIZACIÓN	51
Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO)	51
Organización	52
Estructura organizacional	53
Funciones específicas por puesto.....	54
Administración de sueldos y salarios	55
Marco legal de la organización	55
CAPÍTULO 6.....	57
CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	57
Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO)	57
Contexto de la Organización,	58
Ubicación de la empresa	59
Diseño y distribución de la planta y oficinas.....	60
Descripción del proceso.....	61
CAPÍTULO 7.....	63
CONTABILIDAD Y FINANZAS	63
Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO)	63
Sistema Contable	64
Conocimiento básico contable que debe conocer un emprendedor	65
Cuentas.....	65
Ecuación Patrimonial	65
Libros Contables	66

Libros Diarios.....	67
Libros Mayor	67
Libro Mayor Auxiliar De Caja Chica.....	67
Conciliación Bancaria	67
Tarjeta De Control De Inventarios	68
Balance de Comprobación	69
Balance General	70
Flujo de Caja.....	70
Supuestos utilizados en las proyecciones financieras	70
Análisis de la viabilidad del proyecto.....	71
Punto de equilibrio	71
VAN (Valor Actual Neto)	71
TIR (Tasa Interna de Retorno)	72
Programa Contables computarizado.	73
CAPÍTULO 8.....	74
PLAN DE TRABAJO	74
ESQUEMA DE PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO).....	74
Plan de Trabajo.....	75
Mercadeo	76
Producción.....	76
Organización	78
Aspectos legales de implantación y operación	79
Finanzas	79
Integración de actividades.....	80
Referencias bibliográficas	84

INTRODUCCIÓN

Según (Ferreira, 2018), en su página web Oberlo dice:

EL PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) es la acción de crear un negocio o negocios, al mismo tiempo que lo construyes y escalas para generar ganancias.“... el PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO), es un poco limitante. La definición más moderna de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) también involucra el transformar al mundo resolviendo grandes problemas, como iniciar un cambio social, crear un producto innovador o presentar una nueva solución que le cambie la vida a un grupo de personas. La definición de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) es lo que las personas hacen para tomar sus carreras y sueños en sus propias manos, y así guiar el rumbo de su vida bajo sus propias elecciones. Se trata de construir una vida bajo tus propios términos. Sin jefes. Sin horarios restrictivos. Y nadie te detiene.

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) se puede ver como un camino individual de innovar y madurar una empresa; partiendo de este concepto se aplica el PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) como una actividad que puede desarrollarse en el interior de una empresa ya concebida, y generar así el PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) corporativo.

Tal PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) corporativo se maneja desde hace aproximadamente unos 20 años, y reside en la creación de nuevas ideas y oportunidades de negocio dentro de corporaciones grandes y establecidas; esto con el fin de lograr la transformación de la empresa, sobre la base del personal, junto con la creación de marcos de procedimientos que promuevan el PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) en toda la empresa y a todo nivel.

El tema principal va ser el PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO), para ser aplicado como una iniciativa para desarrollar empresas o dentro de las empresas ya creadas, como una herramienta de creación de nuevos negocios y procedimientos, basado en los componentes básicos de la actividad emprendedora, que son la dirección, el espacio, las fronteras y el apoyo.

CAPÍTULO I

EL PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO) QUE ES UN EMPRENDEDOR.

Según (RIAF, 2015) dice:

El término emprendedor se proviene de la palabra entrepreneur que a su vez, se origina del verbo francés entreprendre que

significa “encargarse de” hacer que funcione una organización contando con habilidades esenciales para poder desarrollar el crecimiento y el éxito de la organización en cualquier sector: privada, pública y social.



Fuente: buenosnegocios.com

Que es Emprender.

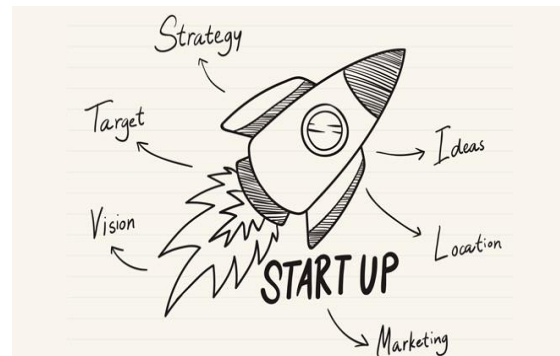
Según (RIAF, 2015) dice:

Emprender es tener la iniciativa de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir, crear una empresa y llevar a

cabo la producción del bien

o prestación del servicio, sin

que esto quede en una mera intención.



Fuente: ceupe.com/blog

¿Cómo son los emprendedores?

Un emprendedor es un ser humano con actitudes positivas para tomar decisiones, creativos, perseverante con la necesidad de sacarle el máximo provecho a sus ideas accionándola para convertirla en realidad a beneficio de su organización. Son aquellos individuos con la voluntad o la capacidad de enfrentar la incertidumbre. Ellos poseen

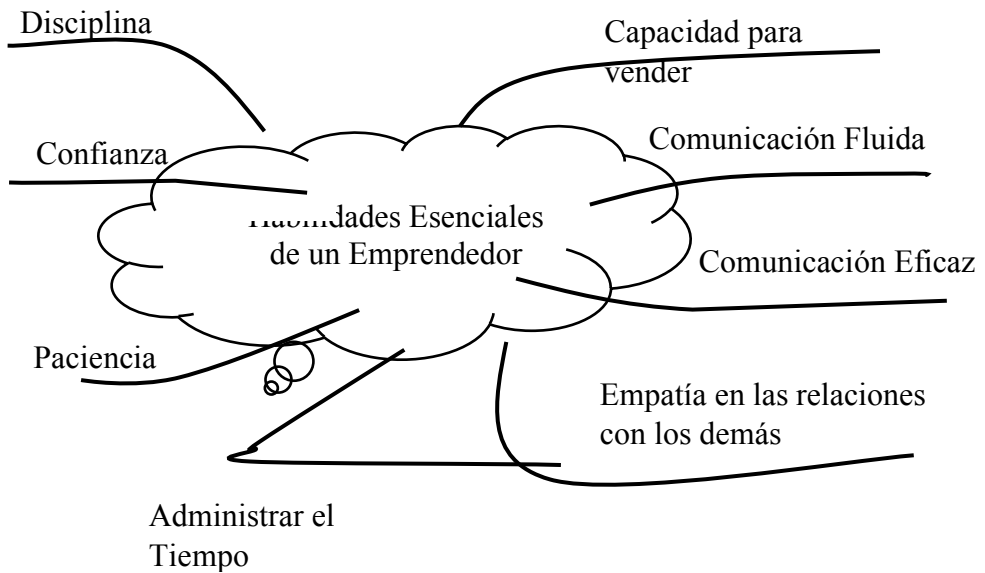
también tres necesidades básicas psicológicas: Necesidad del logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder. Es la primera la que determina sus actitudes y aptitudes. Existen características particulares que los distinguen de otras personas.

Cuadro N° 1 Características de Emprendedores

1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de logro • Necesidad de reconocimiento • Necesidad de desarrollo personal • Percepción del beneficio económico • Baja necesidad de poder y estatus • Necesidad de independencia • Necesidad de afiliación o ayuda a los demás • Necesidad de escape, refugio o subsistencia
2. Características personales	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa personal • Capacidad de decisión • Aceptación de riesgos moderados • Orientación hacia la oportunidad • Estabilidad emocional/autocontrol • Orientación hacia metas específicas • Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos) • Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre • Es receptivo en sus relaciones sociales • Posee sentido de urgencia/tiempo valioso • Honestidad/integridad y confianza • Perseverancia/constancia • Responsabilidad personal • Es individualista • Es optimista
3. Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Trabajar con ahínco
4. Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> • Versatilidad/flexibilidad • Creatividad/imaginación/innovación • Búsqueda de la verdad e información • Planificación y seguimiento sistemático de resultados • Capacidad para analizar el ambiente (reflexión) • Visión comprensiva de los problemas • Capacidad para solucionar problemas • Planificación con límites de tiempo
5. Competencias generales	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Orientación al cliente • Capacidad para conseguir recursos • Gerente/administrador de recursos • Patrón de factores de producción • Exige eficiencia y calidad • Dirección y gestión de la empresa • Red de contacto • Comunicación

Fuente: (Rodríguez, 2011)

Habilidades Esenciales de un Emprendedor



Tipos de Emprendedores

Cuadro N° 2 Tipos de Emprendedores según (Content, 2017)



Emprendedores Sociales

- No busca dinero, ni fama. Solo se enfoca en resolver algún problema en su sociedad o comunidad mediante un sistema innovador



Emprendedor especialista

- Es una persona metódica y técnica. Se concentra en las ideas para un sector específico y busca generar impacto a nivel corporativo



Emprendedor multi-funcional

- Son personas que se enfocan en varios proyectos a la vez



Emprendedores por accidente

- Son los que se topan con una idea al azar y la identifican como una posibilidad real de negocios



Emprendedor oportunista

- El emprendedor que logra identificar la oportunidad y desarrolla una solución a un problema en específico



Emprendedor inversionista

- Es el que cuenta con los recursos y busca proyectos e ideas para poner dinero sobre ellas y lograr desarrollarlas.



Emprendedor innovador o visionario

- Es aquel que busca nuevas maneras de solucionar un problema que sean más accesibles y económicas para un sector de la población.

La Creatividad

Según (Bolaños, 2017), La creatividad es un proceso dinámico, es una fuerza viva y cambiante del ser humano; es decir, es el motor del desarrollo personal y ha sido la base del progreso de toda cultura.

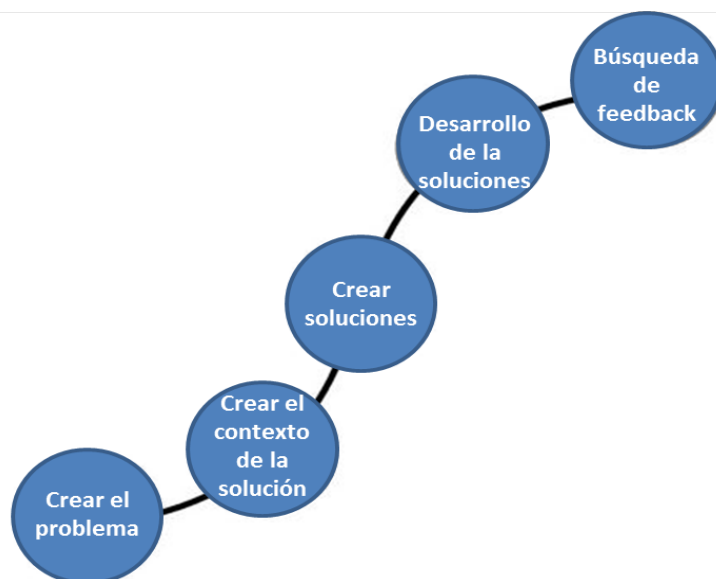


Fuente: eoi.es

La creatividad es un elemento indispensable de todo ser humano, para su evolución y desarrollo en una sociedad muy cambiante.

El Proceso de la Creatividad

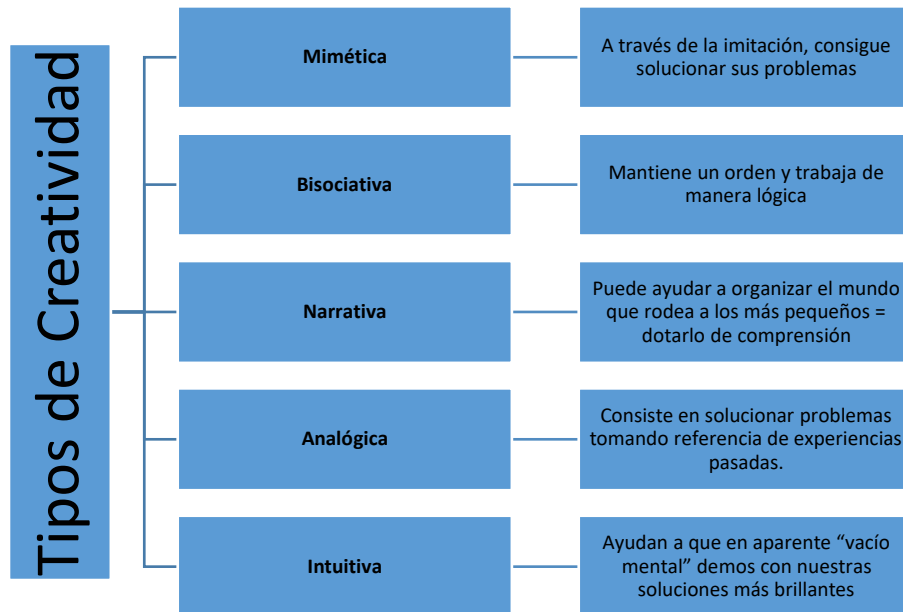
No existe un modelo o ciclo para la creatividad perfecto y riguroso, sin embargo a continuación se presenta una idea de inicio y fin de un proceso de Creatividad.



Fuente: creatividadeinnovacion.blogspot.com

Tipos de Creatividad

Según (Sanz, 2018), se pueden diferenciar muchos tipos de formas creativas, sin embargo se resaltan las siguientes:



Características de las Personas Creativas

Según (MarketingDirecto.com, 2018), existen 5 características claves de las personas emprendedoras.



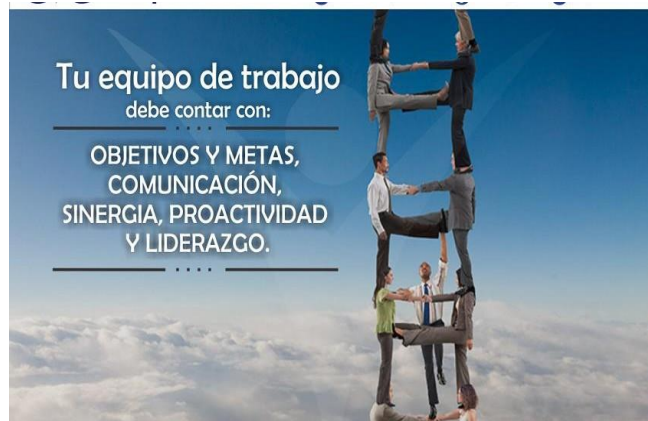
Fuente: marketingdirecto.com

EL TRABAJO EN EQUIPO

Existen múltiples motivos para no alcanzar éxito en un PLAN DE NEGOCIOS

(EMPRENDIMIENTO).

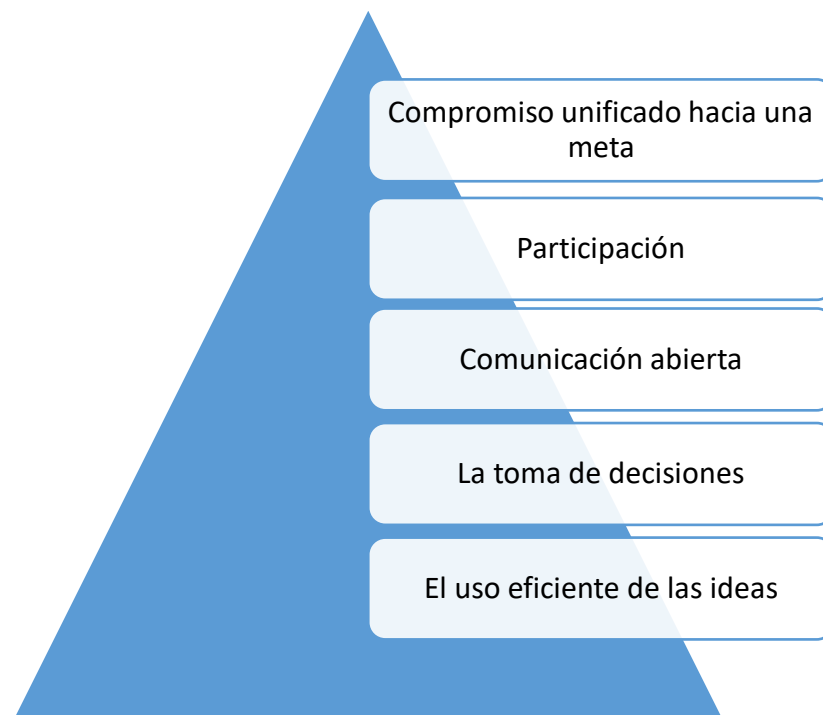
Se opina que uno de las principales causas pueda ser la



Fuente: centroemprendedor.com

falta de hábito en relación al trabajo en equipo, ya que este es capaz de romper barreras y de permitir que todo tipo de negocios, pueda alcanzar sus mejores niveles de rendimiento. Se necesita poseer una maquinaria bien ajustada para que los resultados puedan ser positivos y que así nadie se tenga que arrepentir. Pero en ocasiones resulta difícil saber por dónde empezar para comenzar a jugar en equipo.

Características de los Equipos Efectivos



Fuente: pyme.lavoztx.com

Ventajas y desventajas del trabajo en equipo.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> • Son relativamente simples de organizar • Se puede usar con grupos grandes • Despierta interés público y curiosidad • Puede usarse por diversos oradores • Requiere el uso de poco material 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación masiva de la audiencia • Difícil de contar con muchos charlistas • Difícil de medir el aprendizaje • Puede causar aburrimiento o deserción • La audiencia no tiene oportunidad de clarificar dudas • No hay buena retroalimentación • Peligro de caer en la desviación del tema

Fuente:pt.slideshare.net

ESQUEMA DE PLAN DE NEGOCIOS

A continuación, se presenta un esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO) paso a paso:

	<p>La aventura de las ideas Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos</p>
	<p>Camino hacia la Creación Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.</p>
	<p>El Protocolo de la Creación Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva</p>
	<p>Estudio del Mercado Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado</p>
	<p>Estrategias del mercado Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios</p>
	<p>Organización Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización</p>
	<p>Contexto de la Organización Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.</p>
	<p>Proceso de producción Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción</p>
	<p>Contabilidad y Finanza Objetivo del área de Finanza, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.</p>
	<p>Plan de Trabajo Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades</p>

CAPÍTULO II

LA AVENTURA DE LAS IDEAS Y LA PROPUESTA Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

	La aventura de las ideas Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos
	Camino hacia la Creación Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.
	El Protocolo de la Creación Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva
	Estudio del Mercado Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado
	Estrategias del mercado Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios
	Organización Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización
	Contexto de la Organización Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.
	Proceso de producción Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción
	Contabilidad y Finanza Objetivo del área de Finanza, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.
	Plan de Trabajo Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades

Como se dijo al final del capítulo anterior, el tema del PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO) se estará abordando bajo el modelo que proponemos a continuación. En este capítulo II se abordará el tema denominado: **La Aventura de las Ideas** A continuación, iniciaremos el abordaje de la Aventura de las Ideas.



