PROYECTAR EL MERCADO APLICADA A FORMACION TECNOLOGOS
COORDINACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

GUIA PRACTIVA PARA SU ELABORACIÓN PROYECTO FORMATIVO Y PRODUCTIVO

José Alexander Herrán Chávez

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
CENTRO NACIONAL DE HOTELERIA, TURISMO Y ALIMENTOS
Área de Formación Proyectar el Mercado – Alimentos y Bebidas
2023

SENA DISTRITO CAPITAL
Centro Nacional de Hoteleria, Turismo y Alimentos
PROYECTAR EL MERCADO – ALIMENTOS Y BEBIDAS

GUIA DIDACTICA PROYETAR EL MERCADO - FORMACION POR PROYECTOS

TECNOLOGO GESTION DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

GUIA PRACTICA PARA SU ELABORACIÓN

Elaborada y Ajustada por:

JOSE ALEXANDER HERRAN CHAVEZ

Instructor Formación Empresarial

CONTENIDO

PRESENTACIÓN
PORTADA DEL PLAN DE NEGOCIOS

I. MÓDULO MERCADO
1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
1.2 ESTRATEGIAS DE MERCADEO
1.3 PROYECCIONES DE VENTAS

II. MÓDULO OPERACIÓN
2.1 OPERACIÓN
2.2 PLAN DE COMPRAS
2.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN
2.4 INFRAESTRUCTURA

III. MÓDULO ORGANIZACIÓN
3.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL
3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
3.3 ASPECTOS LEGALES
3.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

IV. MÓDULO FINANZAS
4.1 INGRESOS
4.2 EGRESOS
4.3 CAPITAL DE TRABAJO

V. PLAN OPERATIVO
5.1 PLAN OPERATIVO
5.2 METAS SOCIALES

VI. IMPACTO
6.1 IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

VII. RESUMEN EJECUTIVO
7.1 RESUMEN EJECUTIVO
7.2 EQUIPO DE TRABAJO

ANEXOS

PRESENTACIÓN

Escribir y desarrollar proyecto de formación aplicado al área de Alimentos y Bebidas no es tan complejo y aburrido como muchos piensan. Descubre aquí cómo trabajar y desarrollar sus ideas para una Formación por Proyectos como todo un profesional.

Concepto de Aplicación de Formación por Proyectos

Estrategia didáctica mediante la cual se busca formar al menos una competencia, buscando que los aprendices en el transcurso de una periodo formación académica desarrollen un proyecto y como evidencia final se presente un producto que genere valor para los aprendices y sea relevante en actuación profesional.

Las didácticas activas que son la base de desempeño son las siguientes; método de preguntas, panel de discusión, lluvia de ideas, simulaciones y juegos, método de casos, juego de roles, exposiciones y método de proyectos

El Objetivo es proporcionar al aprendiz una herramienta didáctica que le permita plasmar su Idea de Negocios o generación de unidad productiva, con parámetros reales, mediante un documento escrito y evidencias practicas haciendo proyecciones y análisis de las operaciones estratégicas de mercados, operación, organización, finanzas y demás aspectos claves y necesarios para poder ser presentado el plan de negocios.

Éxitos en la realización y formulación de su proyecto y su posterior evidencia de desarrollo.

SENA DISTRITO CAPITAL
Centro Nacional de Hoteleria, Turismo y Alimentos
PROYECTAR EL MERCADO – ALIMENTOS Y BEBIDAS

LOGOTIPO DE LA EMPRESA O DEL PRODUCTO O SERVICIO

PLAN DE NEGOCIOS

Nombre de la Empresa :

_____

_____

Productos (B/S) a Ofrecer: A. _____
B. _____
C. _____
D. _____
E. _____

EMPRENDEDOR (ES) Líder: _____
_____
_____
_____
_____
_____

Localización : _____

Ciudad o Mpio. : _____

Teléfono y/o Cel. : _____

Correo Electrónico: _____

_____

Fecha


SENA

I. MÓDULO MERCADO

Es el módulo más importante del plan de Negocios y de su buen desarrollo depende el éxito comercial del mismo. Sus componentes son: Investigación de Mercados, Estrategias de Mercado y Proyecciones de ventas.

1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Permite conocer hacia dónde va el negocio, cuál es su situación en el entorno y definir su mercado. Comprende cinco (5) aspectos:

A. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS: Defina los objetivos a lograr con su Plan, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y demás que considere relevantes. Sus retos a alcanzar.

- **GENERAL:**

_____
_____

- **ESPECÍFICOS:**

*_____
_____
*_____
_____
*_____
_____
*_____
_____
_____

B. JUSTIFICACIÓN y ANTECEDENTES: Por qué se requiere o tendrá éxito su proyecto, Justifique las razones para su desarrollo teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y demás que considere relevantes. Así mismo, relacione los antecedentes o experiencias anteriores de terceros relacionadas con su idea en las áreas de alimentos y bebidas.

C. ANÁLISIS DEL SECTOR: Diagnóstico acerca del comportamiento del sector económico de su actividad empresarial en los últimos 3 o 5 años, su desarrollo tecnológico e industrial; su evolución y tendencia a corto, mediano y largo plazo a nivel regional o nacional, según su mercado. Haga un análisis de la situación actual del sector productivo de su Plan, en lo político, social, tecnológico y económico, mencione algunas tendencias favorables.

Defina el mercado a nivel de crecimiento del sector, participación en el mercado e incrementos por participación en el mercado. Incluya el mercado potencial de sus productos teniendo en cuenta variables de segmentación: geográfica, demográfica, estrato y nichos. Indique el consumo promedio anual. Valor en cantidad de clientes no en pesos. Defina que parte de dicho mercado aspira a atender su proyecto (participación en el mercado). Valor en porcentaje. Establezca cuanto aumentará, después del primer año, su participación en el mercado quitándole clientes a la competencia actual. Valor en porcentaje.

Establecer mediante análisis estadísticos el comportamiento del sector a nivel de crecimiento, buscando dicho dato a través del crecimiento industrial o el producto interno bruto, si no lo ubica directamente, identifique el comportamiento de un sector acorde a su subsector. De lo contrario justifíquelo a través de un trabajo de campo (encuestas, entrevistas). Valor en porcentaje. **NO** registre valores de ventas, las ventas no las define el Emprendedor, se definen a través de la investigación de mercados.

ANALISIS DEL SECTOR					
MERCADO POTENCIAL DEL PRODUCTO	PARTICIPACION MERCADO (MERCADO OBJETIVO)	CRECIMIENTO DEL SECTOR AÑO 2	CRECIMIENTO DEL SECTOR AÑO 3	CRECIMIENTO DEL SECTOR AÑO 4	CRECIMIENTO DEL SECTOR AÑO 5
A.	%	%	%	%	%
B.	%	%	%	%	%

C.	%	%	%	%	%
D.	%	%	%	%	%
E.	%	%	%	%	%

MERCADO POTENCIAL	PARTICIPACION DEL MERCADO AÑO 2- INCREMENTO	PARTICIPACION DEL MERCADO AÑO 3- INCREMENTO	PARTICIPACION DEL MERCADO AÑO 4- INCREMENTO	PARTICIPACION DEL MERCADO AÑO 5- INCREMENTO
A.	%	%	%	%
B.	%	%	%	%
C.	%	%	%	%
D.	%	%	%	%
E.	%	%	%	%

D. <u>ANÁLISIS DEL MERCADO:</u> Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado a nivel nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo percápita, magnitud de la necesidad, etc. Es el mismo Análisis se la Demanda o del Consumidor. Es recomendable hacer uso de Encuestas y/o mecanismos para la recolección de la información pertinente al proyecto del área de alimentos y bebidas

Defina el mercado potencial en clientes, participación, unidades y valores. Indique el año en el cual iniciará ventas, periodo 1, 2 o 3; para definir los primeros periodos de los costos y gastos.

MERCADO POTENCIAL	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	PARTICIPACION MERCADO (MERCADO OBJETIVO)
A.			%
B.			%
C.			%
D.			%
E.			%
EN QUE AÑO INICIA VENTAS (1, 2 o 3)			

● **Segmentación y Participación del Mercado:** Identifique a sus consumidores por su ubicación, edad, género, nivel de ingresos, etc. e indique el porcentaje inicial de mercado a cubrir.

● **Características de los clientes:** Definir las características de sus potenciales consumidores, ejemplo: Sexo, Edad, Profesión, Hábitos de Compra (sitios, cantidades, colores preferidos, motivos de compra, grado de satisfacción), etc.

● **Ubicación:** Estas personas trabajan y residen principalmente en las siguientes zonas:

● **Precio de Compra:** Los clientes compran productos o servicios como el de mi Negocio por un valor de _____ con una frecuencia de _____(día, semana o mes).

ANÁLISIS Y CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS: Presente un resumen de las principales conclusiones y recomendaciones de su investigación de mercados, según la tabulación realizada, mostrando las posibilidades de éxito de su proyecto. Agregue gráficos, cuadros de comparaciones o tortas de tendencias.

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

NOTA: Anexe formato guía de encuesta realizada para recolectar la información de su competencia y la de sus clientes potenciales.

E. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA: Identificación de los 4 o 5 principales competidores actuales y potenciales, la participación de ellos en el mercado, así como los precios de sus productos; análisis DOFA de las empresas más fuertes; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia y Análisis de productos sustitutos.

● **Los Principales Competidores Son:**

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

ANÁLISIS COMPETENCIA				PRECIO COMPETIDORES POR PRODUCTO					VENTAS COMPETEN (APROX)
NOMBRE	PARTIC	NACION	INTERNA	A	B	C	D	E	

1.	%			$	$	$	$	$	$
2.	%			$	$	$	$	$	$
3.	%			$	$	$	$	$	$
4.	%			$	$	$	$	$	$
5.	%			$	$	$	$	$	$
PRODUCTO SUSTITUTO									
				$	$	$	$	$	
FRENTE A MI FUTURA PARTICIPACION DEL	%								

• **Existencias:** Indique el volumen de existencias o inventarios permanentes de la competencia.

_____
_____
_____

• **Proveedores:** Mencione el nombre y dirección de los principales proveedores de la competencia.

