

|  |
| --- |
| GUÍA PLAN DE NEGOCIOS |
| DOCUMENTO GUIA PARA DEFINIR LA VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD DE INICIATIVAS EMPRESARIALES |
|  |

AUTOR

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA MARCO FIDEL SUÁREZ

2017

COORDINACIÓN DE EMPRENDIMIENTO

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| [La Guía Plan de Negocios es una herramienta de fácil uso que permite al emprendedor identificar la viabilidad y factibilidad de su iniciativa empresarial.]  **PRESENTACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS**  **INFORMACION GENERAL DEL PROPONENTE / Datos Generales**   |  | | --- | | DATOS GENERALES DEL PROPONENTE (LIDER DEL EQUIPO) | | NOMBRES Y APELLIDOS | | IDENTIFICACION (MARQUE CON X) TI CC CE NUMERO | | DIRECCION RESIDENCIA TELEFONO FIJO | | BARRIO , CIUDAD DE RESIDENCIA NUMERO CELULAR | | FECHA NACIMIENTO CIUDAD | | CORREO ELECTRONICO | | ESTADO CIVIL (marque con X) Soltero Casado Viudo  U.Libre Separado | | Estudios Realizados (Certificados o en curso) Ninguno Primaria Bachillerato  Técnico Tecnólogo Universitario  Magister Doctorado | | Institución Educativa | | Docente (Área) |  * 1. **Información General del Equipo Emprendedor: Detallar los datos de las personas que acompañan la propuesta de negocio a emprender.**  |  | | --- | | **DATOS GENERALES DEL EQUIPO EMPRENDEDOR** | | NOMBRES Y APELLIDOS: | | IDENTIFICACION (MARQUE CON X) TI CC CE NUMERO | | DIRECCION RESIDENCIA TELEFONO FIJO | | BARRIO , CIUDAD DE RESIDENCIA NUMERO CELULAR | | FECHA NACIMIENTO CIUDAD | | CORREO ELECTRONICO | | ESTADO CIVIL (marque con X) Soltero Casado Viudo  U. Libre Separado | | Estudios Realizados (Certificados o en curso) Ninguno Primaria Bachillerato  Técnico Tecnólogo Universitario  Magister Doctorado | | Institución Educativa | | Docente (Área) |  |  | | --- | | **DATOS GENERALES DEL EQUIPO EMPRENDEDOR** | | NOMBRES Y APELLIDOS: | | IDENTIFICACION (MARQUE CON X) TI CC CE NUMERO | | DIRECCION RESIDENCIA TELEFONO FIJO | | BARRIO , CIUDAD DE RESIDENCIA NUMERO CELULAR | | FECHA NACIMIENTO CIUDAD | | CORREO ELECTRONICO | | ESTADO CIVIL (marque con X) Soltero Casado Viudo  U.Libre Separado | | Estudios Realizados (Certificados o en curso) Ninguno Primaria Bachillerato  Técnico Tecnólogo Universitario  Magister Doctorado | | Institución Educativa | | Docente (Área) |  |  | | --- | | **DATOS GENERALES DEL EQUIPO EMPRENDEDOR** | | NOMBRES Y APELLIDOS: | | IDENTIFICACION (MARQUE CON X) TI CC CE NUMERO | | DIRECCION RESIDENCIA TELEFONO FIJO | | BARRIO , CIUDAD DE RESIDENCIA NUMERO CELULAR | | FECHA NACIMIENTO CIUDAD | | CORREO ELECTRONICO | | ESTADO CIVIL (marque con X) Soltero Casado Viudo  U.Libre Separado | | Estudios Realizados (Certificados o en curso) Ninguno Primaria Bachillerato  Técnico Tecnólogo Universitario  Magister Doctorado | | Institución Educativa | | Docente (Área) |  1. **Datos Generales del Proyecto:** Definir de manera clara y precisa la empresa que se pretende crear con la idea de negocio**.**   **A que se dedicará la empresa que piensa crear?**   |  | | --- | |  |   **Donde Ubicara la Empresa?**  **Ciudad\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Dirección\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **Barrio \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Comuna\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **Justifique: ¿Por qué es necesario crear una empresa o desarrollar el producto o servicio de su idea?**   |  | | --- | |  |   **Actividad Económica a la que pertenece (Marque con una X)**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Actividades Culturales y Deportivas** |  | **Fabricación de productos caucho y plástico** |  | | Agropecuario |  | Hoteles, Restaurantes, Bares, Similares |  | | Alimentos y Bebidos |  | Industrias manufactureras |  | | Artesanías |  | Maquinaria, Equipos Tecnología |  | | Comercio |  | Marroquinería |  | | Construcción |  | Servicios de Salud |  | | Educación |  | Telecomunicaciones y Mensajería |  | | Fabricación Productos Químicos |  | Textil y Confección |  | | Otra, Cual? |  |  |  |   **Describa con la experiencia laboral, académica o de otro tipo, que aportaran al desarrollo de su idea?**   |  | | --- | |  |   **Que productos o servicios quiere vender?**   |  | | --- | |  |   **¿Cuál es el factor diferenciador o innovador de su empresa?**   |  | | --- | |  |   **3.0 GESTION DEL MERCADO**  **Definición**: *La finalidad del plan de Mercadeo es establecer unos objetivos comerciales coherentes con los objetivos globales de la empresa y detallar cómo se van a alcanzar esos objetivos? Para ello, hay que realizar un análisis o investigación de mercado, lo más detallado posible, donde se va a mover la empresa?, también habrá que conocer a los clientes potenciales y a la competencia, y decidir con que tácticas se va a abordar cada meta parcial. Con este análisis de mercadeo se obtiene la información sobre las necesidades, deseos, gustos, actitudes, comportamientos, niveles de vida, ingresos, ubicación geográfica de los consumidores y las características de la competencia para orientar la toma de decisiones de los creadores de empresa. Para el desarrollo del plan de mercado es fundamental realizar una investigación a través de diversas herramientas y para ello se debe elaborar una encuesta.