La aventura de las ideas

Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos

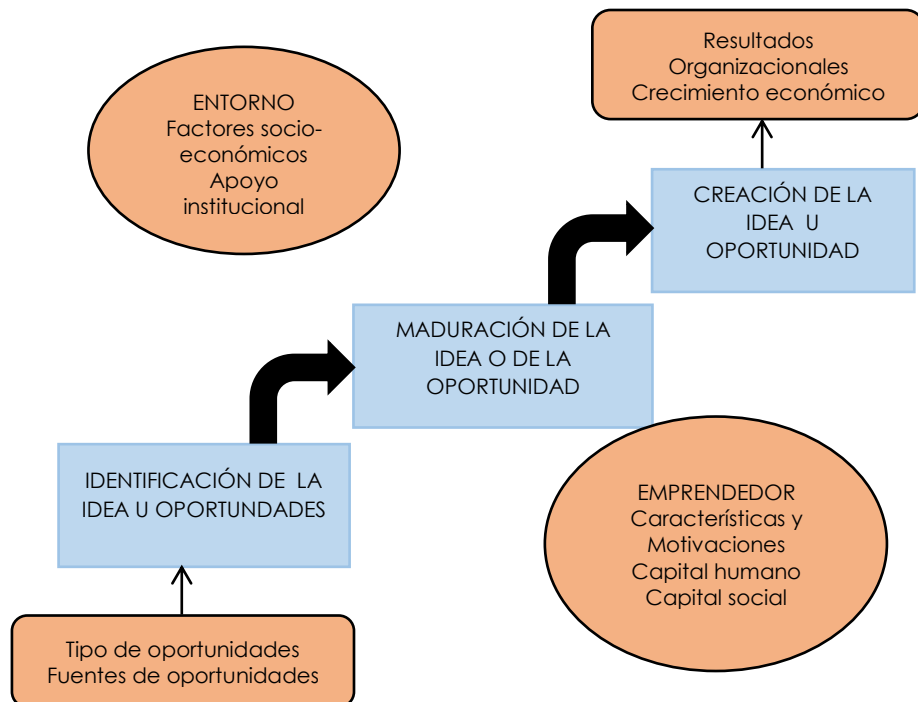
PROCESO DE LAS IDEAS

Según (Prim, 2015), El desarrollo de una idea consiste en convertir una abstracción imaginaria y creativa en un producto o proceso material susceptible de ser puesto en operación.

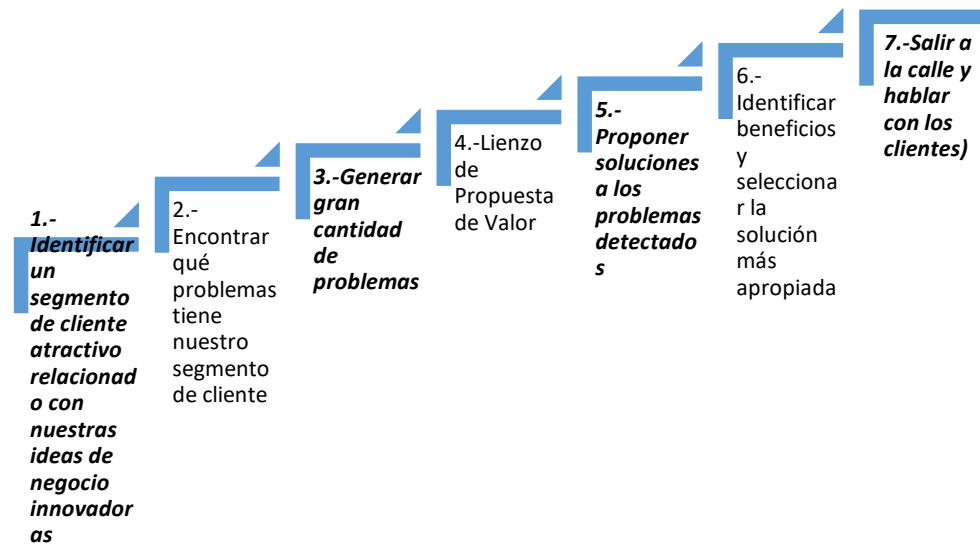


Es una fase analítica donde hay que estudiar todos los flecos de la idea y traducirlos a elementos tangibles; aquí podemos ver si son realizables o no, a qué coste y si estamos dispuestos a ello o nos compensa en estos momentos.

Cuadro N° 3 Proceso de desarrollo de la idea



7 pasos para generar ideas de negocio



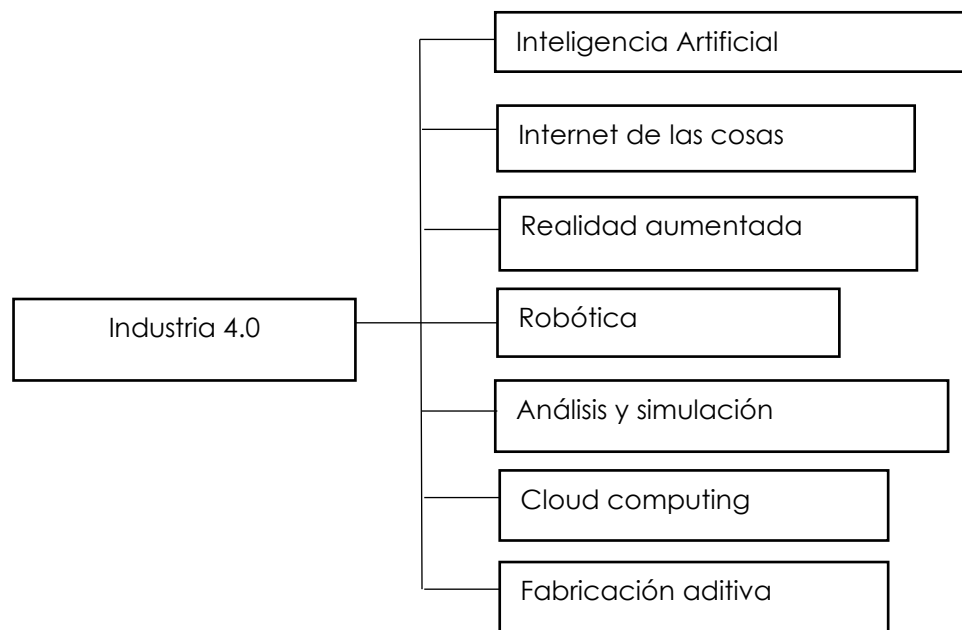
Fuente: Innokabi.com

Alternativas del desarrollo de la idea en el siglo XXI

Revolución de 4G




Para (Industria, 2018), La Industria 4.0, también llamada industria inteligente, se considera la cuarta revolución industrial y busca transformar a la empresa en una organización inteligente para conseguir los mejores resultados de negocio. Esta nueva etapa de la industria apuesta por una mayor automatización, conectividad y globalización.




Cuadro N° 4 Características de la Industria 4.0



Fuente: Industria 4.0

Cuadro N° 5 Industria 4.0

Industria 4.0 - Tipo	Característica
<p>Inteligencia Artificial</p>	<p>Es un área multidisciplinaria que combina ramas de la ciencia como la lógica, la computación y la filosofía que se encarga de diseñar y crear entidades artificiales que son capaces de resolver problemas o realizar tareas por sí mismos, utilizando algoritmos y paradigmas de comportamiento humano.</p> <p><u>Ejemplo Twentybn</u> <u>Desde Twentybn ofrece un asistente, basado en IA, preparado para interactuar en tiempo real con los consumidores en las tiendas.</u></p> 
<p>Internet de las Cosas</p>	<p>Es un sistema de dispositivos de computación interrelacionados, máquinas mecánicas y digitales, objetos, animales o personas que tienen identificadores únicos y la capacidad de transferir datos a través de una red, sin requerir de interacciones humano a humano o humano a computadora.</p> <p><u>Volkswagen crea empresa conjunta con Aeris, líder en internet de las cosas.</u></p>
<p>Realidad Aumentada</p>	<p>Nos permite añadir capas de información visual sobre el mundo real que nos rodea, utilizando la tecnología, dispositivos como pueden ser nuestros propios teléfonos móviles. Esto nos ayuda a generar experiencias que aportan un conocimiento relevante sobre nuestro entorno, y además recibimos esa información en tiempo real.</p> 
<p>Robótica</p>	<p>“Manipulador multifuncional, controlado automáticamente, reprogramable en tres o</p> 

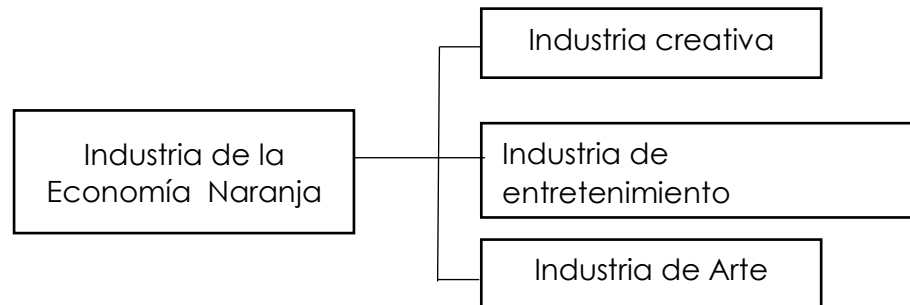
	<p>más ejes, que puede estar fijo o móvil para uso en aplicaciones de automatización industrial".</p> <p>Ejemplo iRobot Fundada en 1990 por tres graduados del MIT, esta empresa se centra en construir robots para la exploración espacial y la defensa militar</p>
Análisis y simulación	<p>Se refiere a un conjunto de métodos y aplicaciones que buscan imitar el comportamiento de sistemas reales, generalmente en una computadora y con un Software apropiado.</p> 
Cloud computing	<p>Es ofrecer servicios a través de la conectividad y gran escala de Internet. La computación en la nube democratiza el acceso a recursos de software de nivel internacional, pues es una aplicación de software que atiende a diversos clientes.</p> 
Fabricación aditiva	<p>Es un nuevo concepto de producción a través del cual el material (plástico o metal) es depositado capa a capa de manera controlada allí donde es necesario. Con esta técnica, que comúnmente se conoce como impresión 3d.</p>  <p><small>Las innovadoras propuestas de ZER Collection han sido reconocidas con numerosas premios del sector de la moda.</small></p>

Economía Naranja

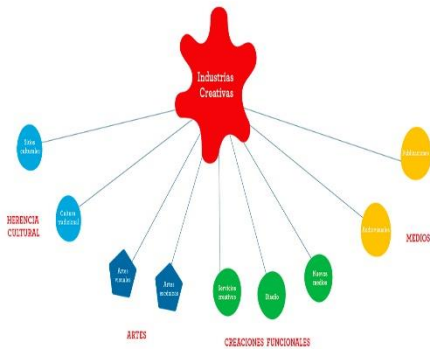

Según (Cruz, 2018), dice: Es el conjunto de actividades que permite que las ciudades se llenen de bienes y servicios


culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

Cuadro N° 6 Clasificación de la Industria de la Economía naranja



Cuadro N° 7 Industria de la Economía Naranja

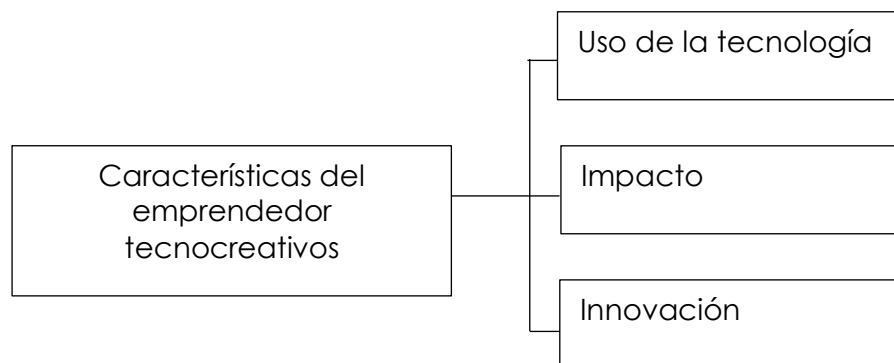
Industria Naranja- Tipo	Característica
Industria Creativa	<p>Conjunto productivo muy amplio, que incluye los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, haciendo uso de numerosos tipos de investigación y desarrollo de software.</p> 
Industria del Entretenimiento	<p>“El conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de bienes y servicios</p> 

	<p>con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social". Según algunos autores, el negocio del entretenimiento integra: cine, televisión, música, radios, parques temáticos, deportes, revistas y libros.</p>
<p>Industria del Arte</p>	<p>Es, "Las industrias culturales y creativas forman un sector rico y variado con un potencial enorme, que ya hoy representa un segmento tremendamente importante de la economía", y que además "se refuerza a medida que nos adentramos en la era digital".</p> 

Tecnocreativos - Ingenios

Estos son según (tecnología, 2018) Los PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO) s tecnocreativos son compañías emergentes que usan la creatividad y enfatizan la aplicación de las nuevas tecnologías en sus productos o servicios.

Cuadro N° 8 Características del emprendedor tecnocreativos



Fuente: aliados_o_enemigos_es.

A continuación, se presentan una serie de preguntas generadoras que te orientaran y ayudaran a iniciar tu PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

Para emprender con éxito le recomendamos seguir los siguientes pasos:

1. Responda las siguientes preguntas para identificar sus gustos y preferencias.

- * Qué me gusta hacer?
- * Qué sé hacer?
- * Cuáles son mis estudios o capacitaciones?
- * Qué habilidades tengo?
- * Qué experiencias tengo?
- * Qué planes tengo para el futuro?

2. Identifique con claridad lo que quiere hacer y las metas que desea alcanzar

3. Identifique barreras económicas, psicológicas, culturales, u otras para emprender

4. Realice un diagnóstico FODA de su vida personal

5. Realice una lluvia de ideas de su producto o servicio que usted cree que el cliente necesite y que justifique la formulación de un proyecto

Producto / Servicio	Por qué/ Para qué	Problemas o necesidades que satisface

6. Evalúe las ideas anteriores utilizando la puntuación del 1 al 5. Donde 5 es muy satisfactorio y 1 no es satisfactorio.

Ideas	Nivel de Innovación	Existe mercado potencial	Existe conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Total
1					
2					
3					
4					

7. Descripción de la idea seleccionada. A continuación, describa lo más explícitamente posible

- a) Por qué me interesa la idea de negocio?
- b) Qué barreras o problemas impiden cristalizar la idea/negocio?
- c) Que experiencia, conocimientos o fortalezas tengo?
- d) Poseemos contactos que permitan cristalizar la idea/negocio?
- e) Qué le motiva a emprender con este producto/servicio?
- f) Justifique la idea de negocio o proyecto. Qué necesidad satisface? Qué problema resuelve? Quienes serán los beneficiarios directos o indirectos?



La aventura de las ideas

Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos



Camino hacia la Creación

Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.



El Protocolo de la Creación

Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva



Estudio del Mercado

Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado



Estrategias del mercado

Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios



Organización

Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización



Contexto de la Organización

Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.



Proceso de producción

Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción



Contabilidad y Finanza

Objetivo del área de Finanza, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.



Plan de Trabajo

Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades

Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

En este capítulo III se abordará el tema denominado: **Camino hacia la Creación**. A continuación, iniciaremos el abordaje de la Aventura de las Ideas.

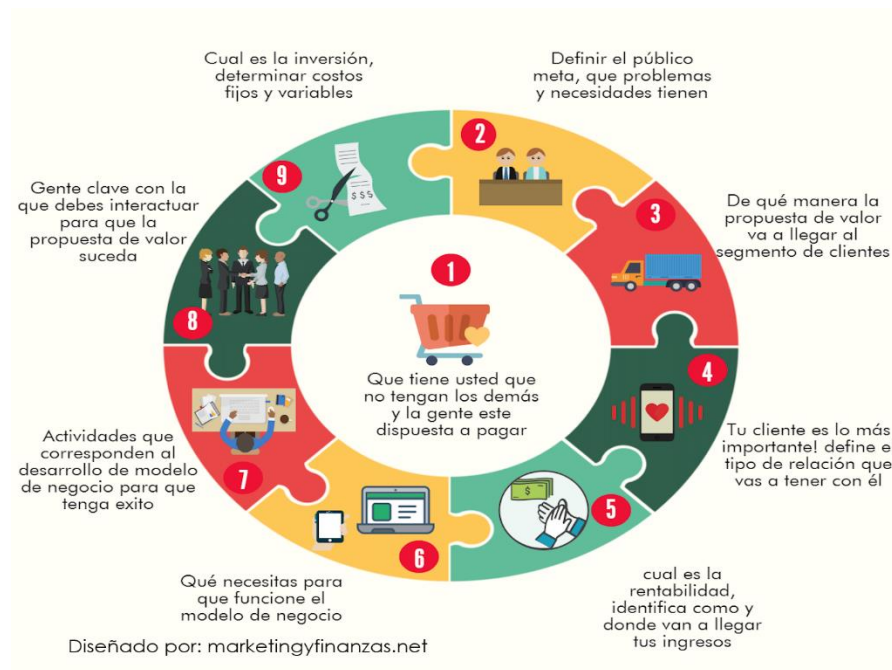
	<p>Camino hacia la Creación Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.</p>
	<p>El Protocolo de la Creación Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva</p>

Camino hacia la creación



Fuente: depositphotos.com

MODELO DE NEGOCIO



Fuente: marketingyfinanzas.net

El modelo le sirve al emprendedor como un mapa en el camino para construir un negocio exitoso. Describe la dirección que la compañía tomará, cuáles son sus metas, hacia dónde quiere ir y cómo llegará hasta ahí.

Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá, es importante generar un modelo de negocio con la finalidad de hacer realidad la idea.

A lo largo de esta guía encontrará un ejemplo de la empresa “Dulces y Sabores” para facilitar la visualización de cada punto que contiene este proyecto.

Oportunidad de Negocio

Lo más importantes es la información conocida por el emprendedor, el conocimiento y la experiencia previa influye

para reconocer la oportunidad del negocio para emprender.



Fuente: freepik.es

Ayuda Externa

Es necesario para el emprendedor conocer las fortalezas y debilidades de él, su empresa para buscar externamente asesoría en el área no dominada.

Tener una formación permanente asistiendo a congresos, talleres, jornadas,

entre otros, de esta manera, podrá estar siempre en la vanguardia en área de su PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO).



Fuenteasesoriaho.com

Protocolo de la creación

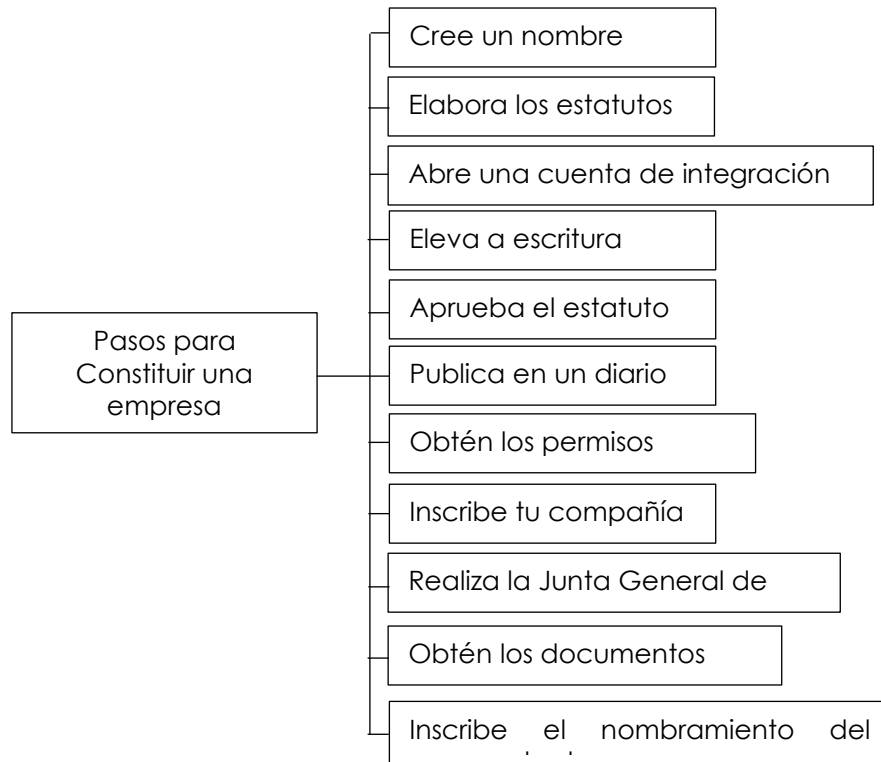


Fuente: isesinstituto.com

Proceso para constituir una empresa

Es un procedimiento a través del cual una persona o grupo de personas registran su empresa ante el Estado para que éste les ofrezca los beneficios de ser formales.

Cuadro N° 9 Pasos para Constituir una empresa



Cuadro N° 10 Pasos para Constituir una empresa

<p>Cree un nombre</p>	<p>Para comenzar a hacer este proceso es necesario antes describir ciertas actividades que te harán comprender de manera más sencilla o, toma en cuenta lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describe las actividades de la empresa 2. ¿Qué es lo que quieres lograr? 3. ¿Qué emociones quieres despertar? 4. Realiza una lluvia de ideas 5. Investiga el nombre elegido <p>Una vez que tengas elegido el Nombre de tu Empresa debes acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya.</p>
<p>Elabora los estatutos</p>	<p>Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. Los estatutos son el alma de cualquier sociedad, pero la mayoría de las veces los emprendedores optan por el camino fácil del modelo estándar. A la larga, surgen los problemas. De ahí la importancia de incluir cláusulas específicas. Te decimos cuáles.</p> <p>APARTADO 1: DENOMINACIÓN, DOMICILIO, DURACIÓN Y OBJETO SOCIAL</p>

	<p>Aquí debe incluirse el nombre social de la empresa. No es un apartado que tenga grandes consecuencias futuras. La única especificación que se exige por ley es aportar la documentación que acredite que no está previamente registrado</p> <p>APARTADO 2: EL CAPITAL SOCIAL Y LAS PARTICIPACIONES</p> <p>A. CAPITAL SOCIAL</p> <p>B. TRANSMISIONES Y PARTICIPACIONES</p> <p>APARTADO 3: ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD</p> <p>Aquí se tratan dos aspectos cruciales: por un lado, cómo se va a organizar la administración y, por otro, cómo se van desarrollar los acuerdos entre los socios.</p> <p>A. ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN</p> <p>B. ACUERDOS ENTRE LOS SOCIOS</p> <p>APARTADO 4: CIERRE DE EJERCICIO, LIQUIDACIÓN Y ARBITRAJE</p>
Abre una cuenta de integración de capital	<p>Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:</p> <p>Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima. Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.</p> <p>2 copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.</p> <p>Después debes pedir el "certificado de cuentas de integración de capital".</p>
Eleva a escritura pública	Debes ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
Aprueba el estatuto	Debes llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
Publica en un diario	La Superintendencia de Compañías te va a entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea de tu agrado.
Obtén los permisos	Debes ir al Municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, donde deberás: Pagar la patente municipal Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
Inscribe tu compañía	Con toda la documentación anterior, debes ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.
Realiza la Junta General de Accionista	Debes realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
Obtén los documentos	Con la inscripción en el Registro Mercantil , en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

Inscribe el nombramiento del representante	<p>Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.</p>
Obtén el RUC	<p>El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con: El formulario correspondiente debidamente lleno. Original y copia de la escritura de constitución. Original y copia de los nombramientos. Copias de cédula y papeleta de votación de los socios. Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.</p>
Obtén la carta para el banco	<p>Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.</p> <p>Realizados estos pasos, ya podrás hacer la constitución de tu compañía limitada o anónima. Siempre es recomendable apoyarse con un abogado de confianza, aquí en Lexpro Ecuador puedes solicitarlo, para que te guíe en el proceso. Recuerda que ser emprendedor requiere esfuerzo y constancia.</p>

Datos para la Constitución de la empresa

Datos de la Empresa

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa

Actividad

Sector de la actividad Turístico/ educativo/bancario, entre otros

Producto/Servicio que ofrecerá

Tipo de empresa Comercial/ Industrial/ Servicios/artesanal

Por su tamaño Microempresa/ pequeña/Mediana/Grande

Por su finalidad Lucrativa/ no lucrativa

Por su naturaleza de capital Privada

Formación de capital Propio / Financiamiento

Inversión total US\$

Líneas de productos/servicios

Datos Informativos de la empresa

DATOS INFORMATIVOS DE LA EMPRESA

País Ecuador

Provincia

Cantón

Parroquia

Barrio / Ciudadela

Dirección

Teléfonos / Celulares

Correo electrónico

Ejemplo práctico

A continuación, un ejemplo en el que evidencia como se procede al llenado de los formatos:

Datos de la empresa Dulces y Sabores

Datos de la Empresa Dulces y Sabores	
Nombre de la empresa	Dulces y Sabores
Actividad	Elaboración de mermeladas artesanales
Sector de la actividad	Alimenticia
Producto/Servicio que ofrecerá	Mermelada de frutas 250gr
Tipo de empresa	artesanal
Por su tamaño	Microempresa
Por su finalidad	Lucrativa
Por su naturaleza de capital	Privada
Formación de capital	Propio
Inversión total	US\$ 15.000

Tabla: 7 Datos informativos de la Empresa

DATOS INFORMATIVOS DE LA EMPRESA	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	
Parroquia	
Barrio / Ciudadela	
Dirección	Av, 06 de Diciembre
Teléfonos / Celulares	
Correo electrónico	dulceySabores@gmail.com

MISIÓN DE LA EMPRESA

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan



Fuente: concepto.de/mision/

permanecer en el tiempo. (Rodríguez, 2011). La misión debe contestar las siguientes preguntas ¿qué hace? ¿Cómo se hace? ¿Quiénes lo hacen? ¿Con qué lo hace?

La misión es la razón de ser de la empresa, es el propósito o motivo por el cual existe y por lo tanto da sentido y guía sus actividades.

A continuación la Misión de la empresa Dulces y Sabores.

Satisfacer el gusto de las familias ecuatorianas mediante la elaboración de mermeladas de frutas, aportando valor nutricional y Sabores naturales.

VISIÓN DE LA EMPRESA

La visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer



Fuente: concepto.de

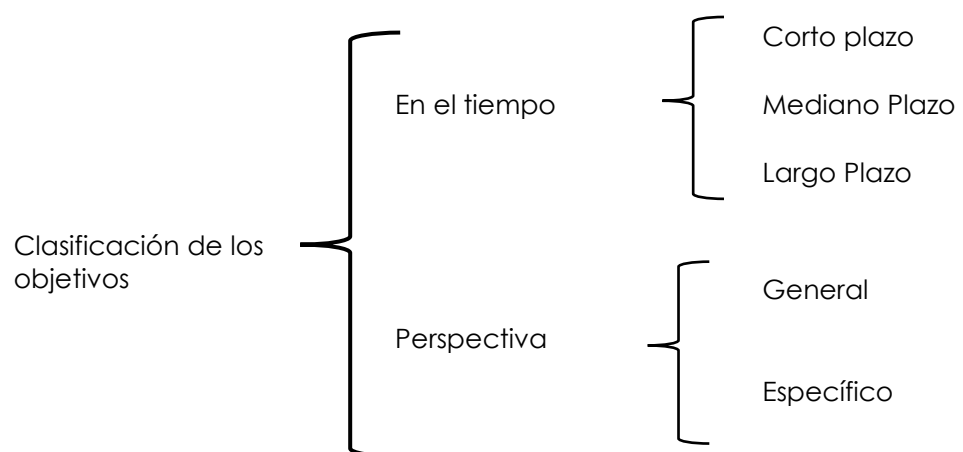
objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta (Rodríguez, 2011) Es relevante hacerse la siguiente pregunta para elaborar una visión: ¿Cómo será la empresa en algunos años? ¿Cómo quiero que la empresa sea reconocida por los clientes? ¿Qué ofrece a los clientes, proveedores, sociedad? ¿Cuáles son los valores o principios que rige la empresa? La visión de la empresa Dulces y Sabores es:

En el año 2.022 ser la marca elegida en los hogares ecuatorianos como la mejor en la elaboración y comercialización de mermeladas artesanales

Objetivos de la empresa

Son todas las situaciones deseadas que toda empresa procura alcanzar en las distintas áreas que la componen o que resultan de su interés, y que concretan el deseo contenido en su misión y visión a través de metas alcanzables.

Cuadro N° 11 Clasificación de los objetivos



Ejemplo Práctico

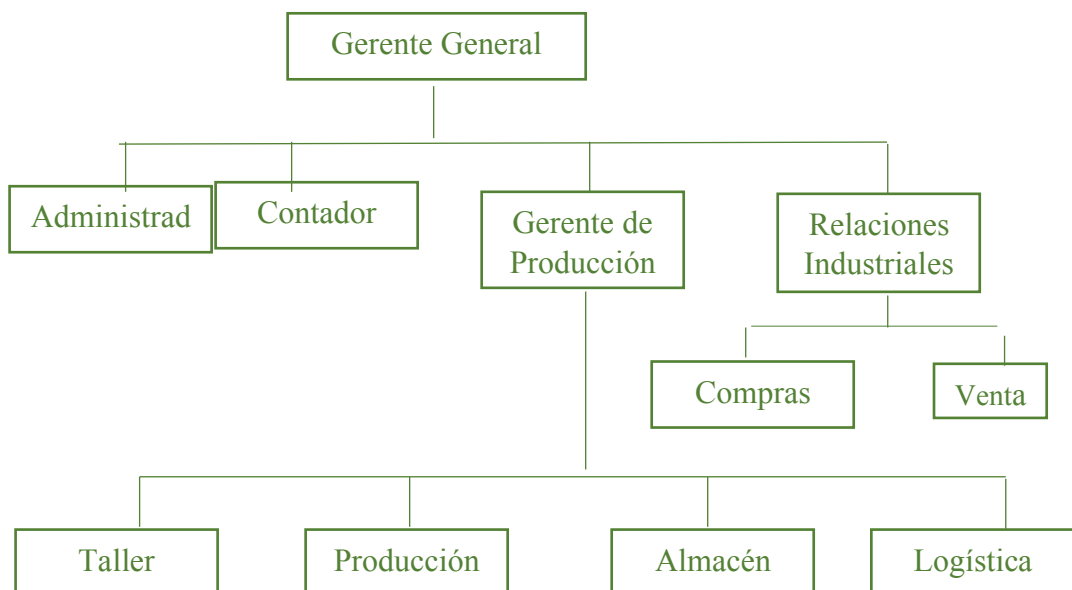
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	
Objetivos a corto plazo:	Elaborar el producto con las características dictadas por las BPM (Buenas prácticas de manufactura) Iniciar su distribución en cafeterías, restaurantes y delicatessen
Objetivos a mediano plazo:	Distribuir el producto en tiendas y supermercados dentro de la ciudad de Quito Iniciar la venta del producto online
Objetivos a largo plazo:	Distribuir el producto en el mercado nacional
Objetivo General	Elaborar dulce con una calidad de exquisitez
Objetivo Especifico	Elaborar variedad de dulces para satisfacer las exigencias de los clientes Realizar prueba de calidad en los productos de salida.

ORGANIGRAMA

Un organigrama es una representación gráfica de las principales áreas funcionales dentro de la organización y las relaciones que existen entre ellas.

Ejemplo Práctico

Figura 31 Organigrama de la empresa Dulces y Sabores



Ventaja competitiva

Una ventaja competitiva cuando tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.

Cuadro N° 12 Características de las Ventaja Competitiva



CAPÍTULO 4

ESTUDIO DEL MERCADO

Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

En este capítulo IV se abordará el tema denominado: **Estudio de Mercado.**



La aventura de las ideas

Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos



Camino hacia la Creación

Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.



El Protocolo de la Creación

Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva



Estudio del Mercado

Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado



Estrategias del mercado

Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios



Organización

Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización



Contexto de la Organización

Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.



Proceso de producción

Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción



Contabilidad y Finanzas



Objetivo del área de Finanzas, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.



Plan de Trabajo

Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades

A continuación, iniciaremos el abordaje de la Aventura de las Ideas.

	Estudio del Mercado Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado
	Estrategias del mercado Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios

Estudio de Mercado

Es el cliente quien determina qué es un negocio, qué se produce y si prosperará



Peter F. Drucker

El estudio de mercado es un medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al que la empresa ofrece sus productos y servicios.

Objetivos del área de mercado para la empresa Dulces y Sabores es:

Objetivos a corto plazo:

Competir en el mercado de las mermeladas localizado en las panaderías y Centros Comerciales de la Ciudad de Quito, alcanzando niveles de venta 15000 porciones por mes.

Colocar promotores para promocionar las mermeladas en las panaderías y Centros Comerciales en horas de movilidad humana los fines de semana y feriados para hacer conocer el producto y conocer las opiniones de los clientes

Objetivos a mediano plazo:

Distribuir las mermeladas en cadena de supermercados Santa María, Akí y Tía ubicados en la zona metropolitana de Quito, alcanzando niveles de venta de 25000 porciones por mes

Objetivos a largo plazo:

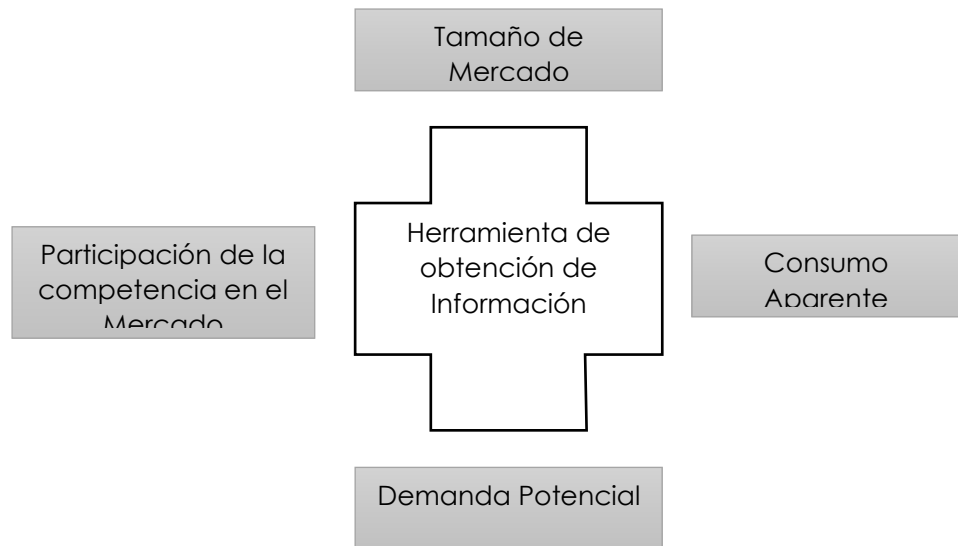
Permanecer en el mercado y distribuir las mermeladas en otras provincias del Ecuador, alcanzando niveles de venta de 40000 porciones al mes.

