

# Capacitación empresarial – Plan de Negocios -

1. Definir su Sueño
2. Diseñar su Sueño
3. Planificar su Sueño
4. Materializar Su Sueño
5. Promocionar Su Sueño
6. Poner Precio a su Sueño
7. Vender su Sueño
8. Administrar su Sueño
9. Sacar Ganancias de su Sueño
10. Financiar su Sueño
11. Convertir su Sueño en Realidad

# QUE ES UN PLAN DE NEGOCIOS

plan de  
negocio



DreamBuilder<sup>\*</sup>



Plan de su negocio es trazar un mapa para lograr éxito para su empresa, para su actividad productiva. El plan será una guía para llegar desde donde usted está hoy a dónde quiere llegar en el futuro.

# PLAN DE NEGOCIOS



Es un espacio de construcción colectiva que combina **teoría y práctica** alrededor de un tema, aprovechando la experiencia de los participantes y sus necesidades de capacitación.

**TALLER - CONCEPTO**

- Impulsan al emprendedor a querer trabajar arduamente y tener éxito  
Son la fuente de inspiración en torno al cual se construye la empresa  
Inspiran al emprendedor para superar los desafíos que implican crear y manejar una empresa

**DEFINIR SU SUEÑO**

# DEFINIR SU SUEÑO



# Frases que nos impiden ser soñadoras y creativas

- ▶ Ni lo sueñes, no tenemos tiempo, el costo es muy alto,
- ▶ No es problema suyo, es demasiado trabajo,
- ▶ ¡Oh no, esa idea otra vez, no!, buena idea pero no es factible, ¿de donde sacaste semejante idea?,
- ▶ Hasta ahora nos ha ido bien sin eso, siempre lo hemos hecho así, no fue presupuestado, es demasiado radical,
- ▶ Deja de volar por las nubes y baja a la tierra, por el momento dejemos esa idea de lado, están acostumbrados a otra cosa, quédese en su lugar,
- ▶ Se reirán de nosotros, no se ha hecho nunca.



# Tema 1.- Cual es su sueño Idea/ sueño

Innovación empresarial

fig.03

<b>PRODUCTO / SERVICIO</b>	<b>Innovación</b>	<p><i>Nuevo producto o servicio</i></p> <p>Ipad, Bodytech, Nintendo Wii.</p>	<p><i>Nueva industria</i></p> <p>Google Inc., Facebook.</p>
	<b>Existente</b>	<p><i>Industria existente</i></p> <p>Restaurante tradicional, consultorio médico, bufete de abogados, despacho de ingeniería.</p>	<p><i>Nuevos sistemas de negocio</i></p> <p>Dell, Fedex, TuBoleta, Andrés Carne de Res.</p>
		<b>Existente</b>	<b>Innovación</b>
<b>SISTEMA DE NEGOCIO</b>			

# Producto o Servicio



► **Producto o Servicio - debe responder a una necesidad insatisfecha, o ser la solución a un problema**



# Producto o Servicio

PRODUCTO	SERVICIO
Tangible	Intangible
Posee características físicas como: olor, forma, textura, color, sabor, materiales	Características intangibles como: calidad, rapidez, comodidad, exclusividad, seguridad.
Características del fabricante o distribuidor como: marca, empaque, envase, embalaje, etiqueta, prestigio	Características de su fabricante (quien brinda el servicio), como el prestigio o posicionamiento.
Su tiempo de vida puede ser largo (duradero) o corto (no duradero).	Su ciclo de vida cambia constantemente y llega a ser limitado.
.Puede compararse de inmediato con otros productos similares.	No puede compararse, sino hasta haberlo usado o contratado.
	No puede separarse de su fuente, trátase de una máquina o persona.
	Perecedero, ya que no se almacena para usarse posteriormente

# Problemas – Soluciones

## ▶ ACTIVIDAD

▶ (10 min,

▶ IDENTIFICAR AL MENOS 5 PROBLEMAS Y SOLUCIONES EN EL SECTOR QUE USTED MANEJA (servicios, gastronómico, artesanal, transformación) priorizarlos..