*  **3.1 Investigación del Mercado**  Qué actividad de investigación de mercado realizo   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **HERRAMIENTAS APLICADAS** | **LUGARES DONDE SE APLICO LA HERRAMIENTA** | **OBJETIVO DE LA HERRAMIENTA APLICADA** | | Encuestas |  |  | | Observación directa |  |  | | Grupos Focales (grupo de discusión seleccionado para examinar la idea de negocio) |  |  | | Otras fuentes |  |  |   *NOTA: Se puede anexar las encuestas tabuladas y el análisis de las mismas en el plan de negocio.*  **3.2 Análisis de la Oferta**  **Competencia 1: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **Competencia 2: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **Competencia 3: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **CRITERIO** | **COMPETENCIA 1** | **COMPETENCIA 2** | **COMPETENCIA 3** | | Fortaleza Principal |  |  |  | | Debilidad Principal |  |  |  | | Atractivo de la Localización |  |  |  | | Niveles de Satisfacción de sus clientes |  |  |  | | Existencias |  |  |  | | Proveedores |  |  |  | | Tráfico de clientes |  |  |  |   **En el siguiente cuadro realice una comparación general de los competidores, donde corresponde a los valores que se dan a continuación:**   1. **Deficiente 2. Regular 3. Aceptable 4. Bueno 5. Excelente**  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **ASPECTO** | **COMPETIDOR 1** | **COMPETIDOR 2** | **COMPETIDOR 3** | | Precio al Detal (Unitario) |  |  |  | | Precio al Por Mayor |  |  |  | | Descuento |  |  |  | | Empaque |  |  |  | | Canal de Distribución |  |  |  | | Posicionamiento |  |  |  | | Garantía Post-Venta (Respaldo después de la venta) |  |  |  | | Calidad |  |  |  | | Equipo de Vendedores |  |  |  | | Promoción |  |  |  | | Publicidad |  |  |  | | **PUNTAJE** |  |  |  |  * 1. **Producto a Desarrollar:**   **INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **PRODUCTO/SERVICIO** | **CARACTERISTICA** | **Ventaja (comparativa frente a la competencia)** | **BENEFICIOS** | | **1.** |  |  |  | |  |  |  | |  |  |  | | **2.** |  |  |  | |  |  |  | |  |  |  | | **3.** |  |  |  | |  |  |  | |  |  |  |   **DISTRIBUCION**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **SECTORES** | **INTERNACIONAL** | **NACIONAL** | **REGIONAL** | **LOCAL** | | **Mayorista** |  |  |  |  | | **Minorista** |  |  |  |  | | **Productor** |  |  |  |  | | **Consumidor/usuario Final** |  |  |  |  | | **Otras, ¿Cuáles?** |  |  |  |  |   **PROMOCION PARA EL NUEVO PRODUCTO O SERVICIO A DESARROLLAR**   |  |  | | --- | --- | | **ASPECTO** | **DESCRIPCION** | | **NOMBRE COMERCIAL** |  | | **LOGOSIMBOLOS (signo de identidad de una empresa; comprende: logo (nombre propio), caracteres de escritura propios (tpo de letra, tamaños, colores) y un símbolo)** |  | | **ESLOGAN (frase corta y concisa que apoya y refuerza una marca, generalmente resaltando alguna característica o valor de la misma)** |  | | **TIPO DE ACTIVIDAD PROMOCIONAL** |  | | **ESTRATEGIA PARA ESTIMULAR LAS VENTAS** |  | | **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y**  **PUBLICITARIAS** |  |  1. **GESTION OPERATIVA Y PLAN DE PRODUCCION**   ***En esta área se definen los aspectos relacionados con la fabricación de los productos que se han previsto vender. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante la nueva empresa.***  **4.1 Ficha técnica del Producto o Servicio**  ***Actividad: Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque, embalaje y almacenaje.***   |  | | --- | |  |   **4.2 Proceso de Producción o Prestación del Servicio**  ***Proceso de Fabricación y Logística: Actividad 1: Para cada uno de los productos hay que describir su proceso de fabricación. Esto significa que hay que detallar donde se compran las materias primas, como y hacia donde se transportan, como se almacenan hasta su uso, como se usan en el proceso de fabricación y en que consiste este y como se almacena el producto final y como se transporta hasta el cliente final.***  ***Actividad 2: Detalle el proceso de fabricación del producto o de prestación del servicio, identificando las pates del proceso y decidiendo si esas etapas se realizaran dentro de la empresa o se van a subcontratarán a terceros.***   |  | | --- | | Actividad 1: | | Actividad 2: |   **¿Qué pasos seguirá para ofrecer/prestar su producto/servicio?**  ***Relacione y describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto o servicio. En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (ver ejemplo 1).***   |  | | --- | |  |   ***Ejemplo 1. Santana Ltda. Es una empresa que desarrolla, produce y comercializa ropa y accesorios para mujeres. Inicialmente se realizará una investigación sobre las necesidades y preferencias en ropa para dama, luego se procede a establecer unos patrones para las tallas y complementando con las tendencias de moda actuales y la consecución de materiales apropiados con proveedores confiables, nacen las muestras de una colección con su respectiva ficha técnica. Se mercadea el producto y se reciben los pedidos para generar una orden de producción donde se realiza la compra de materias primas, y asi mismo, se planean las cantidades asignadas a cada taller de confección, siempre en función de una excelente calidad y una oportuna entrega.