Nota: *Los objetivos se cuantifican después de haber realizado la investigación de mercado*

Investigación de mercado

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Cuadro N° 13 Herramienta de obtención de información



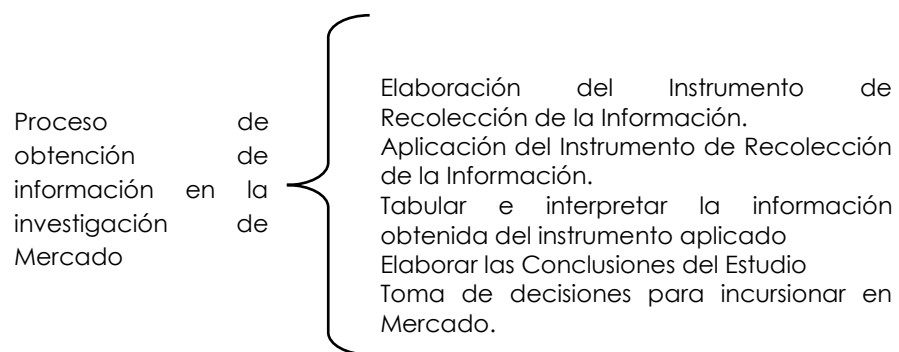
Otra manera de obtener información es a través de las técnicas de Recolección de datos y sus



Fuente: .emprendepyme.net

instrumentos la más común es la encuesta.

Si no se cuenta con competencias básicas de cálculos estadísticos se aconseja realizar al menos una muestra pequeña de 30 instrumentos (encuestas) que permitan estimar si el nuevo producto o servicio tendrá o no aceptación.



Encuesta de mercado

Para obtener información respecto al mercado potencial de la empresa, es necesario hacer una encuesta se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará. Las preguntas deben ser precisas, clara y concreta que exprese la información buscada en la investigación.

Ejemplo: Encuesta de la empresa Dulces y Sabores

Buenos días; soy representante de la empresa DULCES Y SABORES, queremos introducir en el mercado mermeladas de frutas orgánicas, sin perseverantes y nutritivas y nos gustaría conocer sus preferencias respecto a estos productos:

ENCUESTA

Nº	Descriptores	SI	NO
1	Consume mermeladas en su hogar		
2	Consume mermeladas ubicado en los anaqueles de los supermercado y otros locales		
3	Le gustaría mermeladas que contengan endulzantes naturales o tradicionales		
4	Le gusta las mermelada industriales		
5	Compra las mermelada en frasco pequeño y grande		
6	Comparte las preferencia de las mermeladas con sus familiares y amigos más allegado		
7	Compraría mermelada hechas con endulzantes naturales o tradicionales		
8	Los niños son lo que más consume mermelada en la casa		
9	Le gusta comer mermelada con galleta		
10	Te gusta las mermelada de Sabores a frutas		

Aplicación y resultados de la encuesta

Es necesario determinar cómo se obtendrá la información, la misma que puede ser a través del cuestionario realizada a las personas, llamada telefónicas, envió de correo electrónico, se definirá cuándo, cómo, dónde, quien la aplicará, el tamaño de la muestra, entre otros.

Concluidas las encuestas, es necesario tabular las respuestas y proyectarlos a la población total de clientes potenciales.

Con la información obtenida se puede determinar la toma de decisiones para realizar las estrategias de mercado.

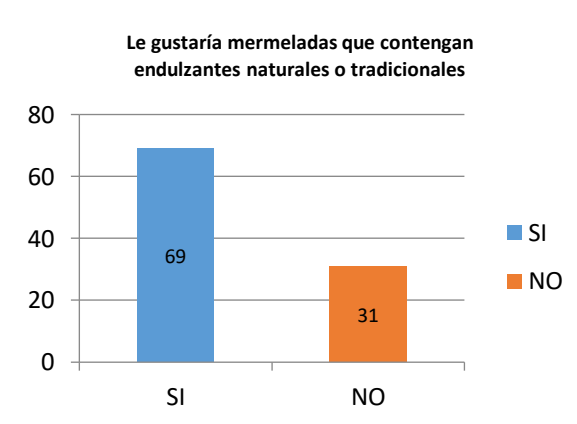
Ejemplo de aplicación de encuesta

Le gustaría mermeladas que contengan endulzantes naturales o tradicionales

Descriptor N° 3 Le gustaría mermeladas que contengan endulzantes naturales o tradicionales

	SI	NO
	69	31

Resultado de la tabulación de la pregunta N° 3 Le gustaría mermeladas que contengan endulzantes naturales o tradicionales



Interpretación: El 69% de los encuestados le gustaría comprar mermelada que contengan endulzantes naturales o tradicionales, por tal motivo es recomendable incursionar en el mercado con este tipo de mermelada.

Toma de Decisión

Por el estudio de mercado se observó que la mermelada con endulzantes naturales o tradicionales tiene una buena

aceptación en los consumidores. La empresa empieza la siguiente semana a producir este tipo de mermelada y colocarla en los establecimientos de la ciudad de Quito

Tamaño del mercado

Es buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información



Fuente: luiskafie.com

confiables,

cuántos clientes

posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual.

Segmento del mercado para la empresa Dulces y Sabores.

El mercado meta de las mermeladas de Dulces y Sabores comprende hombres y mujeres, entre 17 y 50 años, de nivel socio económico medio a medio-alto que tengan el poder adquisitivo para comprar las mermeladas, que habitan en nuestro país.

Las características del segmento de mercado son:

- Consumidores de mermeladas por lo menos 2 – 3 veces por semana
- Prefieren adquirir productos en supermercados
- Muestran preferencias por precios bajos
- Consumidores de mermeladas con azúcar normal y estevia para diabéticos

Consumo aparente

Es la identificación del número de clientes potenciales, así como un estimado del consumo que harían del producto o servicio que la empresa ofrece, a partir de sus hábitos de compra.

El consumo aparente para Dulces y Sabores:

- El número de clientes potenciales es de 12.000
- La cantidad de mermelada tradicional se estima en 20.000 frascos al mes
- La cantidad de mermelada para diabéticos se estima en 16.000 frascos al mes

Demanda Potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

Demanda Potencial para Dulce y Sabores

Con base a las investigaciones llevadas a cabo en relación de incursionar en el mercado las mermeladas de endulzantes naturales o tradicionales se establecerán los siguientes objetivos:

Corto Plazo: Para que las mermeladas sean rentables se tiene que cubrir el 65% del mercado potencial. Es decir, tener una producción de 15.0000 mermeladas.

Mediano Plazo: Un crecimiento de mercado de 30%; es decir, se espera vender 21.000 mermelada mensuales al comenzar a distribuir en cadena mercado de Santa María y Akí en Quito.

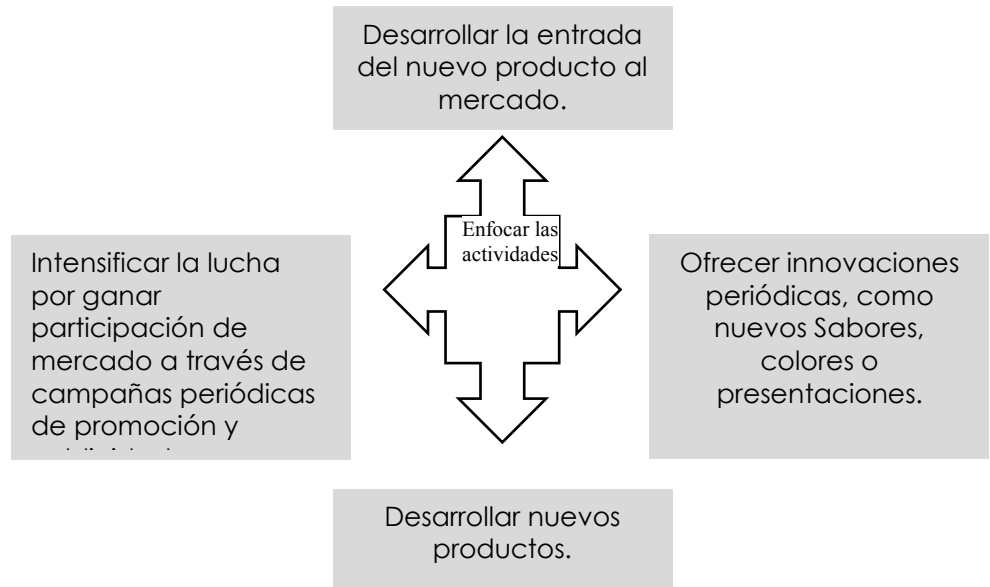
Largo Plazo: Un crecimiento de mercado de 55%; es decir, se espera una venta de 32.550 mermelada mensuales al comenzar a introducir el producto en otras provincias de la República del Ecuador a través de la cadena de supermercado de Santa María y Akí.

Participación de la competencia en el mercado

La participación de la competencia en el mercado tiene gran influencia en las decisiones que tomará la empresa para determinar sus estrategias de marketing. Es necesario que la

empresa identifique a sus principales competidores, el área geográfica que cubren y la principal ventaja que les ha permitido ganar mercado.

Cuadro N° 14 Actividades a enfocar en la participación de las competencias del mercado



Esquema de Competencia del mercado de la empresa Dulces y Sabores

Nombre del Competidor	Ventaja competitivas	Desventaja
COMPETIDOR A	Amplia habilidad técnica Novedades en su producto Excelentes diseño	No es accesible No es muy conocido
COMPETIDOR B	Tiene mucho Clientes alto perfil Técnicamente avanzado Amplia variedad de producto	Es muy caro Sólo hay proveedor en la ciudad
COMPETIDOR C	Maquinaria tecnológica Muy creativa	Problema con sus proveedores No usa la publicidad

Estrategias de mercado

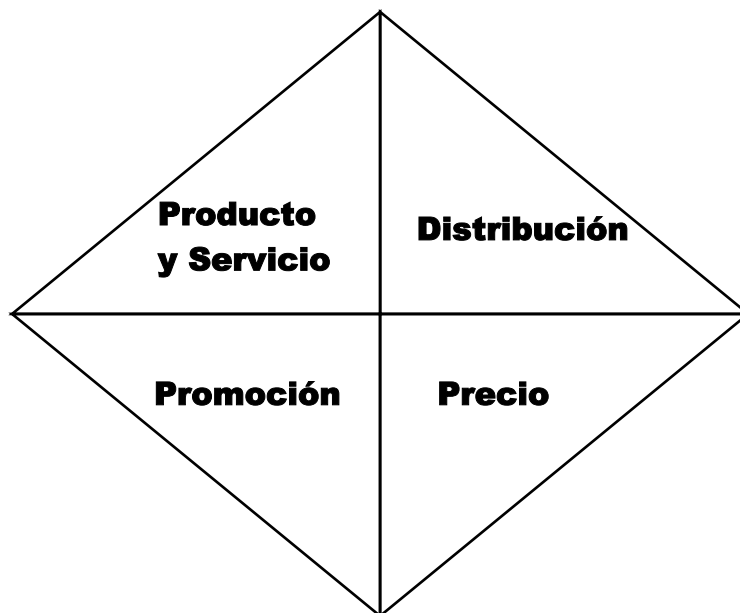


Fuentevilmanunez.com

Estrategias del Marketing Mix

Es la conjunción de cuatro elementos básicos del marketing que están relacionados entre sí: producto/servicio, precio, distribución y promoción. La correcta combinación de estos cuatro elementos te permitirá abordar tu mercado objetivo con éxito.

Cuadro N° 15 Elemento de marketing



Producto o Servicio

Debe ser considerado como el medio para satisfacer la necesidad del cliente lo que convierte a esta variable la más importante del Marketing Mix.

Para cada uno de los productos/servicios que vas ofrecer deberás identificar sus características principales, y traducirlas en términos de beneficios para el cliente. Se trata de desarrollar el concepto de producto/servicio, y decidir cómo se va a ofrecer.

Producto/servicio ampliado = Producto básico + Extras

(Envase, marca, servicios, garantías, mantenimiento,)

A continuación, ejemplo de la empresa Dulces y Sabores:

Detalle de Producto y servicio de la empresa DULCES Y SABORES

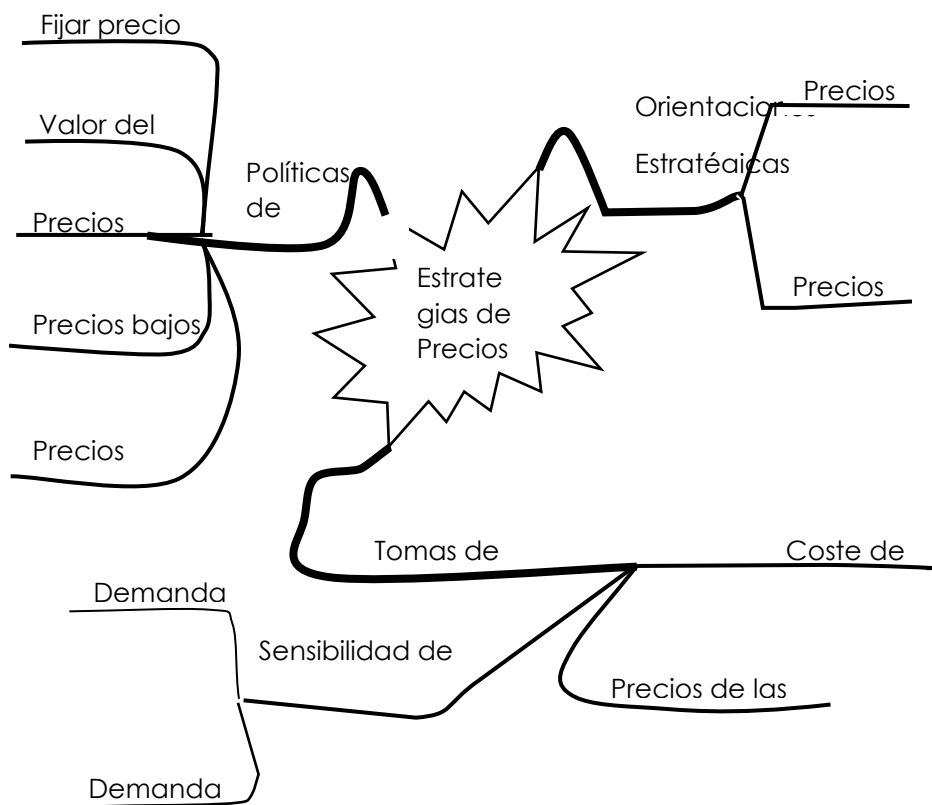
Nº	PRODUCTO / SERVICIO	CARACTERÍSTICAS
1	Mermelada tradicional de frutas orgánicas	Elaborada con frutas orgánicas y azúcar normal. Sabores fresa, piña, durazno, zanahoria, frutas exóticas. En envases de 250 gr.
2	Mermelada para diabéticos hecha con frutas orgánicas y estevia	Elaborada con frutas orgánicas y estevia Sabores fresa, piña, durazno, zanahoria, frutas exóticas. En envases de 250 gr.

Listar los principales productos o servicios que solucionarán o atenderán necesidades/ deseos del mercado consumidor y la(s) característica (s) principales:

Estrategia de Precios

El precio es una variable del marketing mix que tiene un efecto directo sobre la elección del cliente y un efecto indirecto sobre la percepción de la calidad.

Cuadro N° 16 Estrategias de precios



Cuadro N° 17 Canales de Distribución

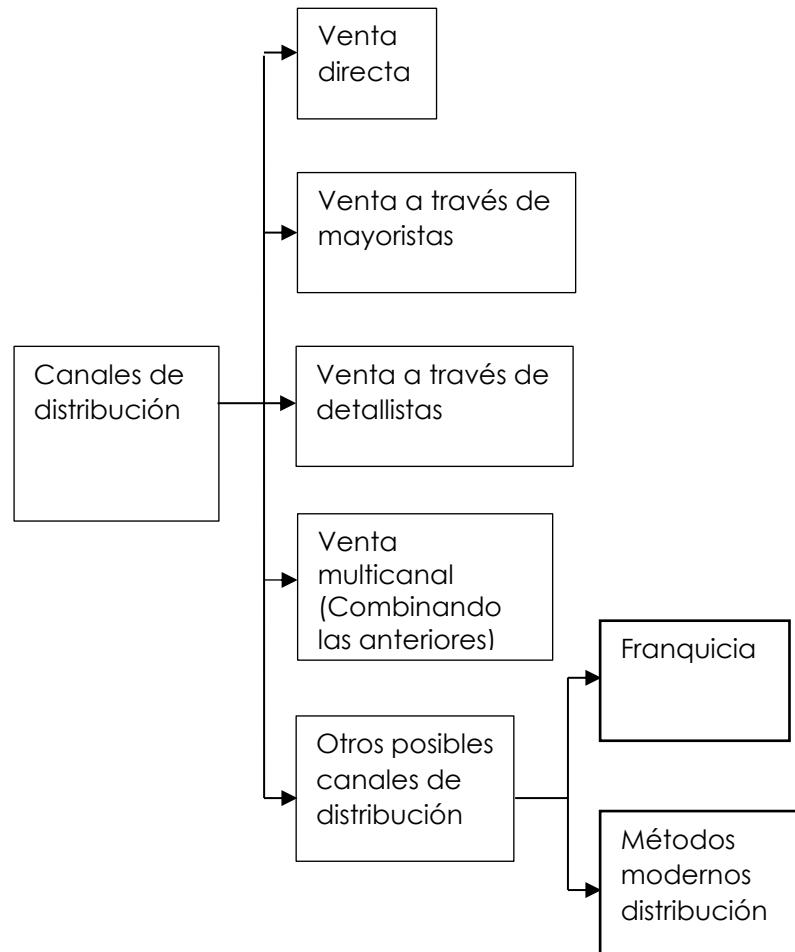
El precio de venta las mermeladas para Dulces y Sabores estará determinado por:

Costo de producción + % utilidad = 1 frasco mermelada de 250 gr. \$ 2,6

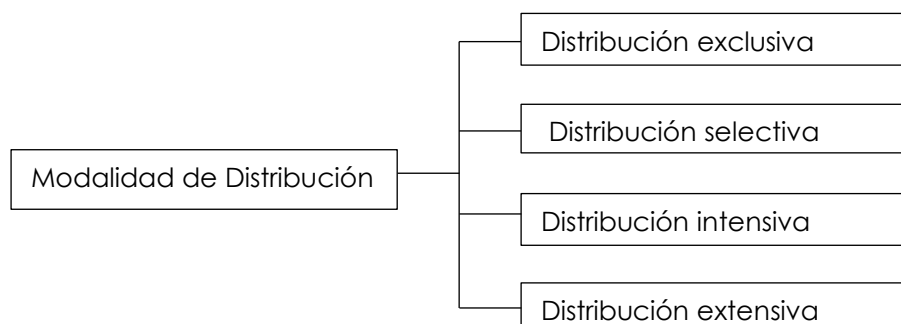
Analice el precio de venta de un producto o servicio:

Estrategia de Distribución y puntos de venta

La política de distribución determina el modo en el que se hará llegar el producto/servicio al cliente. Deberás seleccionar los canales que te permitan hacer llegar tus productos al mercado objetivo de la manera deseada y en el momento adecuado.



