DOCUMENTO CONTROLADO

ORIENTACIONES PARA EL DESARROLLO DEL DOCUMENTO

Dándole cumplimiento al acuerdo 015 de 2024 emanada del Consejo Superior se presenta a través de este documento las orientaciones para el desarrollo del documento final del informe de plan de negocios, en el cual se describe el paso a paso incluido título, tipo de letra, sangría, márgenes, tabla de contenido y demás requisitos establecidos por las normas Icontec y las normas APA actualizadas.

Se deberá llevar estricto cumplimento con la finalidad que el documento cumpla con los lineamientos establecidos para evitar correcciones por parte de los evaluadores al revisarlos.

Las frases u oraciones identificadas con color rojo son objeto de modificaciones, teniendo en cuenta la facultad, programa, autor, año, entre otros.

Al terminar de realizar los respectivos ajustes, esta hoja se debe eliminar.

DOCUMENTO CONTROLADO

REDACTE EL NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO (Letra arial mayúscula sostenida o fija negrita tamaño 14 centrado, interlineado 1,5, en lo posible que no supere las tres líneas)

NOMBRE (S) COMPLETO (S) DE LOS AUTOR (Letra arial mayúscula sostenida o fija negrita tamaño 14 centrado, una línea por autor)

UNIVERSIDA DE LA GUAJIRA
(Escriba el nombre completo de la facultad y el nombre del programa académico que estudia, Letra arial mayúscula sostenida o fija negrita tamaño 14 centrado, una línea para cada una)

CIUDAD DE LA SEDE, AÑO

DOCUMENTO CONTROLADO

REDACTE EL NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO (Letra arial mayúscula sostenida o fija negrita tamaño 14 centrado, interlineado 1,5, en lo posible que no supere las tres líneas)

NOMBRE (S) COMPLETO (S) DE LOS AUTOR (Letra arial mayúscula sostenida o fija negrita tamaño 14 centrado, una línea por autor)

Plan de negocio presentado como requisitos para el desarrollo del trabajo de grado como requisito para optar al título de (escriba el título al cual va a titularse)

Director (a)

NOMBRE COMPLETOS DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO (Letra arial mayúscula sostenida o fija negrita tamaño 14 centrado, una línea)

UNIVERSIDA DE LA GUAJIRA

(Escriba el nombre completo de la facultad y el nombre del programa académico que estudia, Letra arial mayúscula sostenida o fija negrita tamaño 14 centrado, una línea para cada una)

CIUDAD DE LA SEDE, AÑO

DOCUMENTO CONTROLADO

DEDICATRORIA

Tenga en cuenta que se debe realizar por cada autor en páginas diferente, procure que sea una página por autor.

DOCUMENTO CONTROLADO

AGRADECIMIENTOS

Cite las personas u organizaciones (empresas, ONG, etc.), a los cuales les desea expresar sus agradecimientos por su aporte a la investigación.

Tenga en cuenta que los agradecimientos se hacen de manera conjunta por los autores o de manera independiente, es decir, dentro de la misma página o paginas si se requiere.

Nota. Redacte en letra arial tamaño 12 justificado, interlineado 1,5.

DOCUMENTO CONTROLADO

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	8
1. EL PROBLEMA	9
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1.1 Formulación del problema.	9
1.1.2 Sistematización del problema	9
1.2 OBJETIVOS	9
1.2.1 Objetivo general.	9
1.2.2 Objetivos específicos.	10
1.3 JUSTIFICACION	10
1.4 DELIMITACIÓN	10
2. MARCO METODOLÓGICO	11
2.3 FUENTE DE RECOLECCIÓN DE DATOS	11
2.4 POBLACION Y MUESTRA	11
2.4.1 Población.	11
2.4.2 Muestra.	11
2.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	11
3. GENERALIDADES DEL PLAN DE ESTUDIO	12
3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	12
3.2 MISIÓN	12
3.3 VISIÓN	12
3.4 UBICACIÓN DEL NEGOCIO	12
3.5 PERFIL DEL EMPRENDEDOR	12
4. ESTUDIO DE MERCADO	13
4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	13
4.2 ANTECEDENTES DEL PLAN DE NEGOCIO	13
4.3 ANÁLISIS DEL SECTOR	13
4.4 ANÁLISIS DE MERCADO	13
4.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	13
4.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO	13
4.6.1 Concepto del Producto o Servicio.	13

