



PROYECTO

“FORTALECIMIENTO DE CULTURA EMPRENDEDORA EN JOVENES DE LA PROVINCIA DE PUNO”

CURSO TALLER: Elaboración DE PLANES DE NEGOCIO



Gerencia de Turismo y Desarrollo Económico
Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Desarrollo Económico Rural



¿Qué es una idea de Negocio?

Una ideaa de negocio es una descripción corta y precisa de lo que será tu negocio. Para ello es necesario tener una idea clara sobre deseas llevar acabo.





Algunas ideas de Negocios



Elaboración de artesanía ropas típicas Distrito de Capachica



Elaboración de una bebida a base de Chaqo distrito de Puno



Producción de hortalizas en invernadero distrito de Acora



Elaboración de yogurt enriquecido con cañihua "JADES" distrito de Coata



Producción y comercialización de derivados lácteos distrito de Atuncolla



Comercialización y crianza de cuyes Distrito de Vilque



Producción de Artesanía Distrito de Amantani



Ctrl. F5 Publicidad distrito de Puno



Crianza de cuyes Ecológicos SADAMI distrito de Huatta



Producción de Quesos SHARMELY Distrito de Chucuito



PLAN de negocio

El plan de negocio es un instrumento de gestión, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que te ayudara a organizar las ideas y detallar qué deseas hacer y que necesitas para desarrollar e implementar tu idea de negocio.



u11539028 fotosearch.com

También te puede ayudar a realizar mejoras en la empresa



ESTRUCTURA DE plan de negocio

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIO

RESUMEN EJECUTIVO

DATOS GENERALES

nombre del negocio
ubicación geográfica
Responsables del perfil de negocio
Categoría de jóvenes emprendedores
Sector económico
Situación Actual del Negocio

JUSTIFICACIÓN DE PLAN DE NEGOCIO

Justificación Social
Justificación económica
Justificación ambiental

ESTUDIO DEL MERCADO

Definición del negocio

Análisis de la demanda

Necesidades y deseos de los consumidores, demanda potencial

Segmentación de mercado
Análisis de la Oferta
Principales competidores de su negocio

MERCADEO

MARCO ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO

Análisis de FODA

Estrategias del negocio

Visión del Negocio
Misión del negocio
Objetivos del negocio

ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO

descripción y diseño del producto o servicio
proceso de producción

PLAN DE OPERACIONES

Proveedores del negocio

metas de producción

Requerimiento de materias primas e insumos directos

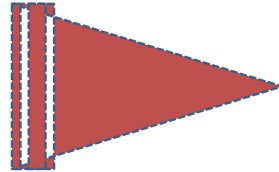
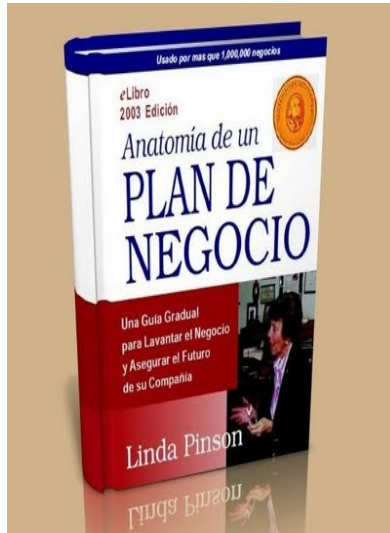
costos variables

Costos Fijos

PRESUPUESTO

EVALUACIÓN FINANCIERA Flujo de caja

INDICADORES ECONOMICOS VAN, TIR, B/C





RESUMEN EJECUTIVO



El resumen ejecutivo es una presentación breve de los aspectos mas relevantes del perfil de negocio que se ha elaborado

En la medida que este resumen logre despertar la curiosidad del inversionista y lo motive conocer mas sobre la idea del negocio

Recuerde: El resumen ejecutivo presenta el perfil de la empresa, el producto o servicio que se quiere ofrecer, el mercado objetivo que se quiere satisfacer, las estrategias que se emplearán para el logro de los objetivos, los resultados económicos esperados y los indicadores financieros del plan de negocios.