_____
_____
_____

•**Tráfico de clientes:** Señale el volumen de clientes diario o mensual de la competencia.

_____
_____
_____

• **Satisfacción de los clientes:** Identifique cual es el nivel de satisfacción de los clientes de su competencia, están a gusto, los atienden bien, les solucionan sus quejas, son rápidos, etc.

_____
_____
_____

• **Nivel de tecnología usada:** Indique las condiciones de los equipos, herramientas, instalaciones, insumos, productos o servicios utilizados u ofrecidos por la competencia.

_____
_____
_____

• **Número de empleados:** Mencione cuántos empleados posee la competencia y cuál es su nivel de cargos, experiencia o escolaridad que tiene cada uno.

_____
_____
_____

• **Fortalezas y Debilidades:** Detecte las principales fortalezas y debilidades de la competencia.

Fortalezas:_____
_____
_____
_____

Debilidades:_____
_____
_____
_____

1.2 ESTRATEGIAS DE MERCADEO: Es la mezcla de mercados dada por Producto, Distribución, Precio, Promoción, Comunicación y Servicio.

A. CONCEPTO DEL PRODUCTO Ó SERVICIO: Descripción de las características del producto (B/S), ficha técnica del producto, uso del producto (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, Ventaja Competitiva, etc.

En las características básicas del producto a elaborar o servicio a prestar incluya la unidad de medida comercial, ya sea hora, kilo, libra, tonelada, la cual también será la unidad de medida del costo. Relacione los insumos requeridos para la producción del producto o servicio. (Materiales físicos). Si va a producir más de 5 productos, relaciónelos por línea de productos y con una unidad de costo homogénea. Si utiliza más de 3 insumos incluya en este cuadro solo los 3 insumos principales, los más costosos o requeridos en mayor cantidad, el resto inclúyalos como otros costos indirectos de fabricación.

- **NOMBRE** Mencione el nombre de los productos (Bienes o Servicios) que ofrecerá, su unidad de medida y sus usos.

PRODUCTOS / SERVICIOS	UNIDAD	USOS
A.		
B.		
C.		
D.		
E.		

- **CARACTERÍSTICAS:** Diga las principales cualidades que presenta el producto o servicio a vender. Ejemplo: Color, textura, olor, peso, etc. o servicio rápido, las 24 hrs., a domicilio, etc.

_____
_____
_____

Realizar el siguiente cuadro por cada producto:

CARACTERÍSTICAS	PRODUCTO A: _____
BENEFICIO BÁSICO	
BENEFICIO COMPLEMENTARIO	

DENOMINACIÓN: PRESENTACIÓN CARACTERÍSTICAS FÍSICAS NIVEL DE CALIDAD	
SERVICIO PRE-VENTA INFORMACIÓN PLAZOS DE ENTREGA GARANTÍA ASISTENCIA TÉCNICA SERVICIO POST- VENTA MANTENIMIENTO	
DESARROLLOS FUTUROS DEL PRODUCTO	

- **EMPAQUE Y EMBALAJE:** Mencione la forma y el tipo de presentación que se le dará al producto. También cómo será transportado en volumen. (Adicionar imagen o fotos).

_____
_____
_____

- **VENTAJAS COMPETITIVAS:** Hacer un listado de los aspectos positivos o DIFERENCIADORES del producto o servicio que pueden llegar a favorecer al Cliente.

a._____
b._____
c._____
d._____

- **SUBPRODUCTOS:** Indicar las posibilidades que se tiene de obtener nuevos productos o servicios, aprovechando todos los residuos o sobrantes que no se utilizan en el proceso.

a._____ b._____
c._____ d._____
e._____ f._____

B. ESTRATREGIAS DE DISTRIBUCIÓN: Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de Comercialización a utilizar. Indique como hará llegar su producto a sus clientes en forma directa o a través de intermediarios.

_____
_____
_____
_____

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION	MARQUE X
VENTA AL DETAL	

TIENDA A TIENDA	
VENTA POR MAYOR	
MARCAS PROPIAS PARA HIPERMERCADOS	
PEDIDOS POR TELEFONO	
PUNTOS DE VENTA PROPIOS	
RED DE DISTRIBUCION PROPIA	
A DOMICILIO	
PEDIDOS POR INTERNET	
OTROS:	

C. ESTRATEGIAS DE PRECIOS: Como definirá sus precios: basado en los costos, Precios con base en la demanda (Alto y luego disminuir, Bajo y luego aumentar, Alto por prestigio o Precios por paquetes de productos); Precios con base en las utilidades, Precios con base en la competencia, etc.

Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios. Indique el precio de venta de los productos y los incrementos futuros. Valor de precio en pesos e incremento en porcentaje. Adicionalmente registre el porcentaje de devoluciones descuentos y rebajas en Ventas.

ESTRATEGIAS DE PRECIO	MARQUE X
MARGEN SOBRE ESTRUCTURA DE COSTOS	%
PROMEDIO DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE LOS COMPETIDORES	
POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO	
PRECIO FOB	
PRECIO CIF	
GUERRA DE PRECIOS	
RELACION CON EL LIDER EN PORCENTAJE (MAS +% O MENOS -%)	%
OTROS	

ESTIMACIÓN DE PRECIO DE VENTA: Los precios de los productos están basados en los siguientes costos de material, costos de operación y anticipo de ganancias:

PRODUCTO	COSTO DE MATERIALES o M.P.	COSTOS DE OPERACIÓN	ANTICIPO DE GANANCIAS
A.			
B.			
C.			
D.			
E.			

LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS SON:			INCREMENTO PRECIOS			
PRODUCTOS	PRECIO PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	$		%	%	%	%
B.	$		%	%	%	%
C.	$		%	%	%	%
D.	$		%	%	%	%
E.	$		%	%	%	%
DEVOLUCIONES Y DESCUENTOS EN VENTAS						%

D. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: Indique si hará Promoción dirigida a clientes y distribuidores (descuentos por volúmenes o por pronto pago), por precio, por producto, con productos adicionales o complementarios, manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión.

ESTRATEGIAS DE PROMOCION	MARQUE X
PAGUE DOS Y LLEVE 3	
PRODUCTO GRATIS ADICIONAL	
PUERTA A PUERTA	
ENTREGA DE MUESTRAS	
OBSEQUIO CON EL PRODUCTO	
PAGINAS AMARILLAS	
OTROS	

E. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: Señale por cuál de los diferentes Medios Publicitarios dará a conocer su empresa y la estrategia de difusión de su producto ó servicio (radio, prensa, avisos, pasacalles, volantes, tarjetas de presentación, etc.), indicando su radio de acción, preferencias y justifique los costos.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	MARQUE X
RADIO	
PRENSA	
TELEVISION	
PAGINA INTERNET	
PAGINAS AMARILLAS	
TELEVISION POR CABLE	
TELEFONICA	
PORTAFOLIO DE SERVICIOS O PRODUCTOS	
RECOMENDACIÓN CLIENTE A CLIENTE	
PUERTA A PUERTA	
OTRA	

F. ESTRATEGIAS DE SERVICIO: Relacione los procedimientos para otorgar garantías y servicio postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la Competencia.

LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE	MARQUE X
CRM- CUSTOMER RELATTIONS MANNAGEMENT	
SERVICIO A DOMICILIO	
DETERMINACION DE LOS MOMENTOS DE VERDAD	
DETERMINACION DEL CICLO DEL SERVICIO	
ESTABLECER ESTRATEGIAS DE AUDITORIA DEL SERVICIO	
ESTRATEGIAS DE SICOLOGIA DEL CONSUMIDOR	
OTRA	

G. PRESUPUESTO DE MEZCLA MERCADEO: Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas (Producto, Precio, Plaza, Promoción). Indique los valores que pagara por distribución, promoción y demás gastos de la mezcla de mercadeo. Valores en pesos. Indique si cancelara porcentaje por comisión en ventas.

COMISIONES EN VENTAS AÑO 1	%

MEZCLA DE MERCADEO EN PESOS $	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ELAB. PORTAFOLIOS CATALOGOS Y PLEGABLES					
GASTOS DE INVESTIGACION DE MERCADOS					
CAPACITACION DE VENDEDORES					
GASTOS DE DISTRIBUCION					
ARRIENDOS PUNTOS DE VENTA					
GASTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD					
CONSULTORIAS DE MERCADEO, PUBL, RATINGS, DES. PROD					
GASTOS DE COMUNICACIÓN, PAG. AMARILLAS Y FERIAS					
GASTOS DE SERVICIO Y GARANTIA					
TOTAL MEZCLA DE MERCADEO					
INCREMENTO ANUAL DE LOS GASTOS DE VENTAS	%				
COMISIONES EN VENTAS					
TOTAL GASTOS MEZCLA DE MERCADEO Y COMISIONES EN VENTAS					

H. <u>ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO:</u> Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago o por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan Crédito e indique en días, el plazo que posiblemente le ofrecerán sus proveedores de materias primas.

Registre la política de inventarios que tendrá, base para determinar el capital de trabajo requerido. Valor en días. Este valor debe ser coherente con la política de cartera, es decir usted debe contemplar el requerimiento de materiales necesarios en días, para elaborar sus productos mientras recibe el primer valor por pago de sus ventas.

Producto	Materia Prima	Proveedor	Plazo Entrega	Unidad Medida	Precio	Plazo de Pago	Disponibilidad

APROVISIONAMIENTO - INVENTARIOS		
INVENTARIOS	POLITICA DIAS	
MATERIA PRIMA		DIAS
PRODUCTOS EN PROCESO		DIAS
PRODUCTOS		DIAS

TERMINADOS						
POLITICA DE PROVEEDORES	POLITICA DIAS					
AÑO 1		DIAS				
INVENTARIOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIOS MATERIA PRIMA						
INVENTARIO PRODUCTOS PROCESO						
INVENTARIOS TERMINADOS						
TOTAL INVENTARIOS						
PROVEEDORES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR PROVEEDORES						
COMPRAS						

Respecto a los proveedores se tiene analizados los siguientes cuya resultado de evaluación es el siguiente: (Calificación de 1 a 5 donde 5 = Bueno y 1= Pésimo).