***  ***4.3 Necesidades y Requerimientos:*** *en el caso de realizar la fabricación en la empresa, hay que describir las características fundamentales de los locales e instalaciones, la maquinaria que se requiere y el personal que se empleará y la formación que debe tener. En el caso de subcontratar partes del proceso de fabricación, hay que saber a quién se va subcontratar y que características deben cumplir estos terceros***. ¿Qué recursos (materia prima e insumos, maquinaria y equipo, muebles y enseres, mano de obra, herramientas tecnológicas, entre otros) utilizará?**  **Actividad:** Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto/servicio por cada unidad y por periodo de producción, como : tecnología requerida, descripción de equipos y maquinas, situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas, mano de obra operativa especializada requerida.  **REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS**   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Tipo de Materia /Mercancía Requerida** | **% participación en la producción del producto** | **Costo Unitario** | **Descuentos que hace el proveedor** | **Forma de Pago** | **Nombre del Proveedor** | |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |   **REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS-MUEBLES Y ENSERES**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **DESCRIPCION (tipo maquinaria o equipo)** | **Cantidad Requerida** | **Nombre del Proveedor** | **Valor Unitario** | **Valor total** | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |   **REQUERIMIENTOS LOCATIVOS**  **Su empresa será instalada en local: Propio\_\_\_\_\_\_\_ Arrendado \_\_\_\_\_\_\_**  **Detalle el tipo de ajustes locativos que debe realizar:**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Tipo de ajuste** | **Proveedor o Contratista** | **Valor del Requerimiento** | **Forma de Pago** | |  |  |  |  |   **Requerimientos necesidades técnicas y tecnológicas**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **Descripcion Necesidad** | **Tipo 1** | **Nombre del Proveedor** | **Valor Unitario** | **Valor Total** | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | **Total** |   Soluciones Tecnológicas: Software libre, Software Licenciado (ofimática, producción geográfica) Software de Seguridad y Mantenimiento. Requerimientos físicos (Hardware)  **Requerimientos de mano de obra**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Profesión** | **Cantidad** | **Honorarios** | |  |  |  | |  |  |  |   **5.0 Plan de Producción**  ***Capacidad de Producción.*** *Un aspecto crítico de la empresa es conocer la capacidad de producción que se va a tener y la flexibilidad para adaptar esta capacidad de producción a variaciones, en aumento o en disminución, de la demanda por parte del mercado.*  ***Actividad:******Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por periodos, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de Producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo, ejemplo: cajas de tomate por mes, numero de almuerzos producidos y vendidos x mes, presente el incremento del a producción en el tiempo, ejemplo: primer mes = 0 cajas de 50 unidades, quinto mes = 300 cajas de 50 unidades, sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, mes n= 1000 cajas de 50 unidades.***  **¿Qué número de unidades-servicio, producirá-ofrecerá mensualmente? Debajo de cada mes indicar el número de unidades que producirá para ese mes.**   |  | | --- | | **Mes 1 mes 2 mes 3 mes 4 mes 5 mes 6** | |  | | **Mes 7 mes 8 mes 9 mes 10 mes 11 mes 12** | |  |   **5.1 Costos de producción-servicios**  **¿Cuáles son los costos del producto o de la prestación del servicio?**  ***Actividad: - Relacione el costo de la materia prima (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida).***   * ***Costo de transporte de productos terminados. Valor por unidad de medida.*** * ***Costos de los materiales de empaque.*** * ***Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo del primer año de actividad.*** * ***Costo de mantenimiento instalaciones por el mismo periodo anterior. En los casos que sean necesarios establecer costo de repuestos.*** * ***En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo o de lotes o terrenos.*** * ***Requerimiento de mano de obra directa por periodo (ejemplo por semana, mes, )*** * ***Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal.*** * ***En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio.*** * ***Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras.*** * ***Costo por periodo de mano de obra indirecta.*** * ***Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción.*** * ***Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.***   ***Ver ejemplo 2.***  ***Los siguientes son los costos fijos y variables de la empresa Santana Ltda.***  ***Costos fijos: durante el primer año los costos fijos se verán representados solo en la logística de la distribución.***  ***1 año : nomina (personas vinculadas) 2 personas con el salario minimo mas prestaciones sociales, ventas y mercadeo $770.000 para un total de $1.540.000.***  ***Distribucion: la empresa contratada para la distribución del producto.***  ***Gastos Publicitarios: $333.000 mensual***  ***Celulares: $80.000 mensual***  ***2 año: para el segundo año con la incursión en las exportaciones esperamos arrendar un local que nos sirva para la integración adecuada d elos procesos y revisión correcta de despachos para exportación, se deberá asumir en ellos arriendo y servicios.