DATOS GENERALES



Nombre del negocio

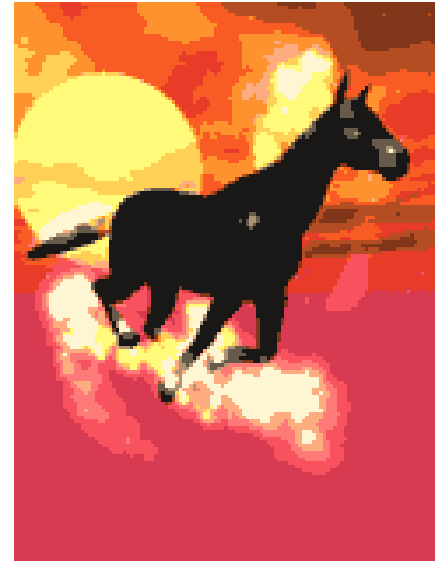
Ubicación Geográfica

Responsables del perfil de negocio

Categoría de jóvenes emprendedores

Sector económico

Situación actual del negocio





JUSTIFICACION DEL PLAN DE NEGOCIO

Justificación social

tiene como objetivo demostrar que el producto o servicio mejorará la calidad de vida de las personas .



Justificación Económica

considera que el negocio será rentable lo suficiente para cubrir los costos y obtener ganancias.



Justificación ambiental

El producto o servicio conserva el medio ambiente, teniendo **encuentra los siguientes:**

- El calentamiento global.
- La escasez de agua.
- La contaminación de las aguas.
- Los cambios climáticos que vienen generando grandes desastres naturales.
- La contaminación del espacio.
- La transformación de áreas agrícolas en zonas urbanas.





ESTUDIO DE MERCADO

Desarrollará el resto de nuestro proyecto.



Describir el producto o servicio considerando las características más importantes que comprende en cuanto a calidad, presentación, originalidad, desempeño durante el transporte, almacenaje entre otros atributos del producto o servicio.



Un producto *Un objeto físico o*

servicios *se refiere a cualquier*

bien tangible *es cualquier*

ofrecimiento *que tiene la*

capacidad de satisfacer una

necesidad o un deseo.



ANALISIS DE LA DEMANDA

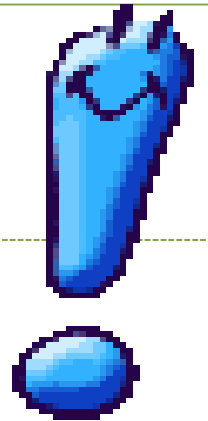
Demanda. Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado



En el análisis de la demanda se debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuánto se venderá y a quienes?
- ¿A que precio?
- ¿Cómo y a donde se realizaran las ventas ?





Necesidades y deseos de los consumidores

Es el conjunto de requerimientos de los consumidores para sentirse bien, desarrollarse, cumplir metas, construir una calidad de vida entre otras.

que puede se suscitar. Está
constituido por el número de
compradores posibles
dispuestos a consumir lo
máximo de los productos o
servicios que ofrecemos.
Sirve para estimar el nivel
de ventas de nuestro



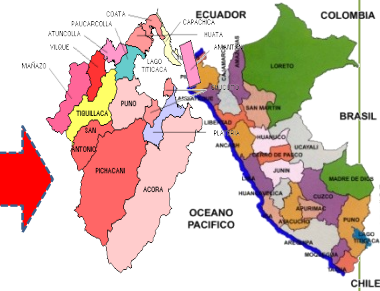


Profile-Municipal

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable. Los mercados se pueden segmentar de acuerdo con varias dimensiones

Los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunas, barrios. Debe tenerse en cuenta que algunos productos son sensibles a la cultura de una nación, pueblo o región.



El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad. Lo más común es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas.



El mercado se divide en diferentes grupos con base en características de los compradores tales como clase social, estilo de vida, tipos de personalidad, actitudes de la persona hacia si misma, hacia su trabajo, la familia, creencias y valores. La segmentación por actitudes se la conoce como segmentación conductual y es considerada por algunos mercadeólogos como la mejor opción para iniciar la segmentación de un mercado.



Geográfica
Demográfica
Psicográfica



ProfIE-Municipal

ANALISIS DE LA OFERTA

Oferta: es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de ofertante (productores) están dispuestos a poner en el mercado a un precio determinado.



Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta serán:

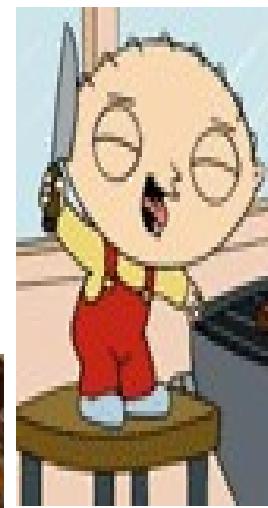
- Numero de productores
- Producto o servicio que oferta
- Que cantidad vende (mensual, anual.)
- Precio
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad de de los producto
- Localización



Profile-Municipal

PRINCIPALES COMPETIDORES DE NEGOCIO

Se refiere a los demás productores que llevan al mismo mercado el mismo producto que el negocio oferta. Es necesario registrar el nombre (Como persona natural o nombre empresarial), luego los productos/servicios de la misma línea.