Cuadro N° 18 Modalidad de Distribución



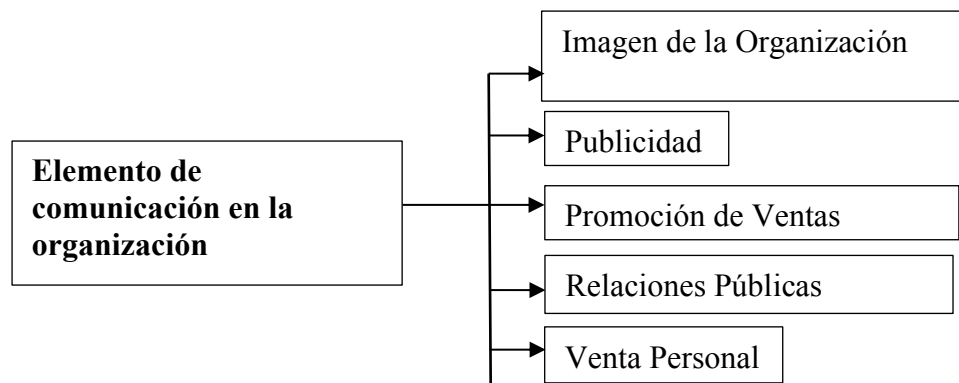
La estrategia de distribución para los productos de la empresa: Dulces y Sabores es:

- Crear una página web para la venta online
- Ubicar los productos en tiendas, supermercados (Santa María, Supermaxi, Akí)

Comunicación y Promoción

La política de comunicación tiene como objetivo principal transmitir al cliente objetivo el mensaje que la empresa considera más apropiado acorde con su estrategia.

Cuadro N° 19 Elemento de comunicación



La estrategia de promoción para los productos de Dulces y Sabores es:

- Entregar sachet de productos de otros Sabores con la compra del envase de mermelada
- Participar en Ferias
- Habilitar puestos de degustación

Fijación y políticas de Precios

La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su **precio**. La fijación del precio es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.

Las políticas de precios de una empresa determinan la fijación del precio de introducción en el mercado, así como los descuentos por compra en volumen o pronto pago, promociones, comisiones, ajustes de acuerdo con la demanda, entre otros. Los costos se establecen de la siguiente manera:

Costos de Variables = CV (materia prima por unidad de producto, costos de fabricación, etcétera)

Costos fijos = CF (gastos de oficina, gastos administrativos y todos aquellos que no se puedan asociar directamente a la fabricación de cada unidad de producto o prestación de servicios de la empresa)

Fijación y políticas de precios de la empresa Dulces y Sabores es:

Costo de Variable

Costos de Variable por un envase de 250 gr	
Producto	Costo
Azúcar (10 g)	\$ 0.030
Agua destilada (25 ml)	\$ 0.015
Pulpa Frutas (65 g)	\$ 0.35
Esencia de Frutas (3 g)	\$ 0.05
Envase con Tapa	\$ 0.35
Etiqueta	\$ 0.025
Protector de Tapa	\$ 0.010
Total	\$ 0.83

Costo Fijo Mensuales

Costo Fijo Mensuales	
Descriptores	Precio
Arriendo	\$ 2.200
Luz	\$ 400
Agua	\$ 150
Teléfono	\$ 200
Plan de Internet	\$ 130
Gas	\$ 95
Gasolina	\$ 250
Salario	\$ 4.800
Publicidad	\$ 450
Aseo Urbano	\$ 75
Seguridad Social	\$ 480
Total	\$ 9230

Políticas de precios:

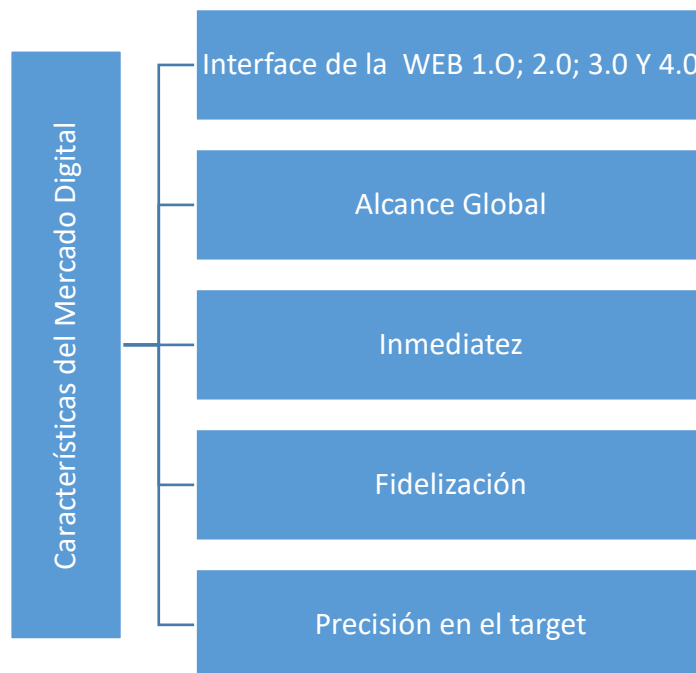
1. No se otorgarán descuentos por volumen ni por pronto pago.
2. En el corto plazo no se piensa pagar comisión por venta.
3. Se piensa adoptar un precio similar a los productos de la competencia

Mercado Digital

Es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas.



Fuente: obsbusiness.school



CAPÍTULO 5

ORGANIZACIÓN

Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

En este capítulo V se abordará el tema denominado: **Organización**.



La aventura de las ideas

Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos



Camino hacia la Creación

Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.



El Protocolo de la Creación

Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva



Estudio del Mercado

Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado



Estrategias del mercado

Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios



Organización

Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización



Contexto de la Organización

Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.



Proceso de producción

Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción



Contabilidad y Finanzas

Objetivo del área de Finanzas, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.




Plan de Trabajo

Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades

A

Continuación, iniciaremos el abordaje de la Aventura de las Ideas.

	<p>Organización Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización</p>
---	--



Fuente: economipedia.com

Organización

Es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la organización, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos. Se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales y del resto de las áreas que la conforman.

Los objetivos del área de organización de la empresa Dulces y Sabores son:

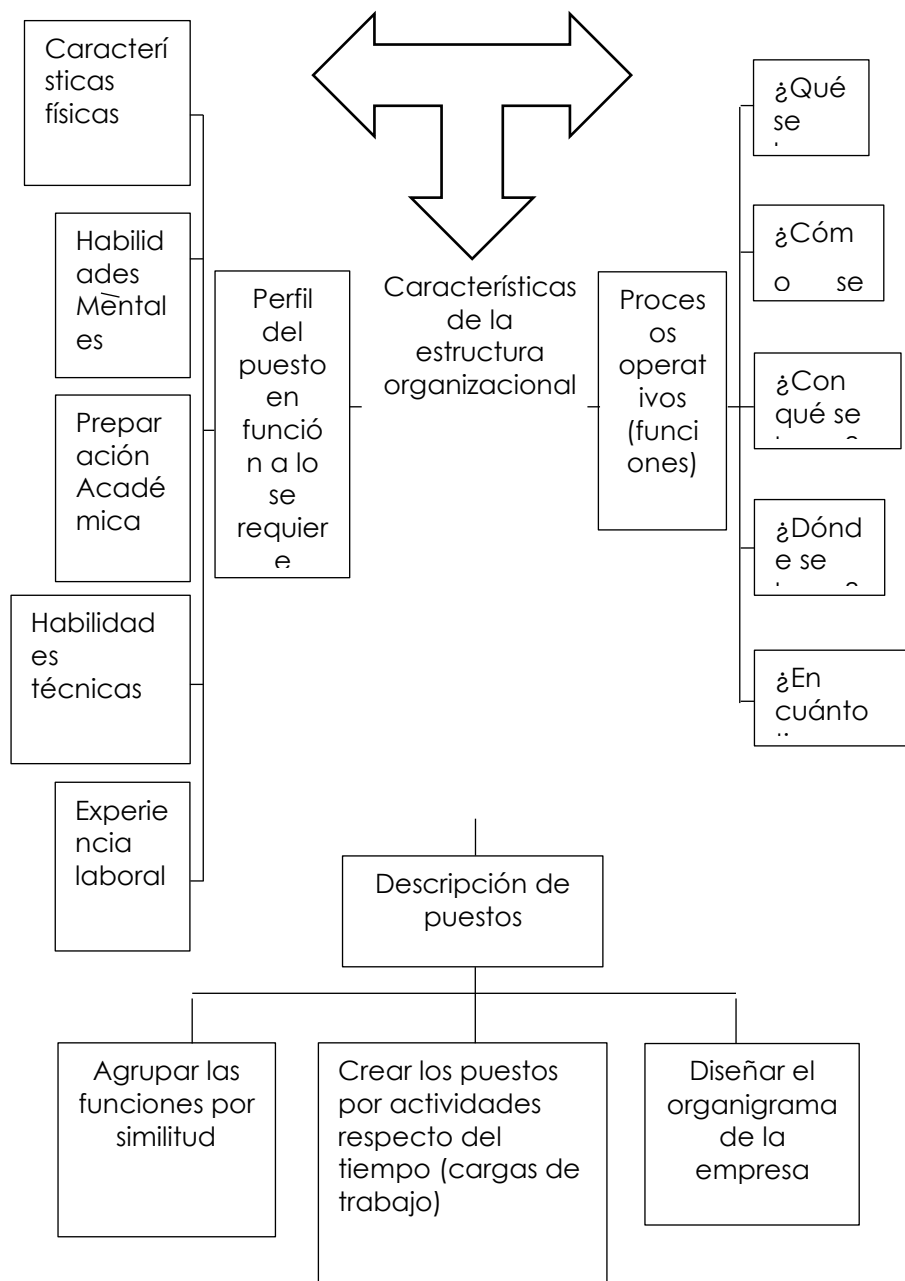
Objetivos del área de organización:

En el área organizacional la empresa busca establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de

modo que se facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos de las áreas restantes de la empresa.

Estructura organizacional

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen.



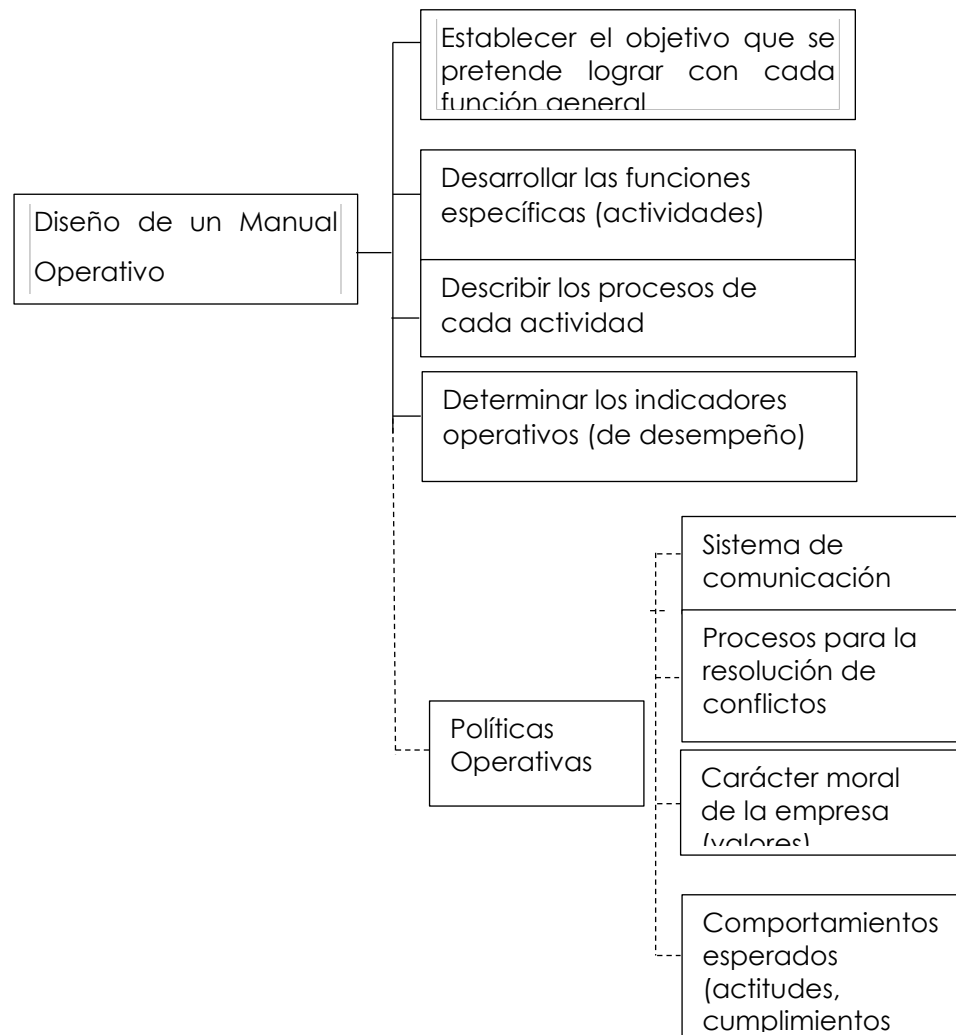
Los Procesos operativos de la organización

Área	Actividades	Requisitos Excluyentes	Periodicidad y tiempo
Administración			
Mercadeo			
Producción			
Contabilidad y Finanzas			

Funciones específicas por puesto

Es la realización de las características de cada puesto de trabajo con sus funciones a realizar en cada uno. Por tal motivo es necesario realizar un manual operativo por puesto de trabajo y establecer políticas operativas.

Cuadro N° 20 Diseño de un Manual Operativo



Administración de sueldos y salarios

La implicación de la jerarquización de los puestos de la organización. Determinar cuánto se le pagará a cada cargo, que la remuneración sea justa acorde a la responsabilidad y obligaciones, Es importante definir la tabla de sueldos y salarios para cada uno de los trabajadores, ya que se debe considerar para el análisis financiero.

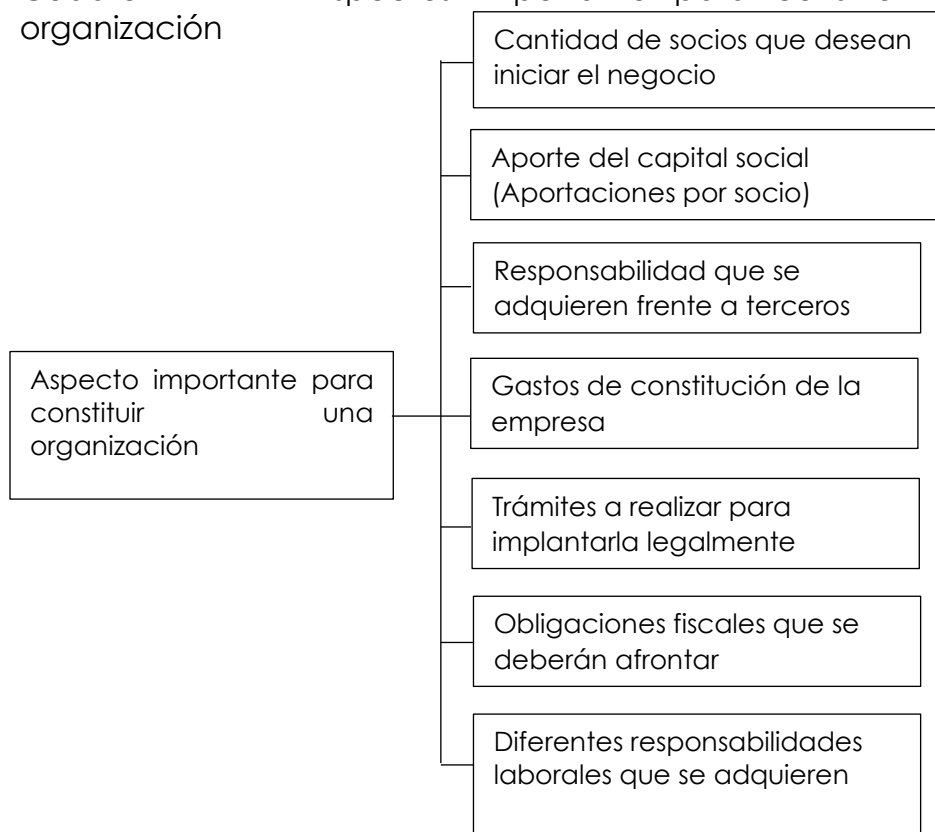
Elabore la tabla de sueldos y salarios para cada cargo

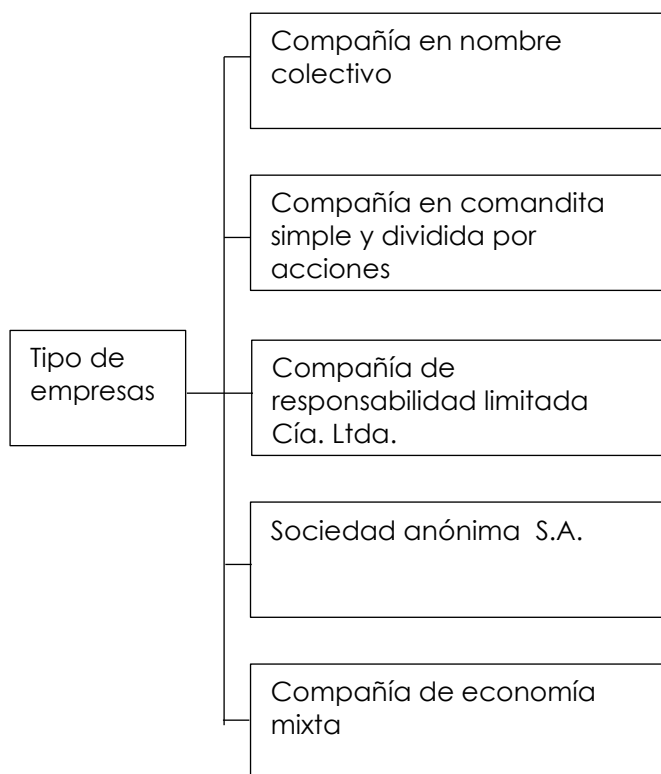
CARGO	CATEGORIA	SUELDO	PRESTACIÓN	TOTAL
-------	-----------	--------	------------	-------

Marco legal de la organización

Es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes o servicios que satisfacen las necesidades de un mercado en particular.