***  ***Arriendo $600.000 mensual Servicios: $130.000 mensual Papelería: $50.000 mensual***  ***Gastos Varios: productos de aseo, producto de cocina, $150.000 mensual***  ***Seguros y pólizas: $1.000.000 Celulares: $80.000 gastos publicitarios: $333.000 mensual***  ***Nomina personas vinculadas 2 personas con el salario mínimo mas prestaciones sociales, ventas y mercadeo $770.000 desarrollo de producto y calidad, cartera y contabilidad $770.000 para un total de $1.540.000.***  COSTOS VARIABLES. EJEMPLO:   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **FICHA DE COSTOS** | | | | | | | Descripción | **JEANS CON APLICACIONES** | | | | | | Referencia | 0002 |  | TALLAS | MEDIA |  | | Precio de Venta | $30.000 |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  | | **DETALLE** | **$UNIDAD** | **CANTIDAD O CONSUMO** | **$VALOR** | **PROVEEDOR** | **OBSERVACIONES** | | Marquilla | $60 | 1 | $60 | Merlino |  | | Etiqueta | $70 | 1 | $70 |  |  | | Bolsa | $80 | 1 | $180 |  |  | | Alma | $70 | 1 | $70 |  |  | | Corte | $300 | 1 | $300 |  |  | | Índigo 6 onz | $6.500 | 0,35 | $2.275 | Alex jaramillo |  | | Botones | $50 | 2 | $100 | Coralpa |  | | Lavandería | $1.500 | 1 | $1.500 | Lavinco |  | | Bordados | $1.000 | 1 | $1.000 | Stela Bordad. |  | | Total | $9.630 | $9,35 | $5.455 |  |  | |  |  |  |  |  |  | | Mano de Obra Estimada en minutos | | 20 |  |  |  | | Valor estimado mano de obra | | $4.200 |  |  |  | | Valor Real de la mano de O. | | $4.200 |  |  |  | | Costo Total prenda: | | $9.655 |  |  |  |   **ACTIVIDAD: Diligencia la información de su proyecto teniendo en cuenta el ejemplo anterior:**  **6.0 EL PRECIO**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **Producto (Bien o Servicio)** | **Precio de la Competencia** | **Cual es mi Precio** | **Mi costo por Unidad** | **Lo que le gano a cada producto** | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |   **7.0 La clientela:**  ***Para que la idea de negocio resulte un éxito, debe conocer lo mejor posible las características, los deseos, las necesidades insatisfechas y el comportamiento de cada uno de sus clientes potenciales o futuros, para poder ofrecerles realmente lo que desean y necesitan, averiguando también cuanto están dispuestos a pagar por satisfacer sus gusto sus necesidades. Puede seleccionar su clientela de acuerdo con diversos criterios básicos, ales como, sexo, edad, nivel de ingresos o estrato, educación, trabajo que realiza, lugar en el que vive, clima, entre otros.***  ***Por ejemplo si su producto es de comercialización de ropa para bebés su cliente podría ser las mujeres de 25 a 35 años que tienen bebe y que viven cerca de su negocio.***  ***Luego quienes pueden ser sus clientes? Cualquier persona que tenga necesidades (estas pueden ser entidades del gobierno, instituciones diversas u otra empresas.***  ***Para entender nuestros clientes se puede preguntar:***   * ***¿Quiénes son?*** * ***¿Cuáles son sus preferencias?*** * ***¿Cuándo Compran?*** * ***¿Por qué Compran?*** * ***¿Por qué usan el producto o servicio?*** * ***¿Dónde viven o donde trabajan?***   ***Recuerde no tomar las decisiones de acuerdo a su intuición es muy importante tener claro quienes serian las personas o empresas a los cuales esta dirigido su producto.***  MI CLIENTELA   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | PRODUCTO |  | REF. |  |      |  | | --- | | **PERSONAS** |  |  | | --- | | CARACTERISTICAS GENERALES |  |  | | --- | | OTRAS CARACTERISTICAS |  |  |  | | --- | --- | | SEXO |  | | ESTRATO |  | | RANGO EDAD |  | | NIVEL INGRESOS |  | | PROFESION-OFICIO |  | | CLIMA |  | | LUGAR VIVIENDA |  |   **EMPRESAS**   |  | | --- | | CARACTERISTICAS GENERALES |  |  | | --- | | OTRAS CARACTERISTICAS |  |  |  | | --- | --- | | SECTOR |  | | TAMAÑO |  | | PUBLICO |  | | UBICACION |  |   **ACTIVIDAD: CUANTO VENDERE EL PRIMER AÑO: en cada casilla del mes correspondiente y teniendo en cuenta el plan de producción establecido por usted en el punto 5.0 Plan de Producción, indique las misma proyección y totalice, valor total que debe coincidir con la producción estimada.**   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Producto (bien o servicio)** | **Mes**  **01** | **Mes**  **02** | **Mes**  **03** | **Mes**  **04** | **Mes 05** | **Mes 06** | **Mes 07** | **Mes 08** | **Mes 09** | **Mes 10** | **Mes 11** | **Mes 12** | **Total Anual** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |   **En el cuadro siguiente totalice la cantidad a vender durante el año:**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Cuanto Venderé el primer año?** | | | | | **PRODUCTO O SERVICIO** | **UNIDADES QUE VENDERE EL PRIMER AÑO (U)** | **CUAL ES EL PRECIO POR UNIDAD DE MI PRODUCTO (P)** | **CUANTO DINERO TENDRE POR VENDER ESTAS UNIDADES UXP** | |  |  |  |  |   **6. LA COMUNICACIÓN:**  ***Actividad: ¿Cómo daré a conocer la empresa y los productos? . ¿Qué haré para que conozcan mis productos y mi empresa y para captar clientes?***  ***En esta actividad se deben indicar las acciones de comunicación que impactarán directamente el producto o servicio que se llevará al mercado incluyendo medios audiovisuales, escritos, y digitales entre otros.***   |  | | --- | |  |   ***He elegido esta práctica porque: justificar la elección basada en aspectos económicos y de impacto***.   |  | | --- | |  |   Al año me va a salir por: indicar el valor económico que se invertirá en comunicación y éste en porcentaje a cuanto equivale sobre las ventas estimadas.   |  | | --- | | Pesos colombianos / año:  Lo que supone el \_\_\_\_\_% de mis ventas previstas |   En el cuadro siguiente indicar mes a mes cuáles son esas actividades de comunicación que se llevarán a cabo. Por ejemplo. Página web, prensa y televisión.   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Acciones de Comunicación | E | F | M | A | M | J | J | A | SP | OC | NO | D | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |   **MI COMPENTENCIA. Es importante tener muy clara cuál es mi competencia, y con ello los datos básicos que me permitirán tener mi referente como empresa en el sector económico.**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **Mi Competencia** | | | |  | | **Empresas que serán mi Competencia** | **¿Dónde Están?** | **¿Cuánto Venden?** | **Puntos Positivos** | **Aspectos a Mejorar** | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |   **LAS EMPRESAS PROVEEDORAS: Se refiere a aquellas empresas que me suministrarán materia prima, equipos, muebles y enseres, entre otros.**   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Empresas Proveedoras** | **Productos que le Compraría** | **Cantidad Mínima que venden** | **Precio** | **Calidad** | **Servicio** | **Forma de Pago** | **Plazo de Entrega** | |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |   **CUANTO COMPRARE EL PRIMER AÑO: se refiere a las compras mes a mes de materia prima, equipos entre otros.**   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Producto (bien o servicio)** | **Mes**  **01** | **Mes**  **02** | **Mes**  **03** | **Mes**  **04** | **Mes 05** | **Mes 06** | **Mes 07** | **Mes 08** | **Mes 09** | **Mes 10** | **Mes 11** | **Mes 12** | **Total Anual** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |   **7.0 PLANIFICACION DE COMPRAS EL PRIMER AÑO.**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | **Cuanto Comprare el primer año?** | | | | **PRODUCTO (BIEN O SERVICIO)** | **CANTIDAD ANUAL** | **PRECIO UNITARIO** | **TOTAL COMPRA** | |  |  |  |  | |  |  |  |  |   **8.0 LA LOCALIZACION**   |  |  | | --- | --- | | En el local previsto se puede desarrollar la actividad? | SI \_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_\_ | | Dirección del Local: |  | | Tiene superficie de: | | | Las obras que tengo que hacer me van a costar: $ | | | Tengo que pagar un adelanto o traspaso: | | | Al mes me cuesta: $ | | | El decorado y mobiliario me costará: | | | He hablado con el dueño o con la persona encargada? SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_ | | | He pagado un dinero o he pagado abono Si\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_\_ | | | Mi oficina, planta o negocio: Dibuja, pega una fotografía, una imagen o ilustra la forma como se quiere distribuir el taller, la planta o el negocio que se desea tener. | |   **8. LA PLANEACION ESTRATEGICA**  ***Actividad: Escribe tres misiones y tres visiones, luego elija el que más se ajuste a su realidad empresarial o reorganícelo según sea el caso.***  MISION 1  LA MISION DE MI EMPRESA:   |  | | --- | |  |   VISON 1   |  | | --- | | LA VISION DE MI EMPRESA: |   Formular tres grandes objetivos empresariales, teniendo en cuenta que los objetivos deben ser:   * Claros y específicos * Puestos por Escrito * Ambiciosos, pero realistas * Flexibles * Medibles * Coherentes * Motivadores.   1  2  3   |  | | --- | | **Actividad: Defina los valores corporativos de su empresa:** |   **9. SERVICIO AL CLIENTE**  ***¿Cómo se realizará el servicio post venta en su empresa?***  **Actividad.** Relacione cada una de las actividades que realizará, luego de entregar el producto-servicio a su cliente. Por ejemplo, soporte técnico, aplicación de garantía, mantenimiento, cursos y manejo de quejas.   |  | | --- | |  |   **10. CALIDAD**  **¿Cómo piensa realizar el control de calidad?**  ***Actividad: definir cómo se realizará el control de calidad de los productos/servicios que comercializará. Para ello se debe tener en cuenta que la calidad de un producto-servicio es la capacidad que tiene para satisfacer las exigencias para las cuales ha sido creada y que el valor de esta calidad se mide por el grado de satisfacción de las personas que lo adquieren, usan o contratan. Para obtener información sobre estos aspectos, se realizarán encuestas entre los clientes, se establecerán comparaciones permanentes con la competencia y se pedirá la opinión al empleado o colaboradores.***  **Ver ejemplo 3.**  **Ejemplo 3: la empresa santana Ltda. Realizará los siguientes actividades para levar a cabo el proceso de control de calidad.**   * **Control de calidad interno: donde se hacen a las confeccionistas auditorias periódicas de cada lote.** * **Revisión Final: que garantice la calidad de la confección y la ausencia de cualquier imperfecto.** * **Pruebas de uso: en el proceso de desarrollo de productos, luego de que la colección sea diseñada y las primeras muestras elaboradas y medidas, se hace una muestra adicional por talla para cada producto, que será evaluada y entrega a personas cercanas para que usen el producto y verifiquen la calidad comodidad y horma, para aplicar correctivos antes de hacer las producciones. *Para medir el grado de satisfacción de sus clientes se establecerá una serie de indicadores e instrumentos: Al terminar el proyecto, se realizara una encuesta a cada cliente en la que se pedirá que valore cada uno de los aspectos de prestación de servicio, así como del producto final (resultado final, trabajo técnico, estética, utilidad del producto, adecuación a las expectativas, rapidez del servicio, trato) Además se incluirá un campo abierto para que puedan incluir comentarios. De estos comentarios se podrá extraer nuevos ítems para la encuesta pero, sobre todo información sobre aspectos que pudieran ser importantes para los clientes e incorporarlos al trabajo. Se analizara trimestralmente esas valorizaciones y se establecerán estrategias de mejoramiento.