POSIBLES PROVEEDORES	CALIDAD Y SERVICIO	PRECIO	OPORTUNIDAD

1.3 PROYECCIONES DE VENTAS (Plan de Ventas):

A. PROYECCIÓN DE VENTAS Y POLÍTICA DE CARTERA Defina cantidades de ventas por periodo (mensual, trimestral, o semestralmente), para el primer año y los totales por año, para el periodo **n** de evaluación del negocio. Basado en la Investigación de Mercados, las ventas proyectadas mensuales y anuales para el proyecto son las siguientes:

_____
_____
_____
_____

PROYECCION DE VENTAS – DATOS GENERALES					
FECHA INICIO DEL PROYECTO					
TAMAÑO DEL PERIODO:	MENSUAL	TIEMPO PROYECCION	5 AÑOS		
METODO DE PROYECCION	LINEAL				
COSTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5

VALOR					
TASA PROMEDIO DE IVA	%				
POLITICA DE CARTERA	DIAS		CONTADO	%	

Realizar el siguiente cuadro por cada producto:

PROYECCION DE VENTAS UNIDADES MENSUAL POR PRODUCTO					
ADICIONAR PRODUCTO: _____			IVA	%	RETEFUENTE
POSICION ARANCELARIA		PRECIO LANZAMIENTO $	VENTAS A CREDITO	%	%
MESES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
TOTAL					
PRECIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO UNITARIO					

II. MÓDULO OPERACION

2.1 OPERACIÓN: El objetivo de este es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta y debe contener:

A. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO Ó SERVICIO: Describa las características técnicas del producto (B/S) a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, característic fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.

Realizar el siguiente cuadro por cada producto:

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
EMPRESA : _____		PRODUCTO : _____	
CARACTERISTICAS		UNIDAD PRODUCTO	
REFERENCIA		INSUMOS PRINCIPALES	U. MEDIDA
MEDIDA			
SABOR			
COLOR			
CAPACIDAD		TEMPER. MAXIMA Y MIN.	
PESO		ESPECIFIC. ELECTRICAS	
PRESENTACION		SERVICIO POR INTERNET	
EMPAQUE		TIEMPO GARANTIA Y POST VENTAS	
USOS O FUNCION		ENTREGA	
DISEÑO		ACCESORIOS ADICION.	
REQUERIM. TECNICOS		CATALOGO O GUIA USO	
ELEM. DIFERENCIADOR		NORMAS TECNICAS	
SERVICIO A DOMICILIO		OTROS	

B. ESTADO DE DESARROLLO: Describa el estado del arte del Producto o el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar. Establezca si el producto ya esta diseñado, validado o listo para la venta.

_____
_____
_____

ESTADO DE DESARROLLO DEL PRODUCTO	MARQUE X
INVESTIGACIONES PRELIMINARES	
DESARROLLO DE PROTOTIPO	
VALIDACION DE PROTOTIPO	
PRODUCTO EN EL MERCADO	
PRODUCTO CON ADECUACION TECNOLOGICA	

PRODUCTO CON INNOVACION TECNOLOGICA	

C. <u>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:</u> 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 (B/S). En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa. Registre los procesos fundamentales de gestión y de apoyo de la empresa, así como el procedimiento operativo de la empresa.

ESTADO INICIAL	+	PROCESO TRANSFORMADOR	=	PRODUCTO FINAL

_____
_____
_____
_____
_____

❖ **<u>Distribución de Planta</u>:** Elabore un plano a escala, señalando la ubicación de la maquinaria teniendo en cuenta la secuencia de la producción, tiempos mínimos de recorrido, aprovechamiento de espacios, condiciones de iluminación y ventilación y disposición de los puestos de trabajo.

Adicionalmente determine las necesidades de adecuación de la planta en cuanto a:

- Montaje de maquinaria
- Instalaciones eléctricas, de alumbrado, agua y alcantarillado
- Vías de acceso.

❖ **Diagrama de Procedimiento**: El diagrama para el procedimiento, es el orden y combinación de las diferentes operaciones de producción.

Realizar el siguiente cuadro por cada producto:

Hoja No. _____

Entidad _____

Dependencia _____
Lugar _____

Fecha _____

Procedimiento _____
Preparado por: _____

RESUMEN			
SÍMBOLO	Actual	Propuesto	DIF
No. Operaciones			
No. Transportes			
No. Demoras			
No. Almacenajes			
No. Inspecciones			
No. Total Pasos			
Tiempo			
Distancia			

Paso No.	ETAPAS DEL PROCEDIMIENTO	Operación ○	Transporte ⇨	Demora D	Almacenar △	Inspección □	Distancia (metros)	Tiempo	Acción a Tomar: Qué, Cuándo, Porqué, Quién, Cómo

D. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS: Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción;

Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento. Incluya las cantidades de materiales, mano obra directa y costos indirectos de fabricación que se requieren para el proceso operativo.

❖ **Insumos o Materias Primas:** Por Unidad del Producto a elaborar enumere los Insumos necesarios para su elaboración en cantidad y valores totales por año. **Realizar el siguiente cuadro por cada producto:**

COMPRAS INSUMOS UNIDADES Y VALORES	INSUMOS AÑO 1		INSUMOS AÑO 2		INSUMOS AÑO 3		INSUMOS AÑO 4		INSUMOS AÑO 5	
	CANT.	VALOR	CANT.	VALOR	CANT.	VALOR	CANT.	VALOR	CANT.	VALOR
A.										
			0							
			0							
			0							
TOTAL INSUMOS		$		$		$		$		$

❖ **Costo Mano de Obra Directa:** Por Unidad del Producto a elaborar establezca la M.O. Directa para cada producto para todo el año.

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPERARIOS PRODUCTO A	$	$	$	$	$
OPERARIOS PRODUCTO B	$	$	$	$	$
OPERARIOS PRODUCTO C	$	$	$	$	$
OPERARIOS PRODUCTO D	$	$	$	$	$
OPERARIOS PRODUCTO E	$	$	$	$	$
SUBTOTAL	$	$	$	$	$
JORNALES	$	$	$	$	$
SUBSIDIO DE TRANSPORTE OPERACIÓN	$	$	$	$	$
DOTACIONES Y UNIFORMES OPERACIÓN	$	$	$	$	$
SERVICIOS INDUSTRIALES	$	$	$	$	$
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	$	$	$	$	$

❖ **Maquinaria y Equipos:** Determine la cantidad, clase de maquinaria, equipo y herramienta que va utilizar en el proceso productivo, con sus especificaciones técnicas.

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Especificación Técnica	Capacidad de Producción	Precio Mercado
Total				

❖ **Muebles y Enseres:** Cite la cantidad y clase de muebles y enseres necesarios para el funcionamiento de su Proyecto.

Muebles y Enseres	Cantidad	Clase	Precio Mercado
Total			

❖ **Costo Indirectos de Fabricación:** Establezca los Costos Indirectos en que se incurrirán en la fabricación por año.

COSTOS INDIRECTOS FABRIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	$	$	$	$	$
TRANSPORTE	$	$	$	$	$
SEGURO MAQUINARIA	$	$	$	$	$
LEASING MAQUINARIA	$	$	$	$	$
ARRIENDOS PLANTA OPERACIÓN	$	$	$	$	$
SERVICIOS PUBLICOS AREA DE PRODUCCION Y OPERACIÓN	$	$	$	$	$
ASEO AREA OPERACIÓN PRODUCCION O PLANTA PRODUCCION	$	$	$	$	$
VIGILANCIA AREA OPERACIÓN PRODUCCION O PLANTA PCCION	$	$	$	$	$
OTROS MATERIALES INDIRECTOS	$	$	$	$	$
TOTAL OTROS COSTOS IND. FABRI.	$	$	$	$	$
MENOS TRANSPORTE	$	$	$	$	$
MENOS MANTENIMIENTO	$	$	$	$	$
OTROS COSTOS IND. (Sin transp. mtto)	$	$	$	$	$

❖ **Costo de Servicios Industriales:** Establezca el Costo de los Servicios Industriales en que se incurrirán en la fabricación por año.

SERVICIOS INDUSTRIALES PESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MAQUILAS O SATELITES	$	$	$	$	$
ASISTENCIAS TECNICAS DE PRODUCCION	$	$	$	$	$
PAGOS MARCAS Y PATENTES	$	$	$	$	$
FREE LANCE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, HONORARIOS	$	$	$	$	$
OTROS SERVICIOS INDUSTRIALES	$	$	$	$	$
TOTAL SERVICIOS INDUSTRIALES	$	$	$	$	$
INCREMENTO ANUAL SERVICIOS INDUSTRIALES	%				

E. PLAN DE PRODUCCIÓN: Tomando como referencia el plan o proyecciones de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción por unidades de producto).

Realizar el siguiente cuadro por cada producto:

PLAN DE PRODUCCION	PRECIO UNITARIO INSUMO	CONSUMO POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1	CANTIDAD AÑO 2	CANTIDAD AÑO 3	CANTIDAD AÑO 4	CANTIDAD AÑO 5
A.							

Realizar el siguiente cuadro para definir la capacidad Instalada de la empresa:

PLAN DE PRODUCCION - CAPACIDAD INSTALADA MANO DE OBRA					
PRODUCTOS	HORAS AÑO OPERARIO TURNO	PRODUCCION HORA OPERARIO	OPERARIOS AÑO 1	TOTAL HORAS HOMBRE AÑO 1	TOTAL HORAS REQUERIDAS PARA VENTAS AÑO 1
A.					
B.					
C.					
D.					
E.					

2.2 PLAN DE COMPRAS:

A. CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO: Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema. Se indica el incremento de los precios futuros de los insumos del producto.

El plan de compras se compone de los requerimientos de producción **UNITARIA POR PRODUCTO** como los materiales directos del producto y los insumos requeridos mes a mes (no incluya gastos de administración y de ventas. Indique la cantidad de insumos que requiere para elaborar una unidad del producto a ofrecer, valor en cantidades, indique el valor del insumo por la unidad de medida es decir el valor del kilo, libra, etc. de dicho insumo y su presentación. Recuerde que son los valores de materiales tangibles no de servicios.