MERCADEO

Estrategias del producto y/o servicio

Al desarrollar tu idea de negocio, debes evaluar que tipo de producto o servicio deseas ofrecer y que beneficios brindara a tus clientes. Además es muy importante que ofrezcas algo diferente a los demás



- Cual es su principal atributo o ventaja
- variedades de producto o servicio
- características físicas principales de los productos o servicios que ofrezco
- Empaque
- Marca
- Garantía
- Servicio de post Venta



Estrategias de precio

Es establecer las políticas de fijación de precios.

La lista de precios se fijará en función:

- a la estructura de costos de la empresa,
- a los precios de la competencia,
- a la percepción de los clientes
- los resultados económicos esperados por el empresario.



tácticas de precio:
"precio por docena",
"docenas de catorce",
3 X 2 es decir tres unidades por el precio de 2,
precio psicológicos como 1.99 ó 99.99 ó 159.99



MERCADEO



Estrategias de promoción y publicidad

El objetivo fundamental de la estrategia de promoción es comunicar y dar a conocer al mercado objetivo las bondades del producto o servicio que se ofrece.



Actividades de publicidad.

- Marketing directo.
- Promociones de ventas.
- Sorteos.
- Promociones conjuntas.
- Uso de videos, folletos, catálogos
- Relaciones públicas.
- ¿Se hará publicidad por radio o televisión?

Estrategia plaza o distribución

También conocida como la estrategia de lugar, hace referencia a la forma cómo se llegará al cliente o consumidor final.



- ¿Se vende directamente a los clientes?
- ¿Se utiliza representantes de ventas, distribuidores o agentes?
- ¿Cómo accede a clientes "valiosos"?
- ¿Los distribuidores tienen algún poder de negociación?
- ¿Los distribuidores están asociados?
- ¿Cuántos distribuidores hay y cómo están distribuidos



Ejemplos:

MARCO ESTRATEGICO DEL NEGOCIO

Análisis FODA.

FORTAL EZAS

son los puntos fuertes que están bajo tu control, ocurren actualmente y deberán ser aprovechados para la puesta en marcha del negocio.

- Posición dominante del mercado
- Competencias centrales
- Economías de escala
- Posición de bajo costo
- Liderazgo y habilidades del equipo e gestión
- Recursos financieros
- Habilidades en la fabricación y tecnología
- Investigación y desarrollo de productos y mercados
- Marca y reputación
- Productos diferenciados
- Patentes y propiedad intelectual
- Red de distribución



DEBILID ADES

son las carencias o los puntos flacos del negocio y que están dentro del control del emprendedor, que ocurren actualmente y deberán superarse.

- Baja participación de mercado
- Pocas competencias centrales
- Planta antigua
- Base de costos altos
- Balance patrimonial y flujo de fondos débiles
- Poca capacidad para asignar roles y responsabilidades
- Producto no diferenciado
- Posicionamiento débil
- Problemas de calidad
- Falta de distribución
- Brecha de habilidades



MARCO ESTRATEGICO DEL NEGOCIO

Análisis FODA.

AMENAZAS

son los factores externos negativos y desfavorables en el entorno; generalmente están fuera del control del emprendedor.

OPORTUNIDADES

son aspectos positivos o favorables que se encuentran en el entorno y de los que podrás hacer uso para implementar tu idea de negocio

Nuevos participantes en el mercado
Presión por el precio competitivo
Altos precios de los insumos
Cambiantes necesidades de los clientes
Fusiones entre compradores
Amenaza de sustitutos
La capacidad de crecimiento supera considerablemente el crecimiento de la demanda
Movimiento desfavorable en el ciclo económico
Cambio demográfico
Regulaciones y legislaciones
Amenaza de importaciones

Innovación tecnológica
Demanda nueva
Necesidad insatisfecha
Oportunidad de diversificación
Crecimiento del mercado
Cambio social y demográfico
Apoyo político favorable
Repunte económico

Adquisiciones y asociaciones estratégicas
Financiamiento a tasas preferenciales
Liberalización del comercio