Cuadro N° 21 Aspectos importante para constituir una organización





Tipo de Empresa	Características
Compañía en Nombre Colectivo	Compañía en nombre colectivo es la que se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social. Esta es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de algunos de ellos, a los que se agrega las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social (Art. 36 LC)
Sociedad en Comandita	Es una Sociedad Mercantil Personalista, con razón social y capital social representado por partes sociales nominativas; suscritas por uno o más socios comanditados, estos son aquellos que se proyectan simplemente a la administración de los fondos sociales, que responden de las obligaciones sociales de una manera subsidiaria, solidaria e ilimitada; y de uno o más socios comanditarios, estos últimos son aquellos que se proyectan de forma exclusiva a suministrar y sustanciar con ello la concurrencia de capital social.
Sociedad R.L	Las compañías de responsabilidad limitada podrán tener como finalidad la realización de cualquier tipo de actos civiles, de comercio o mercantiles, con excepción de operaciones de bancos, seguros, capitalización y ahorros.
Sociedad Anónima	La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.
Compañía Economía Mixta	Son empresas en las que el capital es en parte de propiedad pública y en parte de propiedad privada. En ellas se une el interés general (público) y el interés particular. Son empresas que generalmente tienen una mayoría de capital público.

CAPÍTULO 6

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

A continuación, iniciaremos el abordaje de la Aventura de las Ideas.



La aventura de las ideas

Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos



Camino hacia la Creación

Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.



El Protocolo de la Creación

Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva



Estudio del Mercado

Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado



Estrategias del mercado

Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios



Organización

Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización



Contexto de la Organización

Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.



Proceso de producción

Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción



Contabilidad y Finanza

Objetivo del área de Finanza, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.



Plan de Trabajo

Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades

Contexto de la organización



Fuente: isotools.com.

Contexto de la Organización,

Según (Excelencia, 2018): El análisis del contexto de una organización es una tarea clave para lanzar una **estrategia** corporativa. La norma ISO 9001 2015 ha incluido este trabajo en su **cláusula 4**, con el objetivo de resaltar su importancia en la gestión de la calidad.

Todas las organizaciones deben de hacer un **análisis** del contexto, a través del **estudio interno y externo de su entorno**. Orientaciones para la implementación ISO 9001. Contexto de la organización

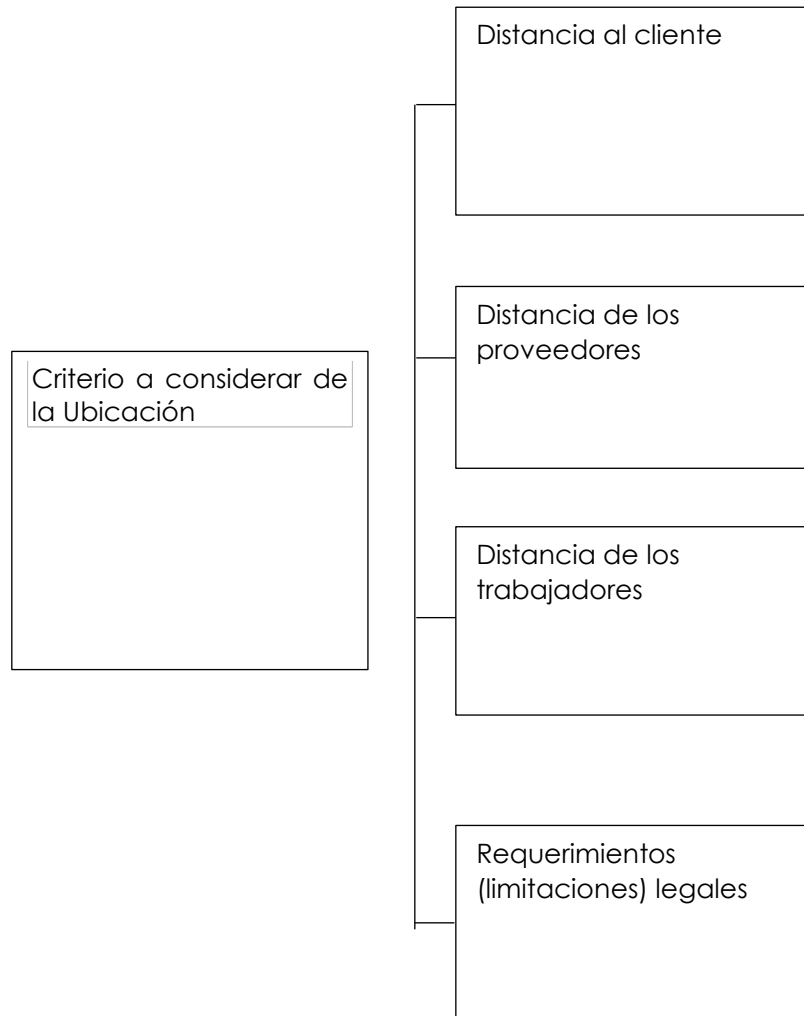
Es importante que este análisis sea **íntegro** y **desinteresado**, ya que puede relevar aspectos importantes para la empresa.

Se piensa que gran parte de las organizaciones hacen un análisis del contexto, pero la realidad es otra. Las **organizaciones** pasan más tiempo tratando de **sobrevivir día a día**, que implicados en estas labores. Llevar a cabo esta **auto-reflexión** es un **lujo** para ellas.

Es **complicado** el análisis del contexto y su comprensión dejando a un lado los **prejuicios** que la organización pueda tener.

Ubicación de la empresa

Cuadro N° 22 Criterio a considerar de la ubicación



Cuadro N° 23 Criterio para evaluar la ubicación de la organización

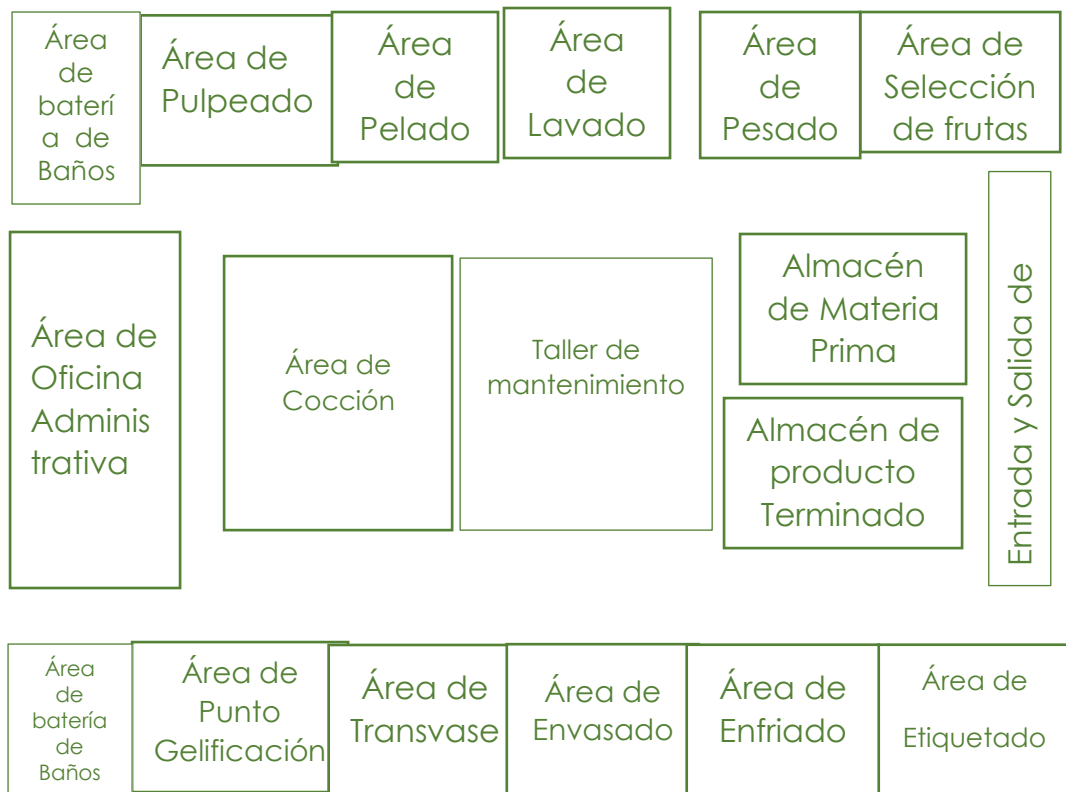
Evalúe sobre criterios aplicables al negocio con una escala de intensidad. 1 (desfavorable) a 5 (altamente favorable)

N	Criterios de localización	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Alternativa 4	Alternativa 5
1	Zona comercial					
2	Servicios básicos disponibles					
3	Acceso todo tiempo					
4	Impuestos					
5	Accesibilidad para el personal					
6	Seguridad					
7	Estacionamiento disponible para clientes					
8	Permiso para operar					
9	Potenciales riesgos sociales					
10	Potenciales riesgos ambientales					
11	Otros: especifique					
PUNTAJE TOTAL						

Diseño y distribución de la planta y oficinas

Es el espacio físico donde se reúnen personas, equipos, herramientas y materias primas para producir un producto. Es importante tomar en cuenta el diagrama de flujo de la organización, la ergonomía y elaboración de croquis.

Ejemplo: Diseño y distribución de planta de la empresa Dulces y Sabores



Descripción del proceso

En este punto, se explica muy detenidamente las actividades determinadas en cada fase, incluyendo los recursos necesarios. En lo posible, se debe adjuntar una fotografía por cada actividad descrita.

Como parte del proyecto de inversión, los emprendedores deben describir los procesos, de tal manera que se detalle las diferentes etapas del proceso operacional, de acuerdo con el tipo de PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO). Para hacerlo, previamente se deben clasificar los tipos de empresas más comunes.

Una vez determinado el tipo de PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO), se debe realizar la descripción de los procesos, para lo cual hay que cumplir los siguientes pasos:

<i>Iten</i>	<i>Fase</i>	<i>Recursos Necesarios</i>	<i>Personal Necesario</i>
1	Compras de Frutas	Transporte, Recurso económico	Un Comprador con experiencia
2	Pesado	Balanza, Computador, Cuaderno, Lápiz	1 persona en ambas fases
3	Lavado	Fregaderos, Javón especial, Agua, Esponjas	
4	Pelado	Cuchillos, Cesta para Basura	
5	Despulpado	Despulpadora, Cuchillos, Cocina, Gas	
6	Administración	Implementos de Oficina	1 Gerente, Administrador
7	Gelificación	Equipo de Gelificación, Aditivos Gelificantes	1 persona en ambas fases
8	Trasvase	Equipos para Trasvasar	
9	Envasado	Equipo de Envasado, Resipientes según las medidas	
10	Enfriado	Congeladores, Vandejas	1 Vendedor y Despachador
11	Etiquetado	Etiquetas, Pegas especial	
12	Despacho	Transporte, Facturación	

Como se puede observar en el ejemplo, se van estableciendo los aspectos necesarios para el PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO), lo cual va a facilitar la adquisición de los bienes que se requieran para la parte productiva. En este caso, además de una serie de productos y dinero necesario para la compra, se requiere para la parte productiva. En este caso, se requiere de pocas personas. Posteriormente, cuando el PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO) crezca se integrarán más personas a la fase productiva o bien se cambiarán ciertas tareas manuales por el uso de tecnología industrializada

CAPÍTULO 7

CONTABILIDAD Y FINANZAS

Esquema de PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)



La aventura de las ideas

Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos



Camino hacia la Creación

Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.



El Protocolo de la Creación

Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva



Estudio del Mercado

Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado



Estrategias del mercado

Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios



Organización

Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización



Contexto de la Organización

Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.



Proceso de producción

Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción



Contabilidad y Finanza


Objetivo del área de Finanza, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.

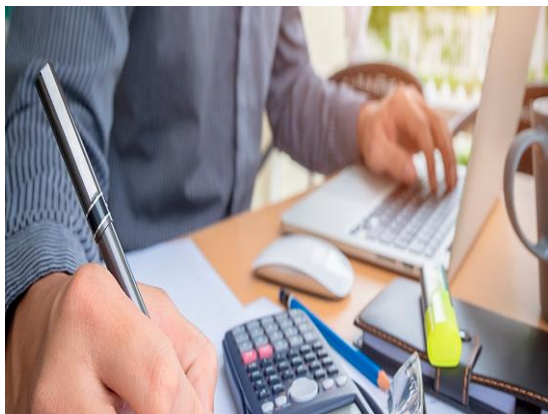


Plan de Trabajo

Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades

A continuación, iniciaremos el abordaje de la Aventura de las Ideas.

	<p>Contabilidad y Finanzas Objetivo del área de Finanzas, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.</p>
---	--



Fuente: freepik.es

Sistema Contable

Es el proceso que sirve para llevar las cuentas de una empresa, conocer su situación y buscar opciones que le permitan ahorrar, así como aumentar su rendimiento. El área de finanzas de empresa debe tener objetivos claros y concretos, ya que la columna vertebral económica depende de ella y los errores se reflejan en su salud financiera.

Los objetivos del área financiera de Dulces y Sabores son:

Objetivo de Departamento de Contabilidad y Finanzas

Llevar ordenadamente las cuentas de la organización. Estar informados de la situación financiera y buscar opciones atractivas que permitan tomar medidas apropiada para aumentar el rendimiento de la organización.

Conocimiento básico contable que debe conocer un emprendedor

Nota: Se realizaran ejercicios en algunos casos para ver el procedimiento, en otros se mostraran formatos que se utilizan en la contabilidad en la vida diaria de una empresa.

Cuentas

La cuenta es la representación contable de cada elemento patrimonial, sirve para reflejar la situación inicial de un elemento patrimonial, las distintas variaciones posteriores que ocurran y su situación final.

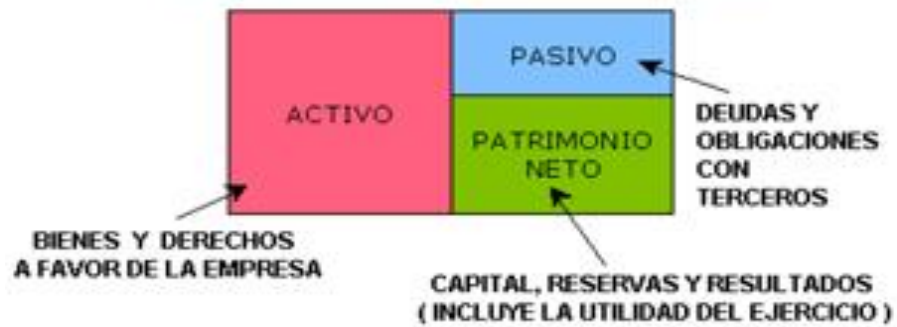
Cuadro N° 24 Clasificación de las cuentas



Ecuación Patrimonial

Es el equilibrio de las cuentas reales activo, pasivo y patrimonio de una empresa, con el objeto de obtener el valor del Patrimonio y Capital. Se conservará en transcurso de la vida útil de la empresa, aunque aumente o disminuya el activo o el pasivo.

LA ECUACIÓN CONTABLE



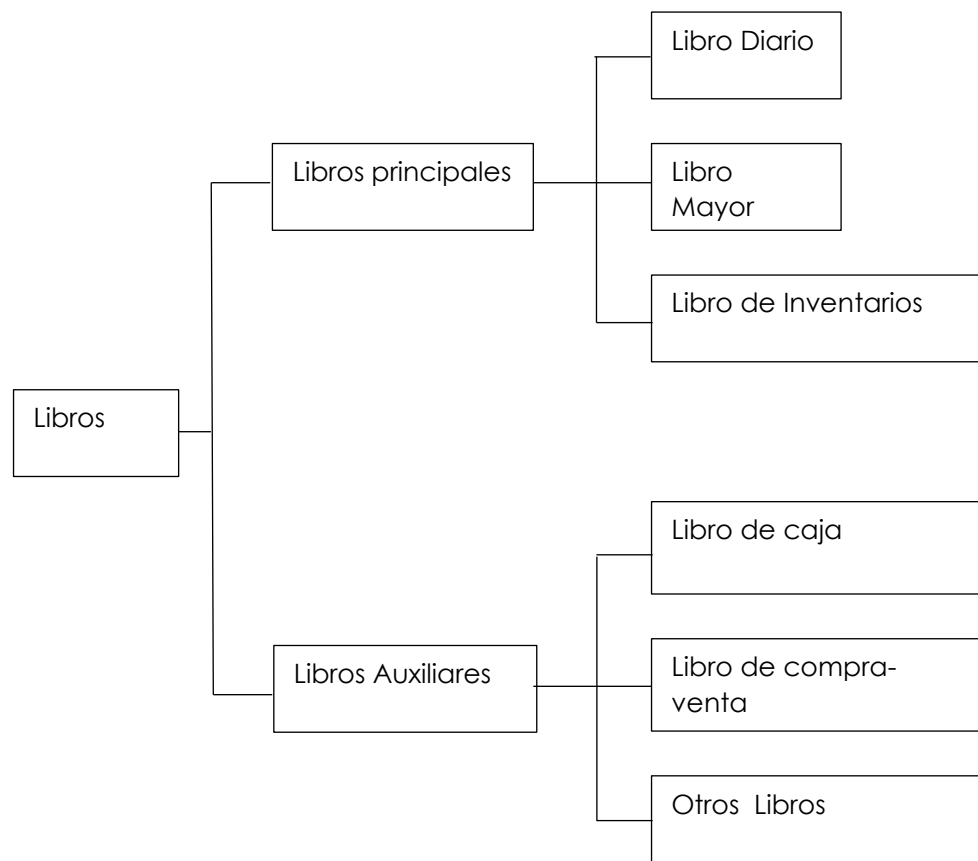
$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO NETO}$$
$$\text{PATRIMONIO NETO} = \text{ACTIVO} - \text{PASIVO}$$

Fuente: contenidosdigitales.ulp.