Realizar el siguiente cuadro por cada producto:

PLAN DE COMPRAS DE INSUMOS					
CONSUMO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD DE PRODUCTO	MARGEN DE DESPERDICIO	%	IVA	%	
A.	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD UNITARIA	VALOR UNITARIO INSUMO	FORMA DE PRESENTACION	MARGEN DE DESPERDICIO

			$		%
			$		%
			$		%

Realizar el siguiente cuadro para definir el valor de consumo de M.P. por Unidad de Producto año por año:

VALOR CONSUMO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD DE PRODUCTO					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	$	$	$	$	$
B.	$	$	$	$	$
C.	$	$	$	$	$
D.	$	$	$	$	$
E.	$	$	$	$	$
TOTAL	$	$	$	$	$

2.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN:

A. COSTOS DE PRODUCCIÓN: Relacione el Costo de las materias primas (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.

Realizar el siguiente cuadro por cada producto:

COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO
PRODUCTO A.: _____

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
				$
				$
				$
				$
				$
				$
COSTO TOTAL DE LAS MATERIAS PRIMAS				$
OTROS COSTOS VARIABLES:			MANO DE OBRA	$
			EMPAQUES	$
			FLETES	$
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES				$
TOTAL COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO				$

COSTOS VARIABLES TOTALES

PRODUCTOS	CANTIDAD A VENDER AÑO 1	COSTO VARIABLE	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	VENTA TOTAL

		UNITARIO	UNITARIO	TOTAL	
A.					
B.					
C.					
D.					
E.					
TOTALES					

Margen de Contribución = Venta Total - Costo Variable Total

Margen de Contribución = _____

Se debe determinar la capacidad instalada en horas hombre para validar los requerimientos de mano de obra; defina el número de horas que la empresa trabajara al año. Indique la cantidad de productos por hora de sus operarios, ejemplo: si se elabora un producto en 2 días y se requieren 3 operarios el valor hora será uno dividido en 8 horas por 2 días por 3 operarios, esto dará la cantidad de producto hora operario, es decir 1/(2x8x3), que es igual a 0,02083 (valor a registrar en la columna producción hora operario).

COSTOS DE PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSUMOS	$	$	$	$	$
MARGEN DE DESPERDICIO	$	$	$	$	$
INSUMOS CON DESPERDICIO	$	$	$	$	$
MANO DE OBRA DIRECTA	$	$	$	$	$
COSTOS INDIRECTOS	$	$	$	$	$
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	$	$	$	$	$
TRANSPORTE	$	$	$	$	$
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	$	$	$	$	$
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION SIN DEPR Y AMORT.	$	$	$	$	$
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	$	$	$	$	$

2.4 INFRAESTRUCTURA:

A. INFRAESTRUCTURA: Relacione las máquinas a adquirir, indicando la función de cada una de ellas en la producción o en la prestación del servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada maquina, herramienta, equipo, muebles y enseres.

INFRAESTRUCTURA E INVERSIONES FIJAS					
INVERSIONES FIJAS Año 0 (Compras de Contado)	UNIDAD	VR. UNITA PROMEDIO	CANTIDAD	AMORTIZACION POR AÑOS	MES DE LA INVERSION
TERRENO	KID	$		Depreci. Lineal	
EDIFICIOS	KID	$		20	
MAQUINARIA Y EQUIPO	KID	$		5	
PLANTA E INSTALACIONES	KID	$		20	
MINAS Y YACIMIENTOS	KID	$		10	

CULTIVOS PERMANENTES	KID	$		10	
SEMOVIENTES PIE DE CRIA	KID	$		5	
MUEBLES Y ENSERES	KID	$		5	
EQUIPO DE OFICINA	KID	$		5	
EQUIPO TRANSP. VEHICULOS	KID	$		5	
INVERSIONES ADICIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TERRENOS	$	$	$	$	$
EDIFICIOS	$	$	$	$	$
MAQUINARIA Y EQUIPO	$	$	$	$	$
PLANTA E INSTALACIONES	$	$	$	$	$
MINAS Y YACIMIENTOS	$	$	$	$	$
CULTIVOS PERMANENTES	$	$	$	$	$
SEMOVIENTES PIE DE CRIA	$	$	$	$	$
MUEBLES Y ENSERES	$	$	$	$	$
EQUIPO DE OFICINA	$	$	$	$	$
EQUIPO TRANSP. VEHICULOS	$	$	$	$	$
TOTAL INV. INFRAESTR.	$	$	$	$	$

B. <u>PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES:</u> Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia.

PARAMETROS TECNICOS ESPECIALES	MARQUE X
AIRE ACONDICIONADO	
PISO FALSO	
CANALETA CON REDES	
REFRIGERACION	
CONGELACION	
CUARTOS FRIOS	
HORNOS	
RED ELECTRICA	
RED TELEFONICA	
RED INTERNET Y SERVIDOR	
SOFTWARE CON CAPCIDAD	
TRAJES DE PROTECCION Y SEGURIDAD INDUSTRIAL	
UBICACIÓN GEOGRAFICA	
AREA LIBRE DE ELEMENTOS PATOGENOS Y HACCP	
CLIMA	


SENA

III. MÓDULO ORGANIZACION

3.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL:

A. ANÁLISIS DOFA: El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el proyecto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

ANALISIS DOFA					
ANÁLISIS INTERNO / ANÁLISIS EXTERNO		FORTALEZAS	X	DEBILIDADES	X
		Personal capacitado		Estructura financiera deficiente	
		Mi producto es nuevo en el mercado		Estructura organizacional en proceso	
		Poseemos una ventaja competitiva		Ausencia de innovación tecnológica	
		Conocimiento proceso productivo por el personal		Conocimiento parcial del mercado	
		Conocimiento del mercado		Baja participación en el mercado	
		Suficiente capital de trabajo		Desconocimiento de proveedores	
		Conocimiento de los proveedores		Falta de certificación en calidad norma Iso 9001	
		-		-	
		-		-	
		-		-	
OPORTUNIDADES	**X**	**ESTRATEGIAS FO**	**X**	**ESTRATEGIAS DO**	**X**
Mercado internacional y generación divisas		**ESTABLECER PLAN EXPORTADOR**		**CONSOLIDAR LOS PROCESOS ORGANIZACIONALES**	
Reactivación económica		**IMPLEMENTAR EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO**		**SOLICITUD DE CREDITOS DE FOMENTO**	
innovación tecnológica		**IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD**		**IMPLEMENTAR DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO**	
Normas control contaminación y economía limpia		**IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE BALANCED SCORE CARD**		**FORMALIZAR INDICADORES DE GESTION**	
Tratado libre comercio		**ELABORAR EL MANUAL DE CALIDAD**		**REALIZAR UNA INVESTIGACION DE MERCADO DETALLADA**	
Cambios Demográficos en la población		**ESTRUCTURAR UNA PAGINA WEB**		**INICIAR UN PROCESO DE CALIDAD**	
Regularizaciones y aranceles		**ESTABLECER ALIANZAS ESTRATEGICAS**			
Crecimiento del ingreso percápita		-		-	
Confianza en el gobierno		-		-	
-		-		-	
-		-		-	

-		-		-	

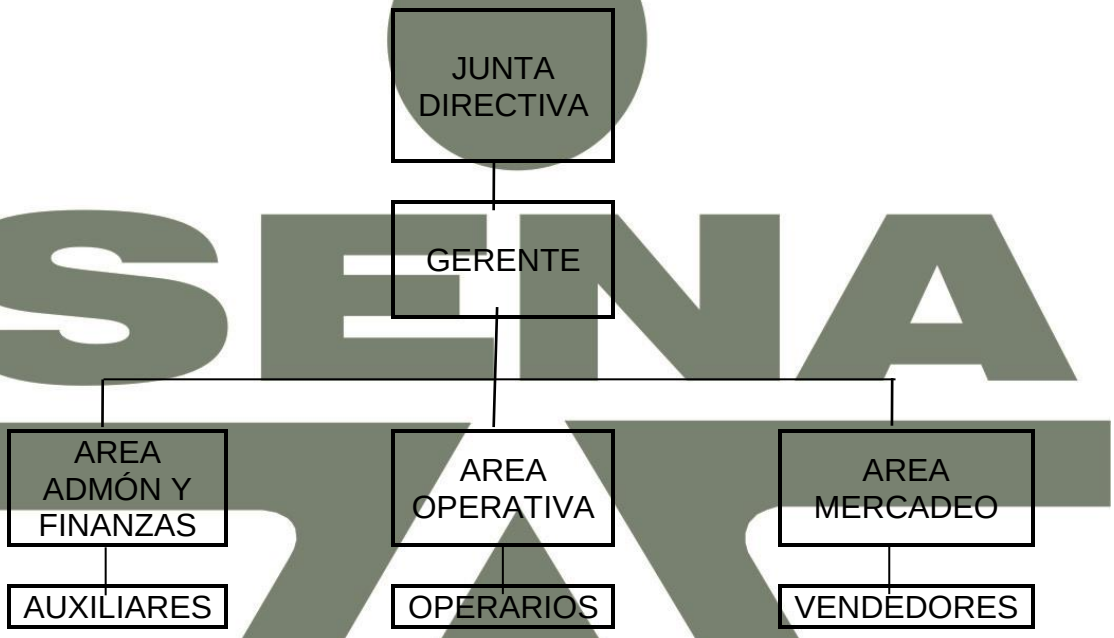
AMENAZAS	X	ESTRATEGIAS FA	X	ESTRATEGIAS DA	X
Altas tasas de desempleo		GENERAR ALIANZAS ESTRATEGICAS		IMPLEMENTAR UN PLAN DE MERCADEO	
Altas tasas de interés y crédito restringido		CONOCER LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS TLC		CAPACITACION EN IMPORTACION Y EXPORTACION	
Monopolio en el sector o importaciones sin control		-		ELABORAR PROCEDIMIENTOS	
Inseguridad en la región o en el país		-		ELABORAR MANUALES DE FUNCIONES	
Inestabilidad en la tasa de cambio		-		REALIZAR ESTUDIOS DE NUEVAS INNOVACIONES	
Política fiscal, tasa de impuesto, Política Monetaria		-		CONSTRUIR LA MISION Y VISION DE LA EMPRESA	
Recesión o déficit presupuestal del gobierno		-		DEFINIR LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EMPRESA	
TLC. o subsidios otros paises		-		-	
Aranceles y altos impuestos		-		-	
-		-		-	
-		-		-	
-		-		-	

B. <u>ORGANISMOS DE APOYO:</u> Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.

ORGANISMOS DE APOYO	MARQUE X
SENA	
ALCALDIA	
GOBERNACION	
PROGRAMA JOVENES EN ACCION	
INCUBADORA DE EMPRESAS	
UNIVERSIDAD	
ONG	
OTRAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS	
OTRAS ENTIDADES	

3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: Descríbala los niveles directivo, administrativo y operativo, y la Junta Directiva, con la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados. Establezca los elementos básicos de la estructura organizacional, en los cuales se destacan el organigrama, el mapa de procesos, los manuales de funciones y el de procedimientos.