***   ***11. Seguridad en el trabajo y medio ambiente***  ***Descripción: determinar qué tipo de medidas son necesarias adoptar, en la actividad que se va a desarrollar, respecto a la seguridad, higiene y medio ambiente. Se tendrá que consultar normativas sobre prevención de riesgos laborales relacionada con la actividad y normativa de medio ambiente y residuos (en caso de que existieran).***   |  | | --- | |  |   Hay alguna normativa de prevención de riesgos laborales aplicable a su empresa= en caso afirmativo, explique cuál es:  ***Ver ejemplo 4***.  ***Ejemplo 4: La Empresa Santana Ltda. Tuvo en cuenta que al comprar el mobiliario este debía ser ergonómico para evitar lesiones. El gerente de la empresa preveía que iba a pasar muchas horas delante del ordenar, debía pensar también en instalar un sistema de iluminación indirecta, monitores de pantalla TFT, así como teclados y ratón ergonómicos, etc. Además en el omento de alquilar el local, debía tener en cuenta que este cumpliera los requisitos de seguridad. Con relación al medio ambiente, se propuso llevar a cabo distintas medidas, tales como reciclar el papel, el tóner, utilizar productos no tóxicos y realizar una recogida selectiva de los residuos. Estaba seguro de que todas estas acciones, además de contribuir a respetar el medio ambiente, se traducirían en un ahorro en costes y en una buena imagen de la empresa.***  ***Actividad: En caso de que no haya ninguna normativa al aspecto, ¿Que cree que se debería hacer para prevenir riesgos de lesiones y enfermedades derivadas del trabajo? ¿Hay alguna normativa ambiental aplicable a su actividad? Explique cuál es?***   |  | | --- | |  |   **Es contaminante el servicio que se quiere ofrecer? Y los residuos que se generan con su actividad? Si es así, ¿qué medidas piensa tomar para evitar dañar el medio ambiente?**   |  | | --- | |  |   **12. GESTION ADMINISTRATIVA**  ***En esta área se define como se va a organizar la empresa. Además es interesante fijar los objetivos que puede asumir el negocio a lo largo de los tres primeros años. El objetivo del plan de organización es doble. Externamente, se trata de demostrar que el equipo emprendedor del proyecto está capacitado para afrontar y sacar a delante la nueva empresa. Internamente, se trata de asignar las distintas responsabilidades a las diferentes personas que van a trabajar en el negocio. Muchos proyectos han fracasado por el hecho de no haber establecido claramente las responsabilidades de cada miembro y por no haber adoptado una organización profesional desde e primer momento. Este aspecto de la empresa puede generar muchas tensiones entre el equipo emprendedor. Sin embargo, es bueno discutirlo antes y sobre el papel, pues siempre será mejor que discutirlo con la empresa en marcha y con problemas.***  **12.1 Gestión del Personal**  ***Debe quedar bien claro, que al iniciar la marcha es la empresa sobre quien recaen las distintas responsabilidades, por ello se debe detallar quien se va a hacer responsable del mercadeo, de la producción, de las finanzas, etc. Hay que identificar qué áreas de la empresa carecen de personal con las habilidades necesarias para hacer que se desarrolle convenientemente, se deberá tratar de encontrar un experto externo que asesore al equipo en esa área, o incluso buscar un nuevo socio, o emplear a alguien con las habilidades necesarias para hacer que se desarrolle convenientemente, se deberá tratar de encontrar un experto externo que asesore al equipo en esa área, o incluso buscar un nuevo socio, o emplear a alguien con habilidades en ese campo. Es importante realizar el organigrama administrativo y conocer los aspectos legales de la contratación de trabajadores y las cargas sociales que ello implica.***  ***Actividad: defina el tipo de contratación del personal, por empresa temporal, vinculado a la empresa, por prestación de servicios, entre otros.***  **¿Cómo se hará el procedimiento de selección de Personal?**   |  | | --- | |  |   **¿Qué formación va a necesitar usted y su equipo para mejorar el negocio?**   |  | | --- | |  |   **¿Cómo se evaluará el desempeño de sus empleados?**   |  | | --- | |  |   **12.2 ANALISIS DOFA**  ***Se construye recopilando toda la información obtenida en las diferentes áreas de la empresa***  ***AMENAZAS: Factores externos que pueden afectar la empresa (clima, violencia, modificaciones legales, entre otros)*** descríbalas.  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  ***OPORTUNIDADES Factores externos que pueden beneficiar la empresa. Descríbalas.***  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  ***FORTALEZAS Factores internos que benefician la empresa (ubicación, precio, calidad, espacios locativos, entre otros) descríbalos.