Libros Contables

Permiten registrar todo los asientos contables que todo empresario está obligado a llevar, permitiéndole un seguimiento cronológico de todas las operaciones, así como las revisiones periódica.

Cuadro N° 25 Clasificación de los Libro contables



Libros Diarios

El libro diario es aquel libro donde se registran todas las operaciones económicas que ocurren en una empresa en su día a día, siguiendo siempre un orden cronológico.

Cuadro N° 26 Libro Diario

FECH		DESCRIPCIÓN O DETALLES	REF	DEBE	HABER
MES	DÍA				
2018		1			
02	01	Banco	01	1200	
		Caja	02	100	
		Maquinaria	03	12000	
		Capital	04		13300
		Apertura de la Empresa Sabores y Dulces			

Libros Mayor

Es un documento que recoge de manera cronológica todas las operaciones contables de la **empresa** registradas en cada una de las cuentas.

Cuadro N° 27 Libro Mayor

FECHA		DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
02	01	Depósito 001245	12000		

Libro Mayor Auxiliar De Caja Chica

Es un libro auxiliar pero obligatorio en donde se registra todas las operaciones al contado que realiza la empresa, entendiendo como tales, aquellas donde interviene dinero en efectivo y/o cheques bancarios

Cuadro N° 28 Libro Mayor Auxiliar de Caja Chica

FECHA		DESCRIPCIÓN	DEBE	HABER	SALDO
02	01	Efectivo	100		

Conciliación Bancaria

La conciliación bancaria es una comparación que se hace entre los apuntes contables que lleva una empresa de su

cuenta corriente (o cuenta de bancos) y los ajustes que el propio banco realiza sobre la misma cuenta.

Cuadro N° 29 Conciliación Bancaria

CONCILIACIÓN BANCARIA

BANCO	CUENTA N°	MES	AÑO

FECHA DE RECEPCIÓN DE ESTADO DE CUENTA: _____

CONCEPTO	MONTOS PARCIALES	SALDOS	
		SEGÚN BANCO	SEGÚN LIBROS
SALDOS AL			
SALDOS CONCILIADOS AL			

SALDOS CONCILIADOS AL			
------------------------------	--	--	--

ELABORADO POR:	
APELLIDOS	Y
NOMBRES	FECHA

REVISADO POR:	
APELLIDOS	Y
NOMBRES	FECHA

Tarjeta De Control De Inventarios

Es un documento en el cual se registran los datos de entrada, salidas y saldos de la existencia de los distintos tipos de inventarios, anteriormente se utilizaban unas fichas o tarjetas las cuales han sido reemplazadas por los programas o software que facilita su proceso de control.

Cuadro N° 30 Libro de Inventario

TARJETA DE CONTROL DE INVENTARIOS

FECHA	ARTÍCULO	UNIDAD DE MEDIDA: PIEZA			CANTIDAD MÁXIMA			CANTIDAD MÍNIMA		
	DETALLES	ENTRADAS			SALIDAS			SALDO		
		CANT.	COSTO UNIT.	TOTAL	CANT.	COSTO UNIT.	TOTAL	CANT.	COSTO UNIT.	TOTAL
	TOTALES:									

Balance de Comprobación

Es un instrumento financiero que se utiliza para visualizar la lista del total de los débitos y de los créditos de las cuentas, junto al saldo de cada una de ellas (ya sea deudor o acreedor). De esta forma, permite establecer un resumen básico de un estado financiero.

Cuadro N° 31 Balance de Comprobación

Del 01 de enero al 31 de diciembre del año

Lineas	Cuentas	Saldos	Nominales		Reales	
			Deudor	Acreedor	Deudor	Acreedor
	Total Cuentas Nominales		xxxxxx	xxxxxx		
	Utilidad antes del Impuesto Sobre la Renta		xxxxxx			
	Total Cuentas Nominales	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx		
	Utilidad antes del Impuesto Sobre la Renta			xxxxxx		
	Impuesto Sobre la Renta		xxxxxx			
	Utilidad después del Impuesto Sobre la Renta		xxxxxx			xxxxxx
	Total		xxxxxx	xxxxxx		
	Total Cuentas Reales					
					xxxxxx	xxxxxx

Balance General

Es un reporte financiero que funge como una fotografía al reflejar la situación financiera de una empresa a una fecha determinada. Está conformado por las cuentas de activo (lo que la empresa posee), pasivo (deudas) y la diferencia entre estos que es el patrimonio o capital contable.

Flujo de Caja

El flujo de caja es un informe financiero para ordenar los ingresos y egresos de la empresa en un tiempo, proyectando la información a futuro para analizar y determinar la viabilidad del negocio.

Cuadro N° 32 Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
FLUJO OPERATIVO					
Ventas	114.480,00	125.928,00	138.520,80	152.372,88	167.610,17
(-) Gastos generales	100.376,20	110.413,82	121.455,20	133.600,72	146.960,79
FLUJO OPERATIVO	<u>14.103,80</u>	<u>15.514,18</u>	<u>17.065,60</u>	<u>18.772,16</u>	<u>20.649,37</u>
Aporte de Socios	<u>15.000,00</u>				
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	<u>29.103,80</u>				
Saldo período anterior		23.903,80	39.417,98	56.483,58	75.255,74
Activos fijos Tangibles	3.600,00				
Activos intangibles	1.600,00				
TOTAL EGRESO NO OPERATIVO	<u>5.200,00</u>	-	-	-	-
FLUJO NO OPERATIVO	<u>23.903,80</u>				
FLUJO NETO					
Saldo siguiente período		23.903,80	39.417,98	56.483,58	75.255,74
				75.255,74	95.905,11

Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

Es necesario establecer claramente todos los supuestos que serán tomados en cuenta para elaborar los estados financieros proyectados, tales como la situación inflacionaria del país,

tendencias económicas, tasas de interés bancarias, nivel de ingresos de la población potencial, acontecimientos sociales, políticos culturales, climáticos, entre otros, con el fin de establecer un escenario real y verdadero de la situación financiera de la empresa.

Análisis de la viabilidad del proyecto

Punto de equilibrio

Representa la cantidad que la empresa necesita vender para cubrir sus costos variables y fijos en un determinado periodo.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable}}$$

VAN (Valor Actual Neto)

Mide la rentabilidad absoluta del proyecto, es decir proporciona el valor actualizado del proyecto. Se calcula mediante la suma de los valores de cada uno de los cash-flow o flujos efectivos de caja actualizados a un tipo de interés compuesto en función de una tasa determinada. A esta tasa se la denomina tasa de rentabilidad exigida (K)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

- **Si VAN > K:** El proyecto genera un excedente que lo hace rentable.
- **Si VAN = K:** Indiferente, los excedentes que genera el proyecto es igual al desembolso realizado.
- **Si VAN < K:** El proyecto no es rentable. Los excedentes generados son inferiores al desembolso realizado.

TIR (Tasa Interna de Retorno)

Mide la rentabilidad relativa del proyecto. Iguala el VAN a los flujos de caja generados, esta tasa hace que el VAN se iguale a 0

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

- **Si TIR > K:** Si la tasa de rentabilidad del proyecto es superior a la exigida, el proyecto es rentable.
- **Si TIR = K:** Indiferente, da igual invertir en el proyecto que en otra inversión de mercado con rentabilidad K.
- **Si TIR < K:** El proyecto no es rentable porque resulta mejor colocar la inversión en otro valor de mercado con rentabilidad K.

Elabore el VAN y TIR con la información obtenida en el flujo de caja y realice el análisis respectivo

Cuadro N° 33 TIR Y VAN

TIR Y VAN	INVERSION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
FLUJO OPERATIVO		14.103,80	15.514,18	17.065,60	18.772,16	20.649,37	
DEPRECIACION INVERSIONES	-	1.200,00	586,11	390,74	260,49	173,66	
-	15.000,00						
VALOR RESIDUAL FLUJO NETO OPERACIONES		15.303,80	16.100,29	17.456,34	19.032,65	21.170,36	
X FSA (1,13)		1,00	0,79	0,62	0,50	0,39	
VALOR ACTUAL (VA)	-	15.000,00	15.303,80	12.719,23	10.822,93	9.516,33	8.256,44
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	18.820,87						
TIR	84%						

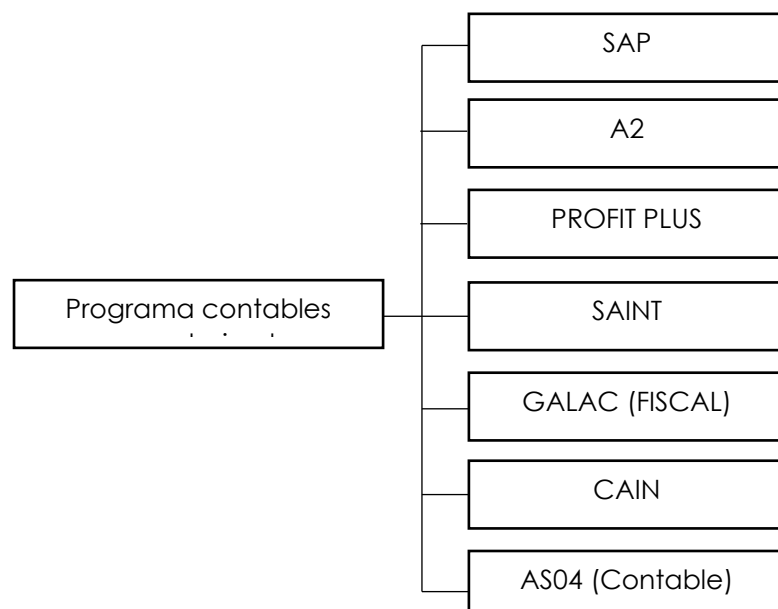
Se puede observar en el ejemplo anterior, que el dinero invertido se recupera al cabo de 5 años obteniendo una ganancia, alcanzando un VAN de 18.820,87 lo cual el mismo es viable y una rentabilidad acumulada del 84% siendo el mismo rentable.

Es bueno resaltar que no todo proyecto viable es rentable y viceversa.

Programa Contables computarizado.

Es un programa informático destinado a sistematizar y simplificar las tareas de contabilidad de una organización. El software contable registra y procesa las transacciones históricas que se generan en una empresa o actividad productiva: las funciones de compras, ventas, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, control de inventarios, balances, producción de artículos, nóminas, etc. Para ello sólo hay que ingresar la información requerida, como las pólizas contables, ingresos y egresos, y hacer que el programa realice los cálculos necesarios.

Cuadro N° 34 Programa contables computarizado



CAPÍTULO 8

PLAN DE TRABAJO

ESQUEMA DE PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)



La aventura de las ideas

Proceso de las ideas, Alternativas del siglo XXI: Revolución 4G, Economía Naranja y Tecnocreativos



Camino hacia la Creación

Modelo de Negocio, Oportunidad del negocio, Ayuda externa.



El Protocolo de la Creación

Proceso para constituir una empresa, Misión, Visión, Objetivo de la empresa, Organigrama, Ventaja competitiva



Estudio del Mercado

Estudio de Mercado, Investigación de mercado, consumo aparente, demanda potencial, Participación del mercado



Estrategias del mercado

Marketing Mix, Mercado digital, fijación y política de precios



Organización

Estructura organizacional, organigrama, Funciones específicas por puesto, administración de sueldo y salarios, Marco legal de la organización



Contexto de la Organización

Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de la empresa, Descripción del proceso o prestación de servicio.



Proceso de producción

Objetivo del área de producción, Característica de la tecnología, Equipo e instalaciones, materia prima, Identificación de proveedores, Capacidad instalada, Talento Humano requerida, Programa de producción



Contabilidad y Finanzas

Objetivo del área de Finanzas, Estado Financiero, Conocimientos básicos contables.



Plan de Trabajo

Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades

En este capítulo VIII se abordará el tema denominado: **Plan de Trabajo.**

A continuación, iniciaremos el abordaje de la Aventura de las Ideas.



Plan de Trabajo

Área de Mercadeo, Producción, Organización, Aspectos legales de implantación y operación, Finanzas, Integración de actividades.



Plan de trabajo

Fuente tutareaescolar

Plan de Trabajo

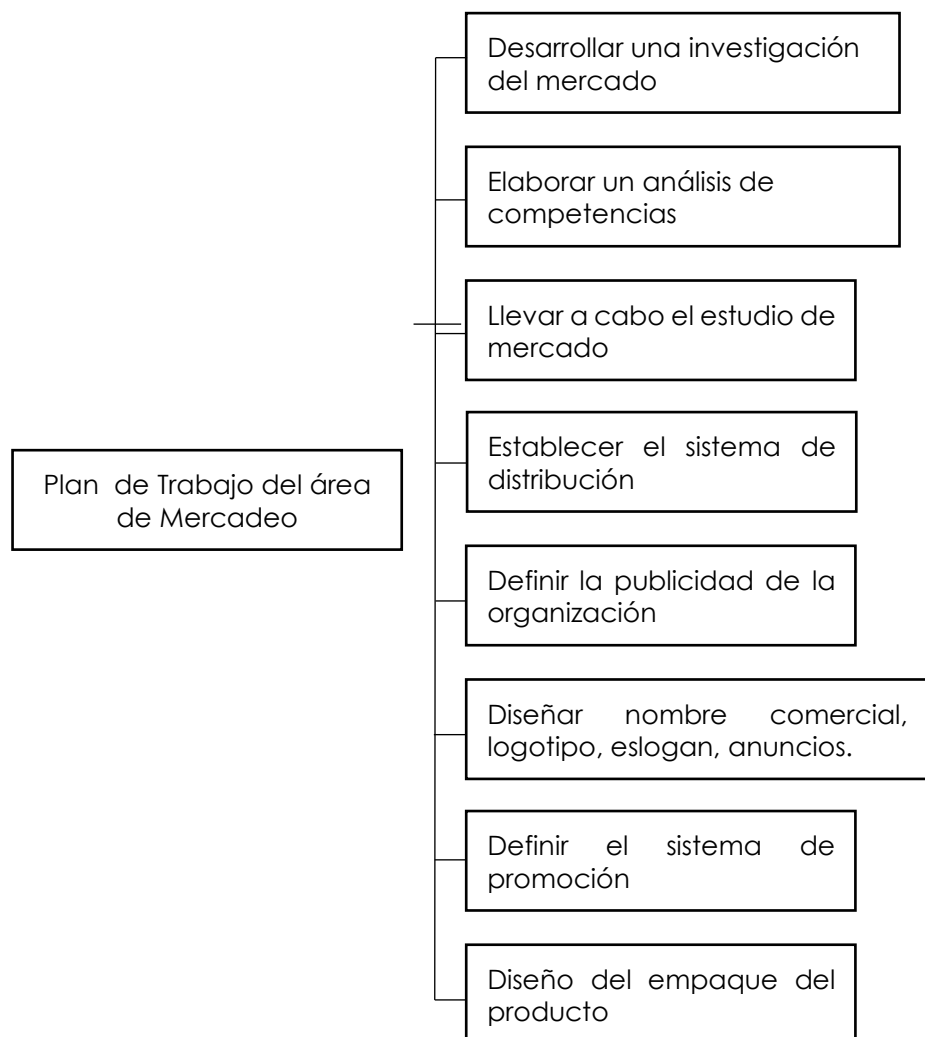
Es la asignación de tiempos, responsables, metas y recursos a las diferentes actividades de una organización de forma que

se cumplan los objetivos para comenzar el inicio de las operaciones de manera organizada.

Mercadeo

Es un conjunto de acciones mediante las cuales una empresa **estudia las necesidades o problemas característicos de un público**, sea este una persona u otra empresa, y partir de ellos **establece estrategias para descubrir cómo resolverlos** a través de su producto o servicio.

Cuadro N° 35 Plan de trabajo del área de Mercado

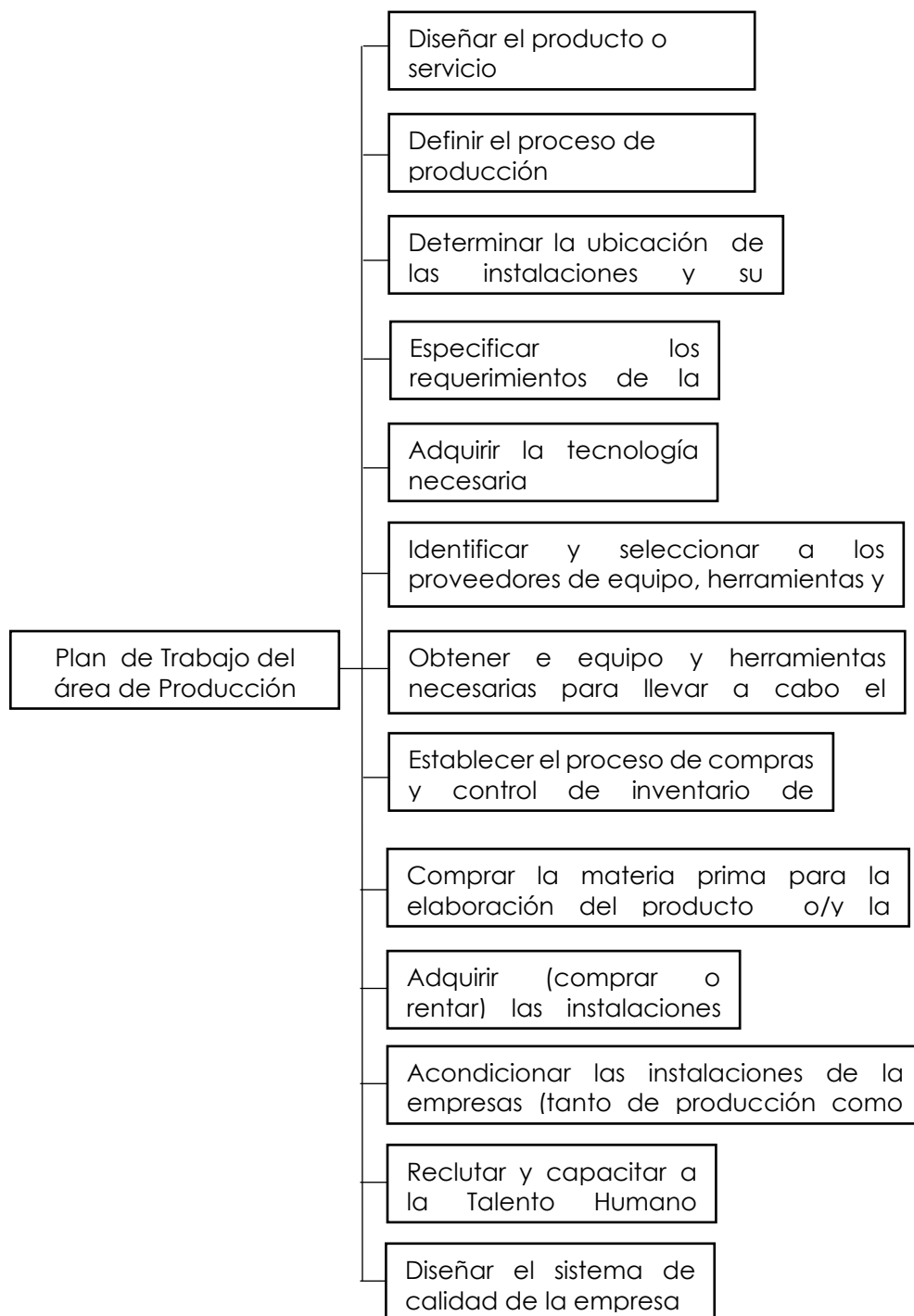


Producción

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes **y servicios**. En tanto la **producción** es un proceso complejo,

requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la **tierra**, el capital y el **trabajo**.