- **Organigrama:** Mediante un organigrama indique la estructura administrativa de su empresa. Ejemplo



*** Recuerde que si no hay socios, la empresa no tiene junta directiva.**

- **Manual de Funciones:** Determine para cada cargo, las funciones y experiencia necesaria.

AREA:	CARGO:	CODIGO:
OBJETIVO:		FECHA:
JEFE INMEDIATO:		VERSIÓN No. 01
FUNCIONES		
-		
-		
-		
-		
-		
-		
-		
-		

-	
-	
PERFIL Y/O EXPERIENCIA REQUERIDA	
-	-
-	-
-	-

3.3 ASPECTOS LEGALES:

A. CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES: Especifique el tipo de sociedad que conformaría, cual es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica.

❖ **Organización Jurídica**: Defina su Razón Social y el tipo de sociedad (S.A.S., Limitada, S.A., Sociedades en Comanditas, Cooperativa)

OTROS ASPECTOS LEGALES	
IMPUESTOS POR PAGAR	TASAS
IVA POR PAGAR	%
RETEFUENTE POR PAGAR COMPRAS PROMEDIO	%
AUTO RETEFUENTE POR PAGAR	%
CLASE DE SOCIEDAD	IMPUESTO RENTA
	%

	MARQUE X
IMPUESTO DE RENTA	
IMPUESTO PREDIAL	
IMPUESTO TIMBRE	
IMPUESTO INDUSTRIA Y COMERCIO	
DECLARACIONES DE EXPORTACION	
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	
LICENCIA DE SANIDAD	
CERTIFICADOS DE CALIDAD BPM O HACCP O ISO	
INSCRIPCIONES GREMIOS	
LICENCIA DE BOMBEROS	
SAYCO Y ACIMPOR	
MINUTA , ESCRITURA CONSTITUCION Y REGISTRO CAMARA CCIO	
REGISTRO DIAN	
REGISTRO PROPIEDAD INTELECTUAL Y PATENTES	
LICENCIA INVIMA	

_____

_____

_____

3.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS:

A. GASTOS DE PERSONAL: Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo. (ver anexo, aplicativo nomina - Gerente de Proyecto)

Indique los cargos de la planta de personal de ventas y administración (no incluya los cargos de producción), año por año; en cantidad de puestos. Indique los meses al año que laboraran, el sueldo mensual básico sin prestaciones sociales. Registre el porcentaje de aumento de salarios para los años del proyecto. Registre los cargos con menos de 2 salarios mínimos para determinar el subsidio de transporte. Estime el valor de la dotación, uniformes, también la carga prestacional con parafiscales, salud, riesgos profesionales y pensiones.

❖ **¿Cuál será el personal requerido y su costo? En el siguiente cuadro, relacione los cargos del Área de Ventas en orden de jerarquía:**

NOMINA DE VENTAS				
PERSONAL DE VENTAS (CARGOS)	**MESES AÑO**	**DEDICACION**	**TIPO DE CONTRATACION**	**VALOR MENSUAL EMPLEADO**
1.				**$**
2.				**$**
3.				**$**
4.				**$**
5.				**$**

PERSONAL DE VENTAS	**AÑO 1**		**AÑO 2**		**AÑO 3**		**AÑO 4**		**AÑO 5**	
	BASICO	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
No. CARGOS SUELDO MENOS DE 2 MINIMOS – VENTAS										
SUBSIDIO DE TRANSPORTE VENDEDORES										
DOTACION Y UNIFORME – VTAS										
TOTAL NÓMINA DE VENTAS										

Igualmente, relacione los cargos del Área Administrativa en orden de jerarquía:

COSTOS ADMINISTRATIVOS - NOMINA				
PERSONAL DE ADMÓN	**MESES AÑO**	**DEDICACION**	**TIPO DE CONTRATACION**	**VALOR MENSUAL EMPLEADO**
1. GERENTE				**$**
2. CONTADOR				**$**
3.				**$**
4.				**$**

PERSONAL DE ADMÓN	**AÑO 1**		**AÑO 2**		**AÑO 3**		**AÑO 4**		**AÑO 5**	
	BASICO	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**	**BASICO**	**OTROS-PREST**
1. GERENTE										
2. CONTADOR										

3.										
4.										
No. CARGOS SUELDO MENOS DE 2 MINIMOS – ADMÓN										
SUBSIDIO DE TRANSPORTE ADVOS										
DOTACION Y UNIFORME – ADVOS										
TOTAL NÓMINA ADMINISTRATIVA										

B. <u>GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:</u> Calcule el valor de gastos preoperativos y de puesta en marcha de la empresa, pagados en el año **0** o sea antes de iniciar operaciones o de facturar. Los más importantes son aquellos de legalización, escrituras, patentes y elaboración de prototipos.

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		
AMORTIZACION DIFERIDOS		AÑOS
ESCRITURAS Y GASTOS NOTARIALES	$	
GASTOS MONTAJE MAQUINARIA	$	
ELABORACION DE PROTOTIPOS	$	
ESTUDIOS TECNICOS	$	
PERMISOS Y LICENCIAS	$	
REGISTRO MERCANTIL	$	
REGISTROS DE MARCAS Y PATENTES	$	
OTROS DIFERIDOS – ADECUACIONES	$	
TOTAL DIFERIDOS Y PUESTA EN MARCHA	$	

C. <u>GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN:</u> Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como los gastos administrativos, servicios públicos, seguros, mantenimiento de equipos de oficina, arriendo de áreas administrativas y otros no aplicables a la operación ni a las ventas.

GASTOS DE ADMINISTRACION EN PESOS	AÑO 1
CONSULTORIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y DE SISTEMAS	$
ARRENDAMIENTO AREA ADMINISTRACION	$
AGUA AREA DE ADMON	$
ENERGIA AREA DE ADMON	$
TELEFONO AREA DE ADMON	$
VIGILANCIA AREA ADMON	$
ASEO AREA ADMON	$
MANTENIMIENTO EQUIPO OFICINA	$
REPARACIONES LOCATIVAS	$
TRANSPORTES Y PASAJES LOCALES	$
CORREO	$
GASTOS DE VIAJE, VIATICOS	$
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	$

GASTOS NOTARIALES REGULARES		$	
CAPACITACION DE PERSONAL ADMON	$	SEGURO INCENDIO	$
SEGURO OBLIGATORIO VEHICULOS	$	SEGURO CONTRA ROBO	$
IMPUESTO PREDIAL	$	IMPUESTO DE TIMBRES Y BANCARIOS	$
GASTOS VARIOS DE ADMON	$	IMPUESTO DE VEHICULOS	$
TOTAL OTROS GASTOS DE ADMON	$	IMPUESTO DE VALORIZACIONES	$
INDICE DE INCREMENTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		%	



IV. MÓDULO FINANZAS

4.1 INGRESOS:

A. FUENTES DE FINANCIACIÓN: Establezca la cuantía de los aportes de los emprendedores, indicando sí se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, además si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Defina la tasa de oportunidad esperada por la inversión, es decir que tasa de rendimiento espera recibir por la inversión de sus recursos.

Defina el número salarios mínimos solicitados.

.

FINANCIACION	No. SALARIOS MINIMOS	VALOR SALARIO MINIMO	VALOR SOLICITADO EN PESOS
VALOR SOLICITADO EN SALARIOS MINIMOS		$	$
APORTE INICIAL DE CAPITAL EMPRENDEDORES	$		
APORTE ADICIONAL SOCIOS AÑO 1	$		
APORTE ADICIONAL SOCIOS AÑO 2	$		
APORTE ADICIONAL SOCIOS AÑO 3	$		
APORTE ADICIONAL SOCIOS AÑO 4	$		
APORTE ADICIONAL SOCIOS AÑO 5	$		
TASA DE OPORTUNIDAD ESPERADA	%		
FUENTES DE FINANCIACION	**AÑO 0**		
OBLIGACIONES BANCARIAS - crédito bancario para el proyecto	$	PLAZO AÑOS	PERIODOS GRACIA
TASA BANCARIA CAPTACION CREDITO	%		
ITEMS SOLICITADOS EN FONDO EMPRENDER	**MES 0**	**MES 1**	**TOTAL INVERSION**
a). CAPITAL DE TRABAJO	$	$	$
TOTAL CAJA Y BANCOS	$	$	$
INVENTARIOS	$	$	$
INVENTARIOS MATERIA PRIMA	$	$	$
INVENTARIO PRODUCTOS PROCESO	$	$	$
INVENTARIOS TERMINADOS	$	$	$
GASTOS DIFERIDOS Y PREOPERATIVOS	$	$	$
b). ACTIVO FIJO	$	$	$
EQUIPO DE OFICINA	$	$	$
MUEBLES Y ENSERES	$	$	$
SEMOVIENTES PIE DE CRIA	$	$	$
MINAS Y YACIMIENTOS	$	$	$
PLANTA E INSTALACIONES	$	$	$
MAQUINARIA Y EQUIPO	$	$	$
SUBTOTAL (a+b)	$	$	$
TOTAL INVERSION	$	$	$
FONDO EMPRENDER	$	$	$
RECURSOS PROPIOS	$	$	$

B. PRESUPUESTOS FINANCIEROS: Diligencie el Estado de Resultados, el Balance General y el Flujo de Caja. Tenga en cuenta que los periodos de proyección (**n** años) estarán en función de la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso **n** podrá ser inferior a 3 años. Se recomienda proyectar a 5 años.