***  ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***  ***DEBILIDADES: Factores internos que impiden el crecimiento de la empresa (escasez de recursos, espacios locativos, ubicación, calidad, entre otros ) descríbalos.***  ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***  ***12.3 LOS /LAS SOCIOS/SOCIAS.***   |  |  |  | | --- | --- | --- | | Nombre de socios-socias | Que esperan de la empresa | Que espero yo de ellos-ellas | |  |  |  | |  |  |  | |  |  |  |   ***Número de socios-socias trabajadores-trabajadoras:\_\_\_\_\_\_\_***  ***Número de trabajadores contratados\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***  **Los – Las Trabajadores-trabajadoras**   |  |  | | --- | --- | | Socio-a Trabajadores | Salario Anual | |  |  | |  |  | |  |  | | Suma: |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Personal que trabajara en mi empresa** | **Puesto y Categoría** | **Salario que le pagare al año** | **Lo que me cuesta esta persona al año.** | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | Suma: | | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Tipología** | **Total No.** | **Total Costo anual** | | Socios y socias trabajadores-as |  |  | | Personal que trabajara en mi empresa |  |  | | **Total número de empleos** |  |  | | **Total costo anual** | |  |   **12.4 LA ELECCION DE LA FORMA JURIDICA: se refiere a seleccionar cuál será la forma jurídica de mi empresa, como LTDA, S.A O S.A.S. Entre otras. Seleccione dos que considere puedan generar beneficios para su empresa y finalmente seleccione la que más beneficios le represente.**  **La forma social de mi empresa será:**   |  | | --- | |  |   **Ya que….**  **Primera forma: Ventajas**   |  | | --- | |  |   **Segunda Forma: Ventajas**   |  | | --- | |  |   **12.5 Gastos de Constitución: se refieren a gastos en notaria, en cámara de comercio para la puesta en marcha de su empresa.**   |  |  | | --- | --- | | **Concepto y Detalle del cálculo de gastos de constitución de mi empresa** | **Costo** | |  |  | |  |  | | **Suma** | **$** |   **CUANTO DINERO NECESITO PARA INICIAR MI NEGOCIO: se totalizan los gastos proyectados en el plan de negocios.**   |  | | --- | |  |   **BIBLIOGRAFIA**  INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA MARCO FIDEL SUÁREZ. Coordinación de Emprendimiento. 2017  BELLO CIUDAD EMPRENDEDORA, Convenio Secretaria de Educación para la Cultura-Alcaldía de Bello. 2011  GUIA DE INICIO PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. Medellín Ciudad Clúster, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Alcaldía de Medellín. Noviembre de 2011.  Osterwalder [Alexander](https://www.google.com.co/search?hl=es&tbo=p&tbm=bks&q=inauthor:%22Alexander+Osterwalder%22&source=gbs_metadata_r&cad=7) y Pigneur [Yves](https://www.google.com.co/search?hl=es&tbo=p&tbm=bks&q=inauthor:%22Yves+Pigneur%22&source=gbs_metadata_r&cad=7). Generación de modelos de negocio. Editorial Grupo Planeta España, 2013  **CIBERGRAFÍA**  FUENTE: <HTTPS://WWW.RANKIA.CL/BLOG/IDEAS-EMPRENDIMIENTO-CHILE/3623205-MODELO-CANVAS-PLANTILLA-EXCEL-EJEMPLOS>. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA  * CAPACIDAD EMPRENDEDORA. Impulso a la creación de nuevos negocios. Colección PAC ,Proyecto Incubadora de Empresas en Bolivia. (Biblioteca PMFS), 2009 * EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO, Alcaraz, Rafael. McGraw-Hill Interamericana. Tercera Edición. (Biblioteca PMFS) 2008. * GOMEZ DIEGO FERNANDO, APARICIO RINCON SEBASTIAN. Emprendimiento e innovación claves de la transformación social y económica. P.63-65. – AÑO 2009. Biblioteca UPB * CLARA URIBE, Emprendimiento para Todos, Muchos sonlos llamados, pocos los escogidos. P- 22-23 AÑO 2009- Biblioteca UPB. * BRAIDOT NESTOR, El cerebro ante el Cambio: Momentos de Emprendimiento y de atención. P.27-32 Bliblioteca UPB 2009. * EDUCANDO PARA QUE MONTE SU EMPRESA Y NO FRACASE EN EL INTENTO. Grupo Editores, 2009  CIBERGRAFIA RECOMENDADA  * El Negocio al Descubierto, aventuras de un emprendedor Global, BransonRichar   <http://www.resumido.com/es/libro.php/597#4> version on line   * El Renegado Profesional, Cómo ganarnos la vida hacienda lo que mas nos gusta. Fields, Jonathan, versión on line: <http://www.resumido.com/es/libro.php/576> * El Don, cómo los emprendedores experimentados aprenden a lidiar con lo que sea. Brodsky Norm, Burlingham, versión online. <http://www.resumido.com/es/libro.php/561> * El origen y evolución de los nuevos negocios, Emprendedores y pequeñas empresas. Bhide, Amar. Versión online <http://www.resumido.com/es/libro.php/108/El_Origen_y_Evolución_de_los_Nuevos_Negocios>  Enlaces Recomendados Idearios emprendedores[http://www.bubok.com](http://www.bubok.com/)  * <http://www.aprendeaemprender.com> * [www.expansionyempleo.com](http://www.expansionyempleo.com) * [www.ipyme.org](http://www.ipyme.org) * [www.emprendiendo.com](http://www.emprendiendo.com) * [www.emprendedores.es](http://www.emprendedores.es)  [http://www.negocio-en-casa.net](http://www.negocio-en-casa.net/)  * [www.bussinescol.com](http://www.bussinescol.com) * [www.100negocios.com](http://www.100negocios.com) * [www.icontec.com.co](http://www.icontec.com.co) * [www.proexport.com](http://www.proexport.com) * [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co) * [www.icontec.com.co](http://www.icontec.com.co) * <http://www.camaramedellin.com.co> * [www.gestrategica.com](http://www.gestrategica.com) * [www.icontec.com.co](http://www.icontec.com.co)   **ANEXO** |