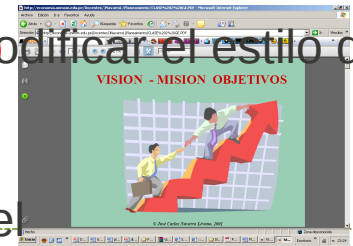


MARCO ESTRATEGICO DEL **NEGOCIO**

Haga clic para modificar el estilo de

Segundo nivel

- Tercer nivel
- Cuarto nivel
- Quinto nivel



Es una imagen futura, un ideal con el que se sueña alcanzar. Es lo que esperamos que sea nuestro negocio en el futuro

Visión del **Negocio**

Elementos de una visión

Formulada para los líderes

Dimensión del tiempo

Integradora

Amplia y detallada

Positiva y alentadora

Realista y posible

Consistente

Difundida interna y externamente

Ejemplo: de una empresa de alimentos, Al 2013 ,Nuestra visión es la de ser los mejores y ofrecer los productos más innovadores y de la más alta calidad adelantándonos a las necesidades de la salud y el bienestar de todas las personas.

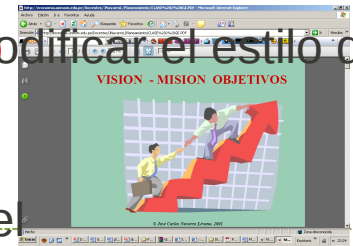


MARCO ESTRATEGICO DEL NEGOCIO

Haga clic para modificar el estilo de

Segundo nivel

- Tercer nivel
- Cuarto nivel
- Quinto nivel



**Misión del
Negocio**

La misión indica la manera como una organización pretende lograr y consolidar las razones de su existencia.

Elementos de la misión
Definición del negocio
Visión y metas principales
Filosofía corporativa

Ejemplo Empresa de Celulares, El compromiso central de ALCATEL es la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, suministrándole soluciones integrales de comunicación de la más avanzada tecnología en todos los campos, garantizando su eficacia en el tiempo para mantenernos como líderes en servicio y rentabilidad

Ejemplo Caso LACTEOS DELICIA.

“Somos una empresa que elabora derivados lácteos, cumpliendo con los mejores estándares de calidad para satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes”.



MARCOESTRATEGICO DEL NEGOCIO



Objetivos del negocio

Son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo de su visión y misión.

Características de un buen objetivo
Es medible
Establece un plazo para alcanzarlo
Define al responsable del mismo



Ejemplo: una empresa que ofrece servicios turísticos de aventura

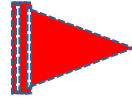
Posicionarse en el próximo año como la mejor empresa de turismo de aventura, con personal calificado, obtener una rentabilidad del 10 % y tener alianza con tres hoteles locales.



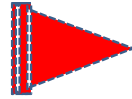
ProfIE-Municipal

ESTUDIO TECNICO PRODUCTIVO

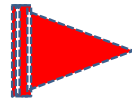
Insumos
(materia prima)



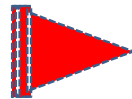
Personas
(mano de obra)



Tecnología /
Maquinaria



Planto y/o local de
trabajo



PROCESOS
de
TRANSFORMACIÓN

Producto /
Servicio
valorado
por el
cliente





ProfIE-Municipal

ESTUDIO TECNICO PRODUCTIVO

Descripción del producto o servicio.

Cuando diseñe un producto debe tener en cuenta las siguientes variables:

- La **calidad**, es decir, que cumpla con los estándares establecidos por el cliente, en apariencia y rendimiento.
- La **fiabilidad**, es decir, que el producto no falle.
- La **simplicidad**, a pesar de su complejidad sea de fácil uso.