## Tema 2.- Impacto de su sueño

1. **Estabilidad** Por naturaleza, el camino del emprendimiento es inestable.
2. **División entre trabajo y vida privada** la línea clara entre tu tiempo personal y el profesional se borrará por más que quieras evitarlo, menos tiempo para la familia
3. **Ingresos** tu red de seguridad desaparecerá, puedes **fixar tu propio sueldo**.
4. **Sueño**,. deberás sacrificar un poco de descanso
5. **Comodidad** .- salirte de tu zona de confort

# Tema 3.- Características de un Emprendedor



# Tema 4.- Desafíos a los que se enfrenta un Emprendedor

1. **Disposición de capital** El mayor reto suele ser disponer del capital para iniciar, montar y desarrollar el negocio.
2. **La recesión o crisis económica**
3. **Conseguir un buen plan de acción de marketing**
4. **Crear y/o vender un producto único**
5. **Gestión del flujo de caja**
6. **Obtener acuerdos, licencias, registros o patentes**
7. **Montar un negocio con un presupuesto reducido**
8. **Miedo al Fracaso**
9. **Menos tiempo para la familia**



# ¿Estas preparada par ser una Emprendedor@?



Nosotros los emprendedores nos damos cuenta de la relevancia que tiene el contar con una **buena organización**, ya que se puede decir que es la **columna vertebral de nuestra entidad** y a partir de esta se puedan establecer la misión, los objetivos, funciones, etc.

**DISEÑAR SU SUEÑO**

# Tema 1.- Fuentes de Inspiración

## Planificación Estratégica

Sabemos que la empresa tiene dos ámbitos, por eso hay que realizar una planeación estratégica para lo cual será necesario realizar **evaluaciones tanto internas** (valores, recursos, innovaciones, etc. ) como **externas** (tendencias de la industria, de la tecnología, la competencia, el entorno social, la macroeconomía, etc.)