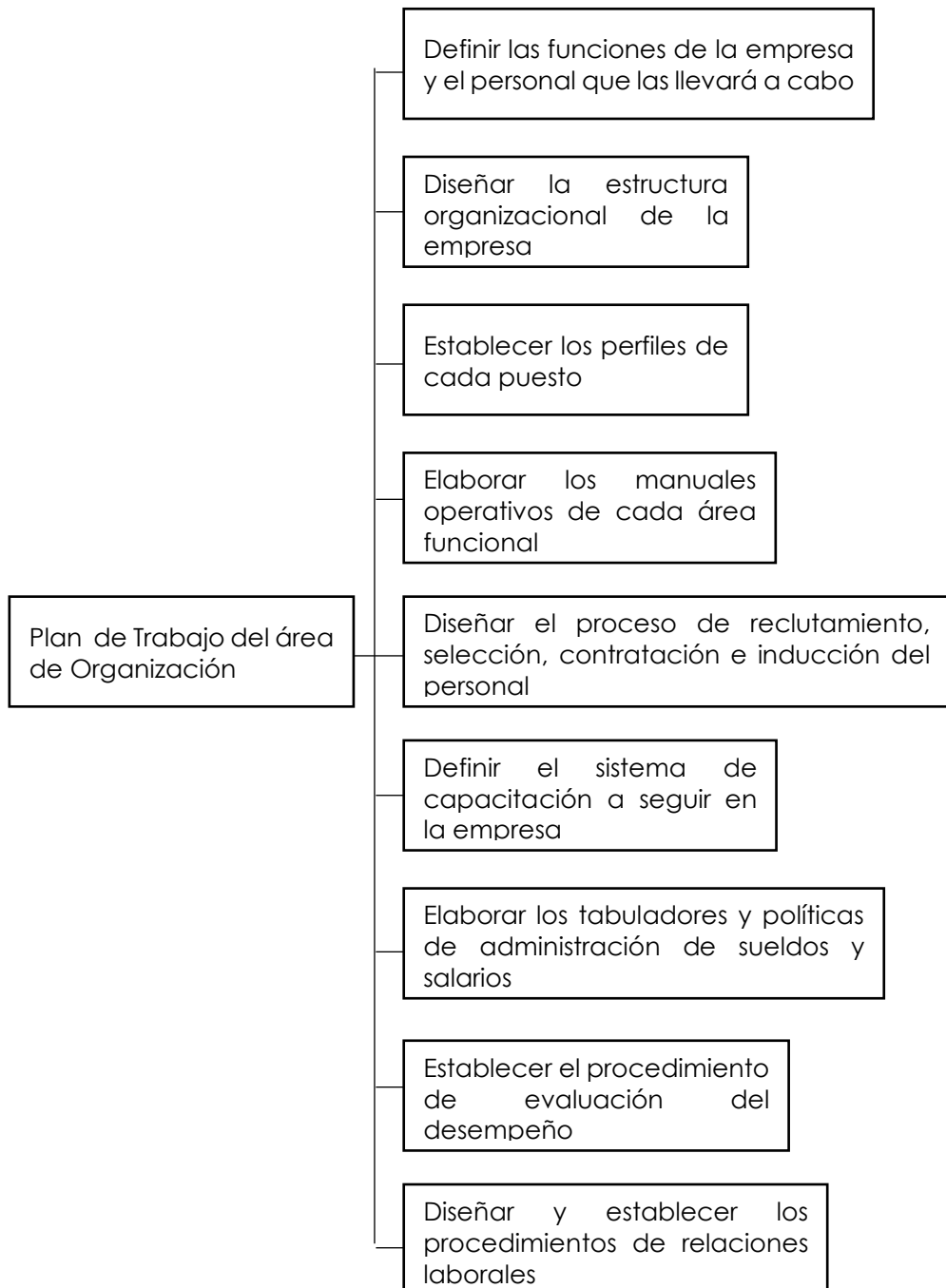
Cuadro N° 36 Plan de trabajo del área de Producción



Organización

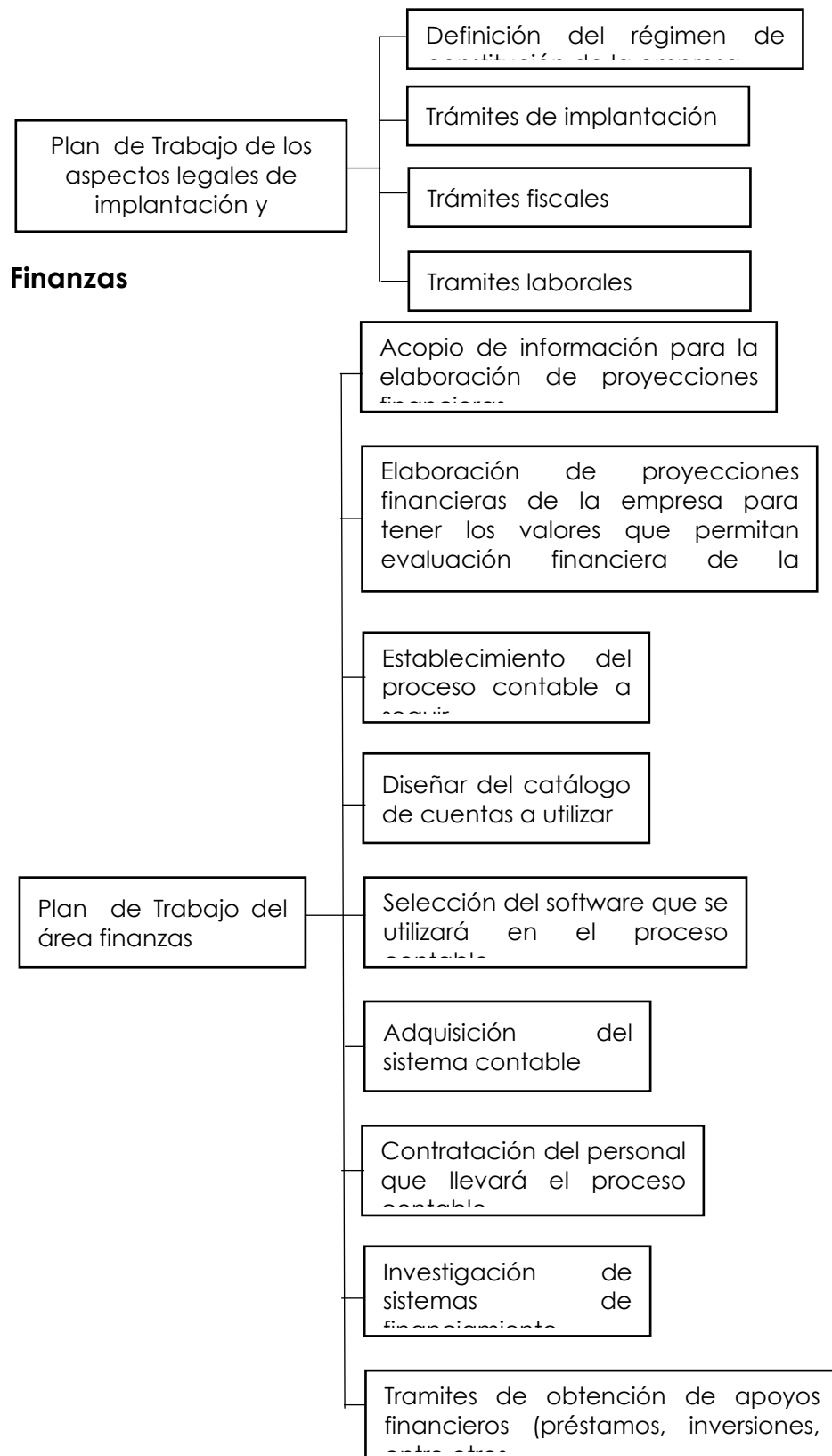
Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.

Cuadro N° 37 Plan de Trabajo del área de Organización



Aspectos legales de implantación y operación

Cuadro N° 38 Aspectos legales de implantación y operación



Cuadro N° 39 Plan de Trabajo del área de Finanzas

Integración de actividades

Una vez que se determinado todas las actividades a realizar para implantar e iniciar las operaciones, el siguiente paso es integrarlas y ordenarlas por secuencias y tiempos.

1. Realizar una lista de todas las actividades anteriores en un orden secuencial, es decir, clasificando de la más importante a la menos importante.
2. Integrar todas las actividades de las diferentes áreas en forma secuencial y determinar cuáles pueden llevarse a cabo simultáneamente.
3. Es asignar tiempo de duración a cada actividad. Así como responsables de su cumplimiento y recursos necesarios (Se recomienda utilizar el diagrama de Grantt)

Nota: El plan de trabajo no se pretende hacer un nuevo plan de negocio, sino complementar acciones o actividades que han quedado pendiente.

Cuadro N° 40 Diagrama de Grantt

Actividades	Tiempo						
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul
Procedimiento legales	█	█	█	█			
Asesoría externa		█	█	█			
Compra de maquinaria			█	█	█		
Publicidad				█	█	█	
Estudio de mercado					█	█	
Resultado del estudio de mercado						█	█
Producción del producto							

Presentación del Plan de Trabajo

PORTADA	INDICE	
Membrete de la Organización (Interlineado sencillo)		pp.
	ISTAS DE CUADROS	iii
	LISTAS DE GRÁFICOS	iv
	CAPITULO	
Titulo	I XXXXXXXXXXXXXXXX	1
	
	
	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	2
	
	XXXXXX XXX XXXXXXXXX	9
Autoría	
	II XXXXXXXXXXXXXXXX	X
Ciudad, Mes, Año	X
	
	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	X
	X
	XXXXXX XXX XXXXXXXXX	X
	X
	II XXXXXXXXXXXXXXXX	X
	X
	
	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	X
	X
	XXXXXX XXX XXXXXXXXX	X
	X
	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXX	
	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXX	X
	X XXXXXXXX	X
	
	
	REFERENCIAS	X
		X
	ANEXOS	
A	XXXXXXXXXXXX xx XXXXXXXXX	
	
B	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	x
	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXX	X
	x xx XXXXXXXXX	X

CUERPO DE TRABAJO

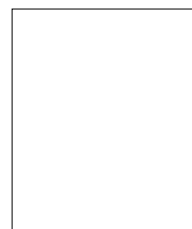
CAPITULO I	Tipo	
TÍTULO CENTRADO LETRAS MAYÚSCULAS TIPO NORMAL RESALTADO EN NEGRITAS	1	
Subtítulo de Primer Nivel Centrado Letras Mayúsculas y Minúsculas Tipo Normal Resultado en Negrita	1.1	Anexos
Subtítulo de Segundo Nivel Centrado Letras Mayúsculas y Minúsculas Itálicas Resaltadas en Negrita	2	Nota: Cada anexos debe tener su título correspondi ente y van cada uno en página diferente.
Subtítulo de Tercer Nivel al Margen Letras Mayúsculas y Minúsculas Itálicas Resaltadas en Negrita	3	
Subtítulo de cuarto nivel con sangría a cinco espacios letras minúsculas en itálicas resaltadas en negritas y terminando con punto y aparte.	4	

RECOMENDACIÓN DE TRANSCRPCIÓN

La transcripción de un interlineado de espacio y medio (1.5)
Sangría al comienzo de cada párrafo de 5 espacio (a computadora de (0.7 cm)
En la Referencias se utiliza sangría francesa de 5 espacio (a computadora de (0.7 cm)

MARGENES DE LAS PÁGINAS

3



3

ORIENTACIONES DE CITAS TEXTUALES

<p>Las citas textuales, se emplea para transcribir exactamente expresado por los autores. Las citas de menos de 40 palabras se deben incorporar al texto entre comilla. Se utiliza el sistema autor -fecha. Dicho sistema requieren de los siguientes datos: apellido del autor, año de publicación de la obra consultada y número de la página de la cual fue extraída la cita</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>“ _____ ”</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>“ _____ ”</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>Las citas con una extensión mayor de 40 palabras, se transcriben en un párrafo aparte, con cinco espacios de sangría por ambos lados. Este tipo de cita se transcribirá a un espacio ente líneas y sin comillas.</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

PRESENTACIÓN DEL INFORME

Todo Informe debe ser entregado anillado, las tapas se recomienda que sean azul marino, blanco, transparente.

Referencias bibliográficas

Ander-Egg, E. y. (2005). *Cómo elaborar un Proyecto; guía para diseñar proyectos sociales y culturales*. (19ª ed.). Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina: Lumen/Hvmanitas.

Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyecto*. México DF: Mc Graw Hill.

Bolaños, C. V. (2017). Obtenido de https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/166/mod_resource/content/1/la-creatividad/index.html

Buitriago, F., & Márquez, I. (2013). *La economía naranja; una oportunidad infinita*. Washington Dc: BID.

Castillo, M. (2005). *La Creatividad en el proceso de creación de empresa; en la empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes*. Secretaria General Técnica.

Content, R. R. (01 de noviembre de 2018). Redator Rock Content. Obtenido de [https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-PLAN DE NEGOCIOS \(EMPRENDIMIENTO\)/](https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)/)

Cruz, A. F. (2018). RANKIA. Obtenido de <https://www.rankia.co/blog/mejores-opiniones-colombia/3940907-economia-naranja-definicion-ejemplos-cifras>

Draier E., H. J. (2013). *Clave para emprender; Concepto básico para planificar y desarrollar tu proyecto*. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Económico.

Excelencia, E. E. (2018). escuelaeuropeaexcelencia.com. Obtenido de <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2016/09/analisis-del-contexto-la-organizacion/>

Ferreira, N. M. (2018). Oberlo. Obtenido de [https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-PLAN DE NEGOCIOS \(EMPRENDIMIENTO\)](https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO))

Funes Gerardo, L. A. (2018). *Empredimientos Tecnocreativos; Creatividad y tecnología ¿aliados o enemigos?* BID.

Galvis, R. (2007). *El proceso creativo y la formación docente*. Laurus, 13(23), 82-98.

González , R. (2004). Elaboración de planes de negocio. México DF: Mc Graw Hill.

Industria, 4. (2018). Obtenido de <https://www.cic.es/industria-40-revolucion-industrial/>

MarketingDirecto.com. (2018). Las 5 características clave de las personas creativas. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/las-5-caracteristicas-clave-de-las-personas-creativas>

Md Marketing digital. (09 de 11 de 2018). Md Marketing digital. Recuperado el 09 de 11 de 2018, de www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital

Muñoz, J. (2008). Contabilidad Financiera. Madrid: Prentice Hall.

Prim, A. (2015). Obtenido de <https://innokabi.com/ideas-de-negocio-7-pasos/>

Puchol , L. (2005). El libro del emprendedor; Cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe (2ª ed.). España: Díaz de Santos.

Ramírez , D. (2008). Contabilidad Administrativa (8º ed.). México DF: Mc Graw Hill.

RIAF. (2015). Revista Internacional Administración y Finanzas. Obtenido de <http://dSPACE.UAN.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/150/1/RIAF-V8N5-2015.pdf>

Rodríguez, R. A. (2011). El Emprendedor de Éxito (4ª ed.). México DF, México: Mc Graw Gill.

Sanz, N. (2018). TheCreativeBlog. Obtenido de <https://thecreative.net/blog/existen-cinco-tipos-de-creatividad-cual-es-la-tuya/>

Spri. (s.f.). Manual básico para emprender.

tecnología, C. y. (2018). Obtenido de [file:///C:/Users/LAB01/Downloads/PLAN DE NEGOCIOS \(EMPREDIMIENTO\)s_Tecnocreativos_Creatividad_y_tecnolog %C3%ADa_aliados_o_enemigos_es.pdf](file:///C:/Users/LAB01/Downloads/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20(EMPREDIMIENTO)s_Tecnocreativos_Creatividad_y_tecnolog%C3%ADa_aliados_o_enemigos_es.pdf)

Valenzuela. (15 de 02 de 2016). Universidad Militar Nueva Granada Facultad De Estudios a Distancia. Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada Facultad De Estudios a Distancia (FAEDIS: <http://www.umng.edu.co/>

ISBN: 978-9942-33-237-0



9 789942 332370



compAs
Grupo de capacitación e investigación pedagógica