Descripción

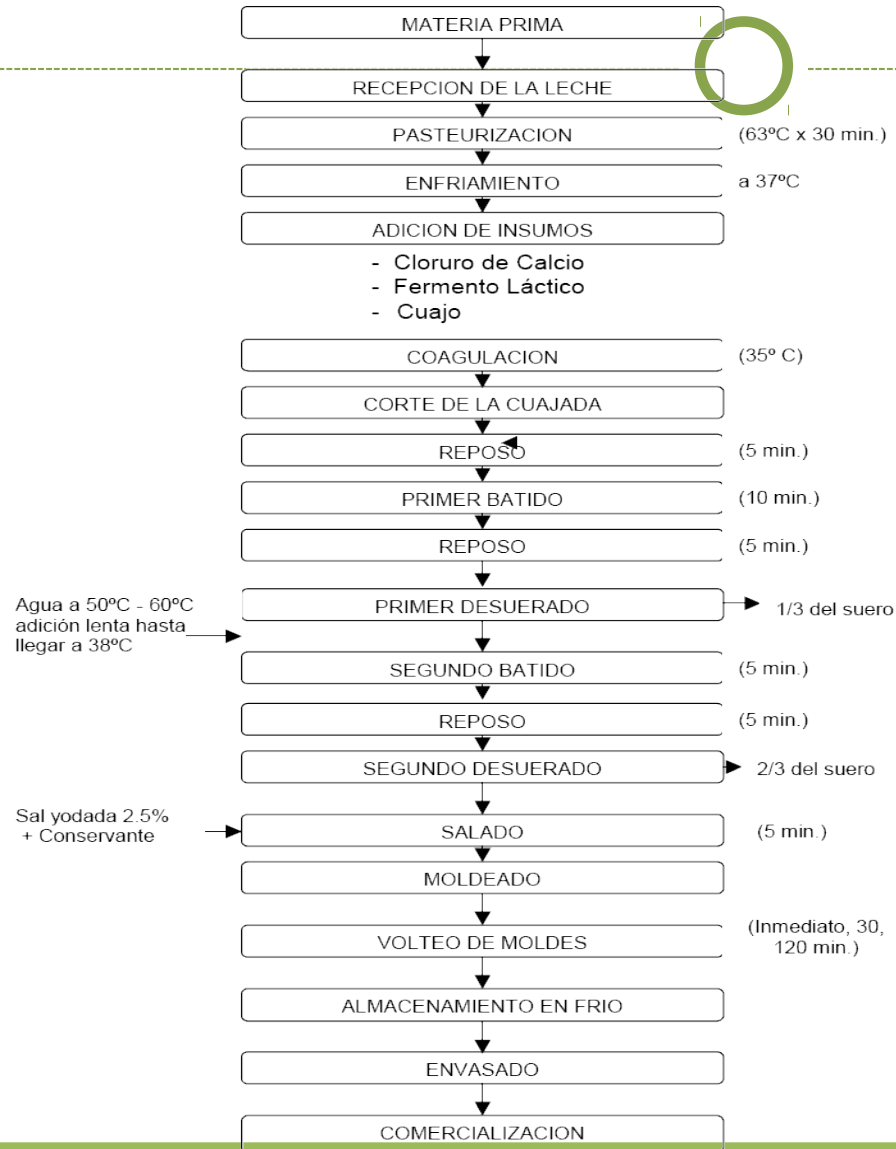
- Especificaciones técnicas del producto: fórmula, dimensiones, pesos, tallas,
- Marca del producto: nombre, logotipo, símbolo, diseño o cualquier signo visible.
- Características del envase: dimensiones, peso, posibilidad de que el producto sea
- Lugar de fabricación, distribuidora, dirección, teléfono y cualquier medio de
- Registros y permisos legales: Registro Único del Contribuyente (RUC), Registros Sanitarios, entre otros .
- Certificaciones de calidad, si los hubiera.



PROCESO DE PRODUCCION DE BIENES Y/O SERVICIO



FLUJO DE ELABORACIÓN DEL QUESO FRESCO





Ejemplo: PROCESO DE ELABORACION DE AREPAS



Pesado



Remojado



cocinado



molido



Amasado



moldeado



Asado



Producto final



Plan de operaciones



Proveedores del negocio

El éxito del negocio dependerá en gran medida del servicio nuestros proveedores, engrane óptimamente, por lo que hemos desarrollado una organización de compras inteligente y eficaz, con personal altamente capacitado y motivado.

Metas de Producción

Las metas de producción es a lo que se quiere proyectarse en el futuro
Ejemplo si ahora produzco 100 litros de yogurt de acá un años debo producir el doble de producto o sea 200 litros





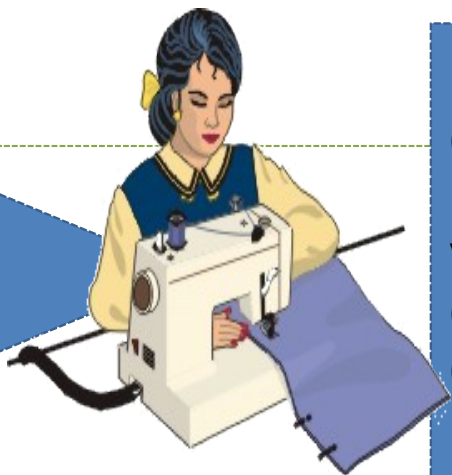
PLAN DE OPERACIONES

Costos Variables

Los costos variables se caracterizan por que están exclusivamente en función directa con la cantidad de unidades producidas, es decir a medida que aumenta la cantidad de producción en una unidad adicional estos costos variables también aumentan el cual implica la variación a nivel de costos por lo que se les denomina costos variables. Los costos variables están referidos a la adquisición de materia prima o insumos, materiales directos, mano de obra directa y otros gastos directos.