# ESTUDIO FODA – Fortalezas, Oportunidades , Debilidades, Amenazas

## EVALUACION INTERNA

**F**ortalezas ¿ Que es lo que tiene mi empresa de bueno ?

**D**ebilidades ¿ Que es lo que tiene mi empresa de malo ?

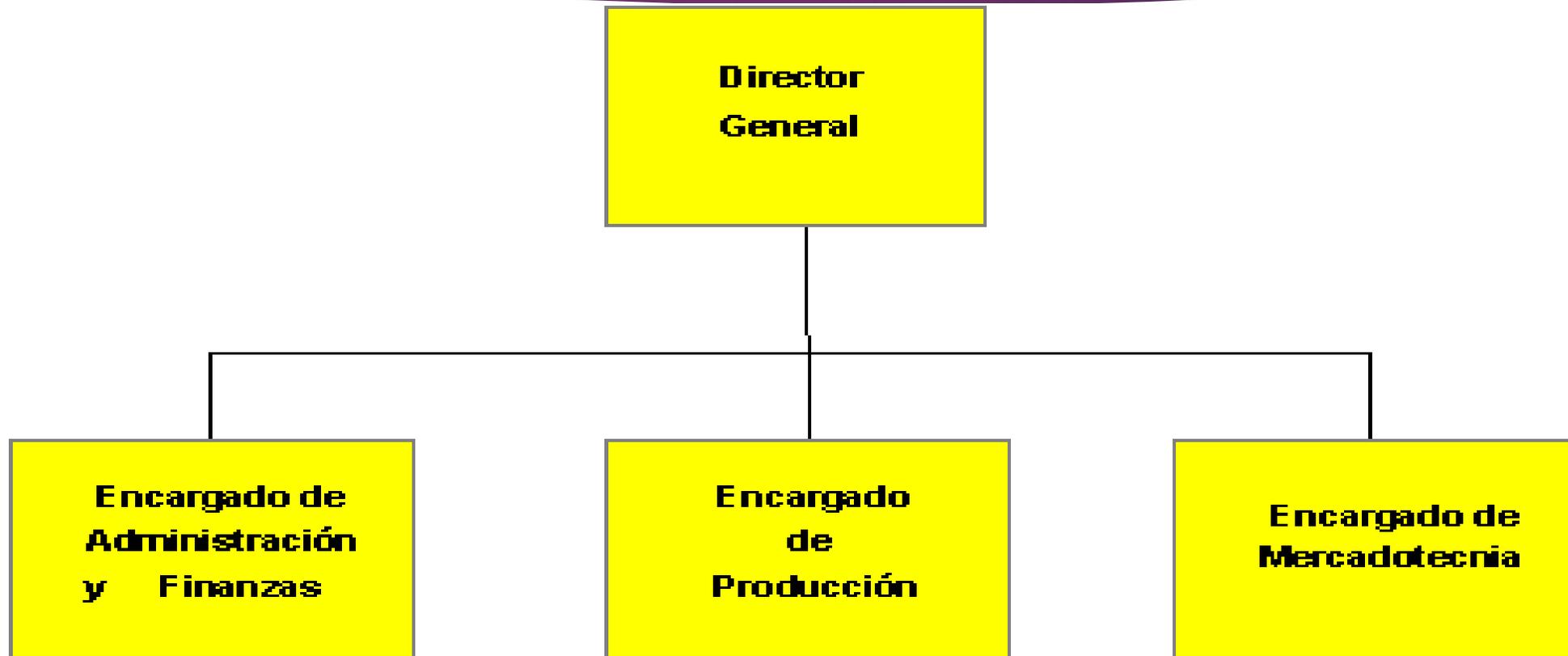
## EVALUACION EXTERNA

**O**portunidades ¿ Que es lo que hay a mi alrededor de bueno ?

**A**menazas ¿ Que es lo que hay a mi alrededor de malo ?



# ELABORAR UN ORGANIGRAMA



# Tema 2.- Compartir su sueño, con personas cercanas y con otras personas para aportar con recomendaciones



## Tema 3.- Quien es mi cliente



Cuando quieres iniciar tu propio negocio, primero debes definir **cuál es tu mercado**, a quién va a ir dirigido tu producto o servicio. Para eso debes conocer cuáles son las **necesidades de los consumidores** y qué es lo que quieren

# MERCADO



## Tema 3.- Quien es mi cliente objetivo

Es la persona que has identificado como el más **interesado en adquirir o comprar tus productos**. Por tanto, esto es un segmento del **mercado objetivo**, ya que has analizado, detallado e identificado algunos aspectos o características esenciales de este cliente objetivo (Edad, nivel o poder adquisitivo del cliente. Profesión, aficiones o Hobbies, ubicación geográfica)

## Tema 4.- Que significa competidor

- ▶ Las **empresas competidoras** son aquellas que operan en el mismo mercado o sector donde piensas implementar tu idea de negocio. ...
- ▶ **Competencia directa:** son aquellas **empresas** que operan en el mismo mercado. Es decir, que venden el mismo producto o servicio y se dirigen a los mismos clientes (segmento de mercado).
- ▶ **Competencia Indirecta.**-Son aquellas que venden un producto o servicio alternativo

# Tema 4.- ¿Qué analizar del competidor?



**1. Saber dónde y con quién compites realmente:** no te fíes de la primera impresión, siempre conviene profundizar un poco para identificar bien a tus competidores más reseñables, conocer quién está haciendo las cosas bien, quién no .

**2. Identificar oportunidades de negocio:** es difícil pero quizás identifiques un nicho de mercado mal atendido por tu competencia.

**3. Detectar elementos en los que diferenciarte:** si entras en un mercado donde ya están otros competidores tendrás que ofrecer algo diferente e innovador para que sus clientes decidan irse contigo.