❖ **Estado de Resultados - P Y G:** Establece el resultado a nivel de utilidades del proyecto anualmente. Señala el resultado final de las operaciones, representadas en las ventas para las cuales fue necesario incurrir en costos y después se espera utilidad.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR VENTAS	$	$	$	$	$
(-) DEVOLUCION y des. VENTAS	$	$	$	$	$
INGRESOS NETOS	$	$	$	$	$
(-) SUBTOTAL MATERIA PRIMA DESPERDICIO Y MANO DE OBRA	$	$	$	$	$
(-) SUBTOTAL DEPRECIACIONES	$	$	$	$	$
(-) SUBTOTAL AGOTAMIENTOS	$	$	$	$	$
(-) COSTOS INDIRECT. FABRICAC.	$	$	$	$	$
UTILIDAD BRUTA	$	$	$	$	$
(-) SUBTOTAL GASTOS DE ADMON	$	$	$	$	$
(-)SUBTOTAL GASTOS DE VENTAS	$	$	$	$	$
(-) PROVISIONES – CARTERA	$	$	$	$	$
(-) AMORTIZACION GASTOS DIFERI	$	$	$	$	$
(-)TOTAL GASTO OPERACIONAL	$	$	$	$	$
UTILIDAD OPERACIONAL	$	$	$	$	$
TOT. GASTOS NO OPERACIONAL INTERESES Y 4 X MIL	$	$	$	$	$
REVALORIZACION DE PATRIMONIO	$	$	$	$	$
AJUSTE ACTIVOS NO MONETARIOS	$	$	$	$	$
AJUSTE DEPRECIACION ACUMULADA	$	$	$	$	$
AJUSTE AMORTIZACIONM ACUMULADA	$	$	$	$	$
AJUSTE AGOTAMIENTO ACUMULADO	$	$	$	$	$
TOTAL CORRECCION MONETARIA	$	$	$	$	$
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	$	$	$	$	$
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS - 35%-	$	$	$	$	$
UTILIDAD NETA FINAL	$	$	$	$	$
RESERVA LEGAL	$	$	$	$	$
UTILIDAD DEL EJERCICIO	$	$	$	$	$

❖ **Balance General:** Establece los derechos y obligaciones del proyecto, define los recursos y compromisos del proyecto.

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA Y BANCOS - PROVISION PAGO NOMINA	$	$	$	$	$	$
CAJA Y BANCOS	-- 0 --	$	$	$	$	$

EXCEDENTES P/PAGOS FUT.						
TOTAL CAJA Y BANCOS	$	$	$	$	$	$
CUENTAS POR COBRAR - NETO CON PROVISION	$	$	$	$	$	$
INVENTARIOS						
INV. MATERIA PRIMA	$	$	$	$	$	$
INV. PRODUCTOS PROCESO	$	$	$	$	$	$
INV. TERMINADOS	$	$	$	$	$	$
TOTAL INVENTARIOS	$	$	$	$	$	$
GASTOS DIFERIDOS Y PREOPERATIVOS	$	$	$	$	$	$
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	$	$	$	$	$	$
ACTIVO FIJO						
TERRENO	$	$	$	$	$	$
EDIFICIOS	$	$	$	$	$	$
PLANTA E INSTALACIONES	$	$	$	$	$	$
EQUIPO DE TRANSPORTE – VEHICULOS	$	$	$	$	$	$
EQUIPO DE OFICINA	$	$	$	$	$	$
MUEBLES Y ENSERES	$	$	$	$	$	$
MAQUINARIA Y EQUIPO	$	$	$	$	$	$
SEMOVIENTES PIE DE CRIA	$	$	$	$	$	$
MINAS Y YACIMIENTOS	$	$	$	$	$	$
CULTIVOS PERMANENTES	$	$	$	$	$	$
SUBTOTAL FIJO	$	$	$	$	$	$
DEPREC. ACUM. Y AGOTAMIENTOS	$	$	$	$	$	$
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	$	$	$	$	$	$
OTROS ACTIVOS	$	$	$	$	$	$
TOTAL ACTIVOS	$	$	$	$	$	$
PASIVOS	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
PASIVO CORRIENTE						
PROVEEDORES	$	$	$	$	$	$
IMPORRENTA POR PAGAR	$	$	$	$	$	$
IVA POR PAGAR	-- 0 --	$	$	$	$	$
RETEFUENTE POR PAGAR	-- 0 --	$	$	$	$	$
SUBTOTAL IMPUES. X PAGAR	$	$	$	$	$	$
LABORALES POR PAGAR (ces, int., vac.)13,5	$	$	$	$	$	$
PARAFISCALES Y PROVISIONES (29,52%)	$	$	$	$	$	$
SUBTOTAL ACREEDORES VARIOS	$	$	$	$	$	$
TOTAL PASIVO CORRIENTE	$	$	$	$	$	$
PASIVO LARGO PLAZO						
CREDITO FONDO EMPRENDER	$	$	$	$	$	$
OBLIGACIONES BANCARIAS Y FINANCIERAS	$	$	$	$	$	$
TOTAL PASIVO	$	$	$	$	$	$
PATRIMONIO						
CAPITAL	$	$	$	$	$	$
RESERVA LEGAL	$	$	$	$	$	$

UTILIDAD RETENIDA	$	$	$	$	$	$
UTILIDAD DEL EJERCICIO	$	$	$	$	$	$
REVALORIZACION DE PATRIMONIO	$	$	$	$	$	$
TOTAL PATRIMONIO	$	$	$	$	$	$
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	$	$	$	$	$	$

❖ **Flujo de Caja:** Es una proyección de lo que será el movimiento de caja en el futuro, según las transacciones que se realicen en la empresa. Con este podemos conocer cuál será el saldo de las operaciones y cuánto se requiere para cubrir los posibles déficits de recursos financieros. Establece el flujo de liquidez del proyecto. Informe solicitado por el fondo emprender. **INGRESOS - EGRESOS = SALDO CAJA**

FLUJO DE CAJA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO					
Utilidad Operac. (o gastos iniciales)	$	$	$	$	$
Depreciaciones	$	$	$	$	$
Amortizac. Diferido, Puesta Marcha	$	$	$	$	$
Agotamientos	$	$	$	$	$
Provisiones - Cartera	$	$	$	$	$
Provisión Impuesto de Renta	$	$	$	$	$
Neto Flujo de Caja Operativo	$	$	$	$	$
FLUJO DE CAJA INVERSIÓN					
Cuentas por Cobrar	$	$	$	$	$
Inversiones temporales	$	$	$	$	$
Inventarios	$	$	$	$	$
Otros Impuestos por Pagar	$	$	$	$	$
Cuentas por Pagar	$	$	$	$	$
VARIACIÓN CAPITAL DE TRABAJO	$	$	$	$	$
Expansión en Capacid. Productiva	$	$	$	$	$
Inversión en Terrenos	$	$	$	$	$
Inv. en Construcciones y Edificios	$	$	$	$	$
Inv. Vehículos y Equipo Transporte	$	$	$	$	$
Inv. Maquina. y Equipo Operación	$	$	$	$	$
Inversión en Muebles y Enseres	$	$	$	$	$
Inversión en Equipo de transporte	$	$	$	$	$
Inversión en Equipos de oficina	$	$	$	$	$
Inversión en Minas y Yacimientos	$	$	$	$	$
Inv. en Semovientes pie de cría	$	$	$	$	$
Inversión en Cultivos permanentes	$	$	$	$	$
Inversión en Otros Activos Fijos	$	$	$	$	$
NETO FLUJO DE CAJA INVERSIÓN	$	$	$	$	$
Flujo de Caja Financiamiento	$	$	$	$	$
Fondos Pasivo Largo Plazo	$	$	$	$	$
Fondos Pasivo Corto Plazo	$	$	$	$	$
Amort. a Capital Pasivo Largo Plazo	$	$	$	$	$
Amort. a Capital Pasivo Corto Plazo	$	$	$	$	$
Intereses pagados	$	$	$	$	$
Otros ingresos	$	$	$	$	$
Rendimientos de Caja	$	$	$	$	$
Aport. capital o Distribuí. Utilidad	$	$	$	$	$

NETO FLUJO DE CAJA FINANCIAMIENTO	$	$	$	$	$
Neto Periodo	$	$	$	$	$
Saldo anterior	$	$	$	$	$
Saldo siguiente	$	$	$	$	$
DIFERENCIA FLUJO DE CAJA	$	$	$	$	$

ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA INICIAL	$	$	$	$	$
FUENTES					
CREDITO FONDO EMPRENDER	$	$	$	$	$
UTILIDAD DEL EJERCICIO	$	$	$	$	$
DEPRECIACION Y AGOTAMIENTOS	$	$	$	$	$
RESERVA LEGAL	$	$	$	$	$
AMORTIZACION DIFERIDOS	$	$	$	$	$
APORTE SOCIOS	$	$	$	$	$
LABORALES POR PAGAR	$	$	$	$	$
PARAFISCALES POR PAGAR	$	$	$	$	$
PROVISION IMPORRENTA	$	$	$	$	$
IVA POR PAGAR	$	$	$	$	$
RETEFUENTE POR PAGAR	$	$	$	$	$
OBLIGACIONES BANCARIAS	$	$	$	$	$
PROVEEDORES	$	$	$	$	$
PAGO CARTERA	$	$	$	$	$
LIQUIDACION INVENTARIOS	$	$	$	$	$
LIQUIDACION INVERSIONES	$	$	$	$	$
TOTAL FUENTES	$	$	$	$	$
USOS					
PAGO IMPORRENTA	$	$	$	$	$
CARTERA CUENTAS POR COBRAR	$	$	$	$	$
INVENTARIOS	$	$	$	$	$
TERRENOS	$	$	$	$	$
EDIFICIOS	$	$	$	$	$
EQUIPO DE TRANSPORTE – VEHÍCULOS	$	$	$	$	$
MUEBLES Y ENSERES	$	$	$	$	$
MINAS Y YACIMIENTOS	$	$	$	$	$
CULTIVOS PERMANENTES	$	$	$	$	$
SEMOVIENTES PIE DE CRIA	$	$	$	$	$
PLANTA E INSTALACIONES	$	$	$	$	$
MAQUINARIA Y EQUIPO	$	$	$	$	$
EQUIPO DE OFICINA	$	$	$	$	$
CAPITALIZACION F. EMPRENDER	$	$	$	$	$
PAGO PROVEEDORES	$	$	$	$	$
GASTOS PUESTA EN MARCHA PREOPERATIVOS	$	$	$	$	$
DISTRIBUCION DE UTILIDADES	$	$	$	$	$
TOTAL USOS	$	$	$	$	$
CAJA FINAL	$	$	$	$	$

4.2 EGRESOS:

A. EGRESOS: Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización Monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los Egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. Este factor prevé cuanto crecerán los gastos de administración. Se expresa es el indicador y no el porcentaje, es decir: 5 por ciento equivale a 1,05. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.