Costos Fijos

Los costos fijos se caracterizan por qué no dependen exclusivamente de la cantidad de unidades producidas, estos costos están referidos a los desembolsos ocasionados por la empresa en el pago mensual del alquiler de local, carga personal administrativo y el pago de algunos servicios básicos.



La inversión fija tangible comprende los desembolsos incurridos en activos fijos como maquinarias, equipos, herramientas, terrenos, vehículos y/o embarcaciones, semovientes, construcciones (obras civiles) y otros tangibles de planta. Por ejemplo la inversión fija tangible para un negocio en la línea de artesanía se estructura de la siguiente manera:

Inversión fija tangible



La inversión fija tangible comprende los desembolsos incurridos en activos fijos como maquinarias, equipos, herramientas, terrenos, vehículos y/o embarcaciones, semovientes, construcciones (obras civiles) y otros tangibles de planta.

Inversión fija intangible



Son gastos de organización, estudios técnicos, económicos y jurídicos, gastos de montaje, el pago por el uso de marcas y patentes, gastos de capacitación y entrenamiento de personal, los gastos por supervisión.



Calculo de depreciación de maquinaria e equipos



Un aspecto importante a prever es la política de depreciación de los activos fijos tangibles. La vida útil y la depreciación, deberán calcularse en función del ritmo del cambio tecnológico del proceso productivo y del ciclo de vida del bien.



$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Valor inicial de la maquinaria o equipo}}{\text{Vida útil de maquinaria o equipo en años}}$$

Determinación de costos de producción



$$CFU = \frac{CFT}{Q}$$

$$CVU = \frac{CVT}{Q}$$

$$CTU = CFU + CVU$$

$$\text{Ganancia} = PVU - CVU$$

$$PV = CTU + G$$

$$PE = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

Leyenda:

CFU = Costo Fijo Unitario

CFT = costo fijo total

CVU = Costo Variable unitario

CVT = Costo Variable total

Q = Cantidad de unidades producidas

PVU = Precio de venta unitario

CVU = Costo Variable Unitario

PV = Precio de Venta

CTU = Costo Total Unitario





Proyección de Ingresos por Venta en Soles

Los ingresos son las percepciones que tienen la empresa o el negocio por concepto de ventas del producto o servicio.

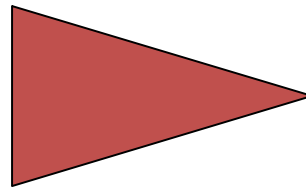
El nivel de precios del mercado y los costos para todos los años del servicio/producto permanecerán constantes para efectos de análisis de la proyección de los ingresos.



EVALUACION FINANCIERA DEL NEGOCIO O PROYECTO



FLUJO DE CAJA

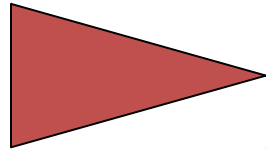


El flujo de caja es un estado financiero que presenta en forma sistemática los ingresos y costos registrados periodo por periodo. Esto se obtiene de los estudios de mercado y estudios técnicos.

EVALUACION FINANCIERA DEL NEGOCIO O PROYECTO



**ELEMENTOS
DEL FLUJO DE
CAJA**



- q **Ingresos de operación**
- q **Costos de operación**
- q **Costos de inversión**
- q **Depreciación**
- q **Tasa de descuento**
- q **Impuesto a la renta**
- q **Flujo de caja neto.**

Indicadores económicos



VAN

Es el valor actual de los beneficios netos que genera el negocio o proyecto durante toda su vida, se mide en monedas de hoy. Se calcula a través de la siguiente expresión matemática.

TIR

La tasa interna de retorno es una tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en el proyecto. Matemáticamente la TIR se calcula cuando el $VAN = 0$; es decir;

Gracias



Ahora a desarrollar sus perfiles
de negocio