**4. Prever la reacción de tu competencia:** la creación de tu negocio puede provocar una reacción de tu competencia, sobre todo si le quitas clientela, por lo que es conveniente tratar de anticiparte y prever su reacción.

# Tema 4.- ¿Qué analizar del competidor?

- ▶ Características del proyecto,
- ▶ Proceso de producción
- ▶ Ubicación
- ▶ Precio,
- ▶ Calidad,
- ▶ El servicio que ofrece,
- ▶ Condiciones de pago,
- ▶ Tiempo
- ▶ Forma de entrega,
- ▶ Servicios adicionales etc.



# Tema 5.- Investigación de Mercado – Paso 1

- ▶ **Paso 1. Calcular la demanda primaria.** La demanda primaria es el **tamaño del mercado para una categoría de producto**, por ejemplo zapatos o estacionamiento cubiertos. En general, es la que interesa dimensionar en primer lugar a quien inicia un nuevo negocio. Por ejemplo, luego de identificar el segmento al que se dirigirá, alguien interesado en poner una cancha de fútbol cinco en una zona residencial va a necesitar conocer la cantidad de varones de entre 15 y 45 años en un radio de 5 /10 km, y el dueño de una fotocopiadora querrá conocer la cantidad de alumnos en las escuelas aledañas.

Es decir, en este primer paso es vital establecer tres datos: **quiénes son los clientes potenciales, dónde están ubicados y cuánto gastan en promedio en el producto en cuestión.** Hay que recordar que de la calidad de estos datos, depende en gran parte la precisión de la información de mercado.

# Tema 5.- Investigación de Mercado –

## Paso 2

- ▶ **Paso 2. Conocer datos demográficos.** Una vez establecido el perfil del consumidor y determinado el área donde se encuentra, hace falta obtener o estimar los datos demográficos correspondientes. La primera fuente son los **datos de los censos publicados, los informes de secretarías locales y nacionales (de turismo, industria, comercio, etc.) y los emitidos por diferentes cámaras y asociaciones.** Muchas veces, estos datos resultan obsoletos o demasiado generales, y hay que apelar a la creatividad y el buen criterio para hacer una estimación sólida.

**Por ejemplo,** a la hora de abrir un club de fútbol infantil, puede interesar la cantidad de niños que residen en la zona, pero solo encontrar el dato del total de la población de la ciudad. En este caso, se puede consultar la pirámide de población nacional y aplicar la misma proporción de niños sobre el dato que se tiene.

# Tema 5.- Investigación de Mercado –

## Paso 3

- ▶ **Paso 3.** Aplicar el método de cálculo. Teniendo los datos anteriores, el tamaño del mercado se determina como:

**FORMULA: No. de consumidores en el mercado x por la cantidad de producto promedio comprado anualmente, x por el precio promedio de la unidad.**

- ▶ Ejemplo: Una empresa de mantenimiento de jardines ubicada en un barrio residencial con **400 casas** que podrían contratar una visita semanal de \$10 estima el tamaño total del mercado al que apunta en
  - ▶ **400x4 semanas = 1600 casas mensuales**
  - ▶ **1600 casas x 12 meses = 19200 casas anuales**
  - ▶ **19200 casas x\$10=\$192.000 dólares .anuales**

# Tema 5.- Investigación de Mercado – Paso 4

- ▶ **Paso 4. Interpretar los resultados.** Los datos surgidos del cálculo general del mercado son el punto de partida para un análisis particular, que debe **tener en cuenta los planes y expectativas de quien realiza la estimación**. En el paso anterior, por ejemplo, se estableció la demanda primaria del servicio de jardinería para la zona en cuestión. El plan de negocios que creó el propietario parte de una capacidad operativa que le permitirá atender en una primera fase unas 30 casas por mes, **Conocer el tamaño aproximado del mercado en el que va a ofrecer su servicio asegura que el negocio es potencialmente rentable** (pues el mercado total supera ampliamente los objetivos de ventas del emprendedor), **y que tiene oportunidad de crecimiento a corto, mediano y largo plazo.**