- **INDICE DE ACTUALIZACIÓN MONETARIA: (1 + %)** _____

INVERSIONES DEL PROYECTO

ACTIVOS FIJOS	PRECIO TOTAL
Maquinaria	$ _____
Herramientas	_____
Muebles y Enseres	_____
Vehículos	_____
Edificios	_____
Terrenos	_____
TOTAL	_____

CAPITAL DE TRABAJO $ _____

GASTOS PREOPERATIVOS $ _____

TOTAL INVERSION $ _____

4.3 CAPITAL DE TRABAJO:

A. CAPITAL DE TRABAJO: Son los recursos que se requieren para el normal funcionamiento de la empresa, estos por lo general son activos corrientes, se componen principalmente del valor de caja y bancos (para pago de nomina básica), el valor de los inventarios y el valor de la cartera, estimados en días como política empresarial, los cuales deben de ser coherentes entre si. Debe ser suficiente hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, etc. De éste valor se define los recursos que se requieren.

CAPITAL DE TRABAJO	POLITICA EN DIAS	BASE	VALOR
CAJA Y BANCOS (DIAS)		SALARIOS	$
CARTERA - INCLUYE PROVISION		VENTAS	$
INVENTARIOS			
MATERIA PRIMA		COMPRAS ANUALES	$
PRODUCTOS EN PROCESO		COSTO PRODUCCION	$
PRODUCTOS TERMINADOS		COSTO VENTAS	$
		GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	$
		TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	$

- **Punto de Equilibrio (P.E.):** Nos dice cuántas unidades y volumen de ventas, debemos realizar como mínimo para que la empresa no pierda ni gane. Calcule el punto de equilibrio para la empresa aplicando las siguientes fórmulas:

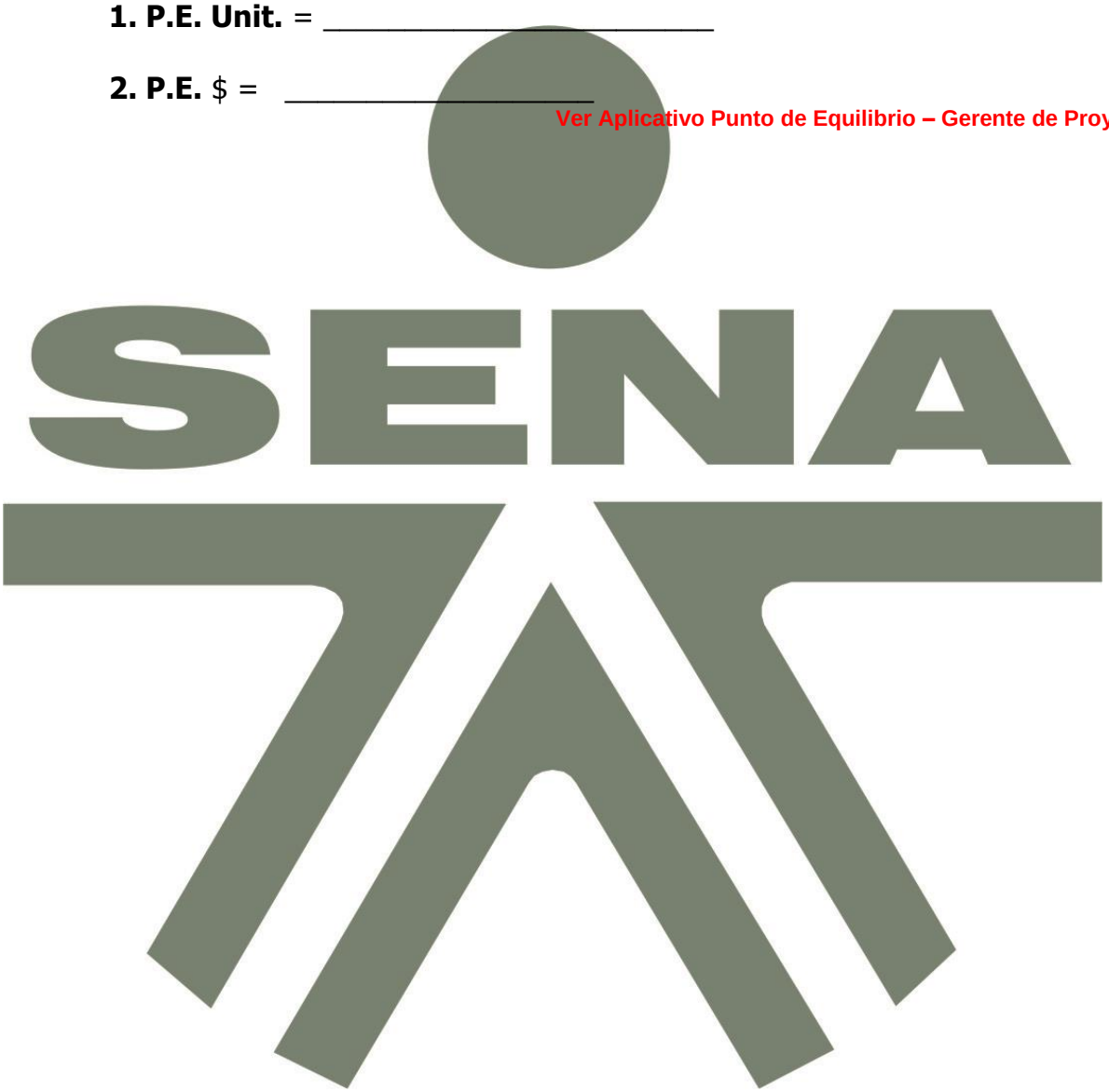
1. Punto de Equilibrio = Costos Fijos Mensuales
   en unidades Precio de Venta Unitario - Costo variable Unitario

2. Punto de Equilibrio = Costos Fijos Totales
   en pesos Porcentaje Margen de Contribución

1. P.E. Unit. = _____

2. P.E. $ = _____

Ver Aplicativo Punto de Equilibrio – Gerente de Proyectos



V. PLAN OPERATIVO

5.1 PLAN OPERATIVO:

A. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES: Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocios, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, la utilización de los recursos y gestión, con el fin de determinar el cumplimiento de los indicadores de gestión que establece el no reembolso de los recursos por parte de los emprendedores.

El Plan Operativo establece la tasa de descuento y el periodo improductivo del proyecto principalmente. Identifique las necesidades de efectivo en los primeros meses del proyecto, verificando que no exista saldo en rojo en caja y bancos, de lo contrario debe reexaminar los requerimientos de capital de trabajo. Asigne de donde será el origen de los recursos requeridos y en que proporción, en los primeros meses del proyecto.

DURACION AÑO CERO	MES DE 1 A _____ AÑO 0
TERRENOS	$
EDIFICIOS	$
VEHICULOS	$
PLANTA E INSTALACIONES	$
MINAS Y YACIMIENTOS	$
CULTIVOS PERMANENTES	$
MUEBLES Y ENSERES	$
SEMOVIENTES PIE DE CRIA	$
MAQUINARIA Y EQUIPO	$
EQUIPO DE OFICINA	$
GASTOS PUESTA EN MARCHA PREOPERATIVOS	$
COMPRAS PARA INVENTARIOS INICIALES	$
CAJA INICIAL PARA PAGO DE NOMINA	$
(**) TOTAL EGRESOS AÑO 0	$

NOTA: Este valor total de Egresos Año 0 (**), pasa al siguiente cuadro que corresponde al plan operativo para el primer año de la empresa. El cuadro debe hacerse mes por mes, aquí solo se presenta un modelo guía, para que usted desarrolle el suyo directamente.

PLAN OPERATIVO DE LA EMPRESA _____

CRONOGRAMA	MES 1		MES 2 … al 5		MES 6		MES 7 ... al 11		MES 12		TOTAL	
	REC. PROP	FOND EMPR	REC. PROP	FOND EMPR	REC. PROP	FOND EMPR	REC. PROP	FOND EMPR	REC. PROP	FOND EMPR	REC. PROP	FOND EMPR
EGRESOS												
(**) EGRESOS AÑO 0	$	$										
Mano obra directa	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
Consumo Mat. Prim. Insumos y empaques	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
COSTOS INDIRECT. FABRICAC.	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
OTROS GASTOS DE ADMON	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
PLANTA PERSONAL ADMON.	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
COMISION VENTAS	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
PLANTA PERSONAL VENTAS	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
Parafiscales (9%) Mes vencido			$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
EPS y PENSION (19.25%) mes vencido			$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
Otros de personal-RIESGOS -0,052% mes vencido			$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
Prima de servicios (8.33%)					$	$			$	$	$	$
GASTOS MEZCLA MERCADO	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
TOTAL EGRESOS	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$	$
(-) CREDIT BANCARIO	$											
(-) FONDO EMPRENDE	$											
(-) APORT. EMPREND	$											
Ingresos menos egresos	$	$	$		$		$		$		$	
Caja inicial o saldo excedente liquidez	$	$	$		$		$		$		$	

5.2 METAS SOCIALES:

A. METAS SOCIALES DEL PLAN DE NEGOCIOS: Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del Plan de Negocios.

A continuación se remite los aportes que el presente proyecto hace a las políticas establecidas en el Plan de Desarrollo Nacional: Prosperidad para Todos (2010 - 2014) y en el Plan de Desarrollo Regional: _____ _____ (Ejemplo: "Bogotá sin Indeferencia" o "Por un Huila Unido").

B. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO: Especifique como se enmarca el proyecto presentado dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (diligenciar obligatoriamente).

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO "Prosperidad para Todos"	MARQUE X
PROMOCION DE LA COOPERACION CIUDADANA	
DESARROLLO EN ZONAS DEPRIMIDAS Y DE CONFLICTO	
ATENCION Y PREVENCION DE DESPLAZAMIENTO FORZADO	
IMPULSO A LA VIVIENDA Y A LA CONSTRUCCION	
CONSOLIDACION DE LA INDUSTRIA DE HIDROCARBUROS	
DESARROLLO DEL SECTOR MINERO	
MANTENIMIENTO Y CONSERVACION DE CARRETERAS	
IMPULSO AL TRANSPORTE URBANO MASIVO	
OPTIMIZACION EN LA PRESTACION DE SERVICIOS PUBLICOS	
PROMOCION DE LA INVESTIGACION	
ESTIMULO A LA INNOVACION Y AL DESARROLLO TECNOLOGICO	
APROPIACION SOCIAL DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGIA	
INTERNACIONALIZACION	
PROPIEDAD INTELECTUAL	
AGENDA DE CONECTIVIDAD	
BIOTECNOLOGIA	
TURISMO	
EFICIENCIA DE LOS MERCADOS	
ACCESO A TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y TELECOMUNICACIONES	
PROMOCION DE EXPORTACIONES AGRICOLAS	
REGIONALIZACION DE LA OFERTA EXPORTABLE	
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	
GENERACION DE EMPLEO	
MEJORAMIENTO DE LA PROTECCION Y LA SEGURIDAD SOCIAL	
PROGRAMAS DE APOYO A LA MUJER	
IMPULSO A LA ECONOMIA SOLIDARIA	
MANEJO SOCIAL DEL CAMPO	
ESQUEMAS ASOCIATIVOS PRODUCTIVOS PARA EL DESARROLLO RURAL	
CAPITALISMO SOCIAL EN SERVICIOS PUBLICOS	
DESARROLLO DE LAS MIPYMES	
ATENCION A POBLACION DESPLAZADA	
FORTALECIMIENTO DE GRUPOS ETNICOS	
PREVENCION Y MITIGACION Y RIESGOS NATURALES	
PROMOCION DEL DEPORTE	
CRECIMIENTO ECONOMICO	

C. PLAN REGIONAL DE DESARROLLO: Especifique como se enmarca el proyecto presentado dentro de los objetivos del Plan Regional de Desarrollo (diligenciar obligatoriamente).

PLAN DE DESARROLLO REGIONAL: " _____ "	MARQUE X
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	
❖	

D. CLUSTER Ó CADENA PRODUCTIVA: Indique a que cluster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en qué fase de la cadena se integra (diligenciar obligatoriamente).

Cluster o Cadena Productiva en que se enmarca el Plan de Negocios es:

_____

_____

E. EMPLEO: Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos que características de "población Vulnerable" cumple, si es el caso.

EMPLEOS DIRECTOS	MARQUE X	No CARGOS	CARGOS O NOMBRE PUESTO DE TRABAJO
❖ JOVENES (18 A 24 AÑOS)			
❖ DESPLAZADO POR VIOLENCIA			
❖ MADRE CABEZA DE FAMILIA			
❖ MINORIA ETNICA (INDÍGENAS / NEGRITUDES)			
❖ RECLUIDOS CARCELES INPEC			
❖ DESMOVILIZADOS O REINSERTADOS			
❖ DISCAPACITADOS			

❖ DESVINCULADOS DEL ESTADO			
No. EMPLEOS INDIRECTOS			

F. EMPRENDEDORES: Ingresar su nombre, igualmente ingresar el porcentaje de la participación accionaría para cada uno.

No.	NOMBRE	Nivel de emprendedor	Participación Accionaria (%)

VI. IMPACTO

6.1 IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL, AMBIENTAL: Describa los aspectos de su Plan de Negocios que según su criterio, generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo, generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales, etc.

IMPACTO ECONOMICO	MARQUE X	SOCIAL	MARQUE X
❖ GENERACION DE DIVISAS		❖ GENERACION EMPLEO	
❖ SUSTITUCION DE IMPORTACIONES		❖ DISMINUCION INSEGURIDAD	
❖ DESARROLLO TECNOLOGICO		❖ MEJORA CALIDAD VIDA POBLACION VULNERABLE	
IMPACTO REGIONAL	**MARQUE X**	**IMPACTO AMBIENTAL**	**MARQUE X**
❖ CRECIMIENTO ECONOMICO		❖ CONTAMINACION VISUAL	
❖ DESARROLLO TECNOLOGICO		❖ CONTAMINACION AUDITIVA	
❖ GENERACION DE EMPLEO		❖ CONTAMINACION NUCLEAR	
❖ COMPETITIVIDAD		❖ CONTAMINACION FLUVIAL	
		❖ DESPERDICIOS QUIMICOS	
		❖ DESFORESTACION Y DESIERTOS	
		❖ EXTINCION DE FAUNA O FLORA	
		❖ RIESGO DE DESEQUILIBRIO AMBIENTAL	
		❖ RIESGO DE DESEQUILIBRIO MENTAL	

VII. RESUMEN EJECUTIVO

7.1 RESUMEN EJECUTIVO:

Nombre de la Empresa :

_____

_____

Productos (B/S) a Ofrecer:

A. _____
B. _____
C. _____
D. _____
E. _____

A. CONCEPTO DEL NEGOCIO Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo y consumo aparente del P/S

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

B. POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio.

POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS			
MERCADO POR PRODUCTO	**CANTIDAD**	**CONSUMO ANUAL PERCAPITA**	**MERCADO POTENCIAL**
CLIENTES POTENCIALES PRODUCTO A			
CLIENTES POTENCIALES PRODUCTO B			
CLIENTES POTENCIALES PRODUCTO C			
CLIENTES POTENCIALES PRODUCTO D			
CLIENTES POTENCIALES PRODUCTO E			

TOTAL			

C. <u>VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR</u> Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras.) del producto ó servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.

D. <u>RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS</u> Defina las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados para la creación de empresa.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS				
INVERSION INICIAL DE INFRAESTRUCTURA	**AÑO 0**	**CREDITO**	**FORMA DE COMPRA**	**AÑO 1**
MUEBLES Y ENSERES	$	%	CONTADO	$
EQUIPO DE OFICINA	$	%	CONTADO	$
VR. MAQUINARIA BALANCE	$	%	CONTADO	$
PLANTA E INSTALACIONES	$	%	CONTADO	$
MINAS Y YACIMIENTOS	$	%	CONTADO	$
CULTIVOS PERMANENTES	$	%	CONTADO	$
SEMOVIENTES PIE DE CRIA	$	%	CONTADO	$
TERRENOS	$	%	CONTADO	$
EDIFICIOS	$	%	CONTADO	$
EQUIPO TRANSPORTE - VEHICUL	$	%	CONTADO	$
TOTAL ACTIVOS FIJOS	$			$
CAPITAL DE TRABAJO	**AÑO 0**	**POLITICA EN DIAS**	**BASE**	**AÑO 1**
CAJA Y BANCOS (DIAS)	$		SALARIOS	$
CARTERA- INCLUYE PROVISION	$		VENTAS	$
INV. MATERIA PRIMA	$		COMPRAS ANUALES	$
INV. PRODUCTOS EN PROCESO	$		COSTO PRODUCCION	$

INV. PRODUCTOS TERMINADOS	$		COSTO VENTAS	$
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	$			$
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	$			$
TOTAL INVERSIONES	$			$

E. PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo y la rentabilidad esperada, en términos de la tasa interna de retorno.

PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.					
B.					
C.					
D.					
E.					
TOTAL					
PROYECCION DE VENTAS EN PESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
A.	$	$	$	$	$
B.	$	$	$	$	$
C.	$	$	$	$	$
D.	$	$	$	$	$
E.	$	$	$	$	$
TOTAL	$	$	$	$	$
RENTABILIDAD ECONOMICA	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
RENTABILIDAD ECONOMICA SOBRE UTILIDAD NETA	%	%	%	%	%
TASA INTERNA RETORNO a 5 años SOBRE UTILIDAD NETA	%				
VALOR PRESENTE a 5 años SOBRE UTILIDAD NETA	$				

F. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD:

Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.

CRECIMIENTO EN VENTAS UNIDADES	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	%	%	%	%
B.	%	%	%	%
C.	%	%	%	%
D.	%	%	%	%
E.	%	%	%	%
TOTAL CRECIMIENTO UNIDADES PRODUCTOS	%	%	%	%
CRECIMIENTO EN VENTAS EN VALORES				
A.	%	%	%	%
B.	%	%	%	%
C.	%	%	%	%
D.	%	%	%	%
E.	%	%	%	%
TOTAL CRECIMIENTO PRODUCTOS EN VALORES	%	%	%	%

MARGEN SOBRE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 3	AÑO 3
VALORES	%	%	%	%	%
PUNTO EQUILIBRIO EN VENTAS	$	$	$	$	$
EVA	$	$	$	$	$
EBITDA	$	$	$	$	$
EBITDA SOBRE INVERSION	%	%	%	%	%
EBITDA SOBRE VENTAS	%	%	%	%	%

7.2 EQUIPO DE TRABAJO: Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.

Resumen Ejecutivo:

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____

SECTOR ECONÓMICO: _____

LOCALIZACIÓN: _____

DESCRIPCIÓN:

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Recursos Solicitados: $ _____

EQUIPO DE TRABAJO		
NOMBRE	EMAIL	ROL
		Asesor Líder
		Asesor
		Emprendedor
		Emprendedor
		Emprendedor
		Emprendedor

ANEXOS

ANEXOS: Soportes relacionados con el Plan en la guía didactica (Encuestas, tablas, gráficos, fotos, cotizaciones, punto de equilibrio, fichas técnicas bases, tablas de costos, diagramas de flujos, organigrama, parámetros técnicos especiales).