Este modelo puede servir de guía inicial para la visualización y evaluación de nuestro plan de negocio, de manera que se pueda confirmar la efectividad fáctica del mismo.

**LIENZO MODELO CANVAS**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aliados Clave** | **Actividades Clave** | **Propuesta de Valor** | | **Relación con el Cliente** | **Segmentos de Clientes** |
| **Recursos Clave** | **Canales** |
| **Estructura de Costes** | | | **Estructura de Ingresos** | | |

“**¿Qué es el Modelo Canvas? (Sacado de** <https://www.rankia.cl/blog/ideas-emprendimiento-chile/3623205-modelo-canvas-plantilla-excel-ejemplos>)

El modelo de negocio Canvas es una herramienta nueva, que vio la luz en 2010 en el libro “generación de modelos de negocio” de Alex Osterwalder e Yves Pigneur.

El modelo canvas forma parte de la idea de la existencia de una propuesta de valor, la cual deber ser comunicada a los potenciales clientes. Esto conllevará la necesaria disponibilidad de recursos y obligará a establecer relaciones con agentes externos e internos. En el libro Osterwalder desarrolla nuevo módulos:

**Segmentos de clientes:** debemos de conocer los diferentes grupos de personas a los que queremos ofrecer nuestros productos o servicios. Los clientes son la base de todo el negocio por lo que tenemos que conocer perfectamente cada uno de los segmentos y conocer sus necesidades.

**Propuestas de valor:** definir bien nuestra propuesta de valor, definir qué nos diferencia de la competencia y que nos acerca a potenciales clientes. Debes explicar el producto/servicio que se ofrece a los diferentes segmentos de clientes.

**Canales:** son los procesos por los que entregamos la propuesta de valor a los clientes, a cada segmento de clientes. Debemos determinar cómo comunicarnos, cómo vamos a alcanzar y cómo entregar la propuesta de valor a los clientes.

**Relación con el cliente:** podemos establecer diferentes tipos de relaciones con los diferentes segmentos de clientes.

**Fuentes de ingresos:** también debemos definir la forma en que la empresa genera los ingresos para cada cliente. Los ingresos se pueden obtener de forma directa o indirecta.

**Recursos clave:** debemos describir los recursos más importantes que son necesarios para el funcionamiento del negocio.

**Actividades clave:** para poder entregar la propuesta de valor se deben desarrollar una serie de actividades (procesos de producción, marketing…)

**Asociaciones o alianzas clave:** debemos definir las alianzas necesarias para ejecutar nuestro modelo de negocio con garantías y podamos optimizar la propuesta de valor

**Estructura de costos:** hay que registrar y comprobar todos los costes en los que se incurren al operar el modelo de negocios. Así podemos optimizar los costes para diseñar un modelo de negocios más eficaz.”

Fuente: https://www.rankia.cl/blog/ideas-emprendimiento-chile/3623205-modelo-canvas-plantilla-excel-ejemplos