# Tema 6.- Leyes y Regulaciones

- ▶ **Registro Único de Contribuyentes.** “Es la cédula para actividades económicas” SRI, y cumplir con las obligaciones tributarias IVA, retenciones, impuesto a la renta entre otras
- ▶ **Permisos** que sean necesarios según el tipo de negocio: Patentes municipales, Registros sanitarios, bomberos, permiso o licencias ambientales <sup>U.R</sup>
- ▶ **Contratos de Trabajo**, si se emplea a una persona desde el comienzo, lo primero que debe hacerse es generar el contrato de trabajo, en el cual se detallen las funciones del empleado, sus horas de trabajo, salario y garantías sociales correspondientes.
- ▶ En una sociedad, lo mínimo que debe hacerse es una firma de acuerdo ante un notario. **“Esto evitará conflictos futuros, especialmente cuando se trata de negocios en familia”**.

# Leyes de Fomento productivo

- ▶ **Código Orgánico de la Producción**, Comercio e Inversiones (COPCI) Publicado el 29 de diciembre de 2010
- ▶ **Ley de Fomento Artesanal** La ley favorece al artesano tanto individual como grupal. Los principales beneficios de la ley son: - Exoneración de pagos de impuestos a la renta, no están obligados a pagar décimos y no están obligados a llevar contabilidad - Los productos artesanales están exentos de pagar el IVA. - Exoneración de impuestos arancelarios por las materias primas y maquinarias. - Fomento a las exportaciones.
- ▶ **Ley de Fomento de la Pequeña Empresa** Esta ley fomenta el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante la exoneración de impuestos, capacitación, financiamiento y formalización de la empresa. Además se pueden acoger a la remuneración sectorizada

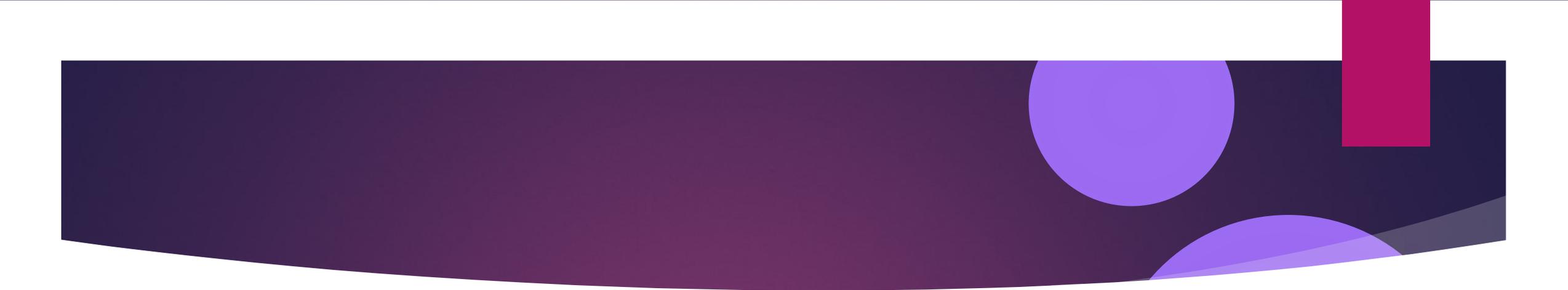
# Leyes de Fomento productivo

- ▶ **Ley de la Economía Popular y Solidaria** Para fines de esta ley se entiende, a la forma de organización económica, sea individual o colectiva, que realicen procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios. Por medio de la cual se aplica los programas destinados a la capacitación, asistencia técnica y asesoría para la exportación.

# Tema 6.- Leyes y Regulaciones – marco normativo

Cuadro 1. Marco Normativo Nacional





LO ÚNICO  
IMPOSIBLE  
*es*  
AQUELLO  
*que*

**NO**INTENTAS