DOCUMENTO CONTROLADO

4.6.2 Estrategias de Distribución. 14
4.6.3 Estrategias de Precio. 14
4.6.4 Estrategias de Promoción. 14
4.6.5 Estrategias de Comunicación. 14
4.6.6 Estrategias de Servicio. 14
4.6.7 Estrategias de Aprovisionamiento. 14
4.6.8 Proyección de Ventas y Política de Cartera. 15
5. ESTUDIO TECNICO Y/O OPERACIONAL 16
5.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO 16
5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO 16
5.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS 16
5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN 16
5.5 PLAN DE COMPRAS 16
5.6 COSTOS DE PRODUCCIÓN 17
5.7 INFRAESTRUCTURA 17
5.8 PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES 17
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL 18
6.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL 18
6.1.1 Análisis FODA. 18
6.1.2 Organismos de apoyo. 18
6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 18
6.2.1 Estructura Organizacional. 18
6.2.2 Descripción de los cargos. 18
6.3 ASPECTOS LEGALES 18
6.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS 19
6.4.1 Gastos de Personal. 19
6.4.2 Gastos de Puesta en Marcha. 19
6.4.3 Gastos Anuales de Administración. 19
7. ESTUDIO FINANCIERO 20
7.1 FUENTES DE FINANCIACIÓN 20
7.2 INGRESOS 20

DOCUMENTO CONTROLADO

7.3 EGRESOS 20
7.3.1 Egresos materiales e insumos. 20
7.3.2 Gastos de ventas. 20
7.3.3 Costos de administración. 20
7.3.4 Capital de Trabajo. 20
7.3.5 Depreciaciones. 21
7.4 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA 21
7.5 ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL 21
7.6 PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA 21
7.6.1 Evaluación financiera. 21
Se deben aplicar herramientas TIR, VPN, COSTO BENEFICIO. PRI 21
8. PLAN OPERATIVO 22
8.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 22
8.2 METAS SOCIALES 22
8.2.1 Metas Sociales del Plan de Negocio. 22
8.2.2 Plan Nacional y Regional de Desarrollo. 22
8.2.3 Clúster o Cadena Productiva. 22
8.2.4 Empleo. 22
9. IMPACTO 23
9.1 IMPACTO ECONÓMICO 23
9.2 IMPACTO REGIONAL 23
9.3 IMPACTO SOCIAL 23
9.4 IMPACTO AMBIENTAL 23
RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES 24
REFERENTES BIBLIOGRAFICOS 25
ANEXOS 17
ANEXO A. RESUMEN EJECUTIVO 18

DOCUMENTO CONTROLADO

RESUMEN EJECUTIVO

El resumen del proyecto debe contener la información necesaria para darle al lector una idea precisa de la pertinencia y calidad del proyecto. El resumen comprende una breve síntesis del problema a investigar, los objetivos (generales y específicos), resultados esperados, marco teórico y metodología a utilizar.

PALABRAS CLAVE: *(Se pueden escribir las palabras o combinaciones de palabras que sean necesarias). * entre 3 y 7 palabras claves*

NOTAS PARA LA ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

La estructura del documento debe ir de la siguiente manera:

- Redactar en documento Word
- Hoja tamaño carta y configurar: superior 3 cm, lado izquierdo 4 cm, lado derecho 2 cm, inferior 3 cm.
- Redacte en letra arial tamaño 12 justificado, interlineado 1,5, color automático (negro)
- Las tablas y cuadros se ajusta el tamaño de la letra a sus necesidades.
- Los títulos de primer orden se escriben en **MAYÚSCULA** fija, negrilla, y centrado ejemplo **1**
- Los títulos de segundo orden se escriben en **MAYÚSCULA** fija negrilla justificado ejemplo **1.1**
- Los títulos de tercer orden se escriben en **Mayúscula** inicial, negrilla justificado y punto aparte ejemplo **1.1.1**
- Los títulos de cuarto orden se escriben en Mayúscula inicial, sin negrilla justificado y punto o dos puntos seguidos o a parte. ejemplo 1.1.1.1
- En vez de colocar títulos de quinto orden, se recomienda el uso de numerales o viñetas.

Una vez haya realizado el trabajo siguiendo la estructura de esta plantilla suprima las **NOTAS** y actualice la tabla de contenido, lista de cuadros y figura, si las hubiere.

DOCUMENTO CONTROLADO

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la definición del problema de estudio lo primero que nos interesa es conocer y saber lo que será investigado (el qué, por qué y para qué). Para esto, es necesario que la investigación a realizar contenga criterios de prioridad, innovación, necesidad u oportunidad a fin de identificar la solución que contribuirá con la ejecución o puesta en marcha del plan de negocio o proyecto.

Por lo tanto, se recomienda hacer una descripción precisa y completa de la naturaleza y magnitud del problema u oportunidad de la idea de negocio para justificar la necesidad de la creación de nuevas empresas o fortalecimiento de las ya existentes en términos del desarrollo de la región y del país.

1.1.1 Formulación del problema.

La formulación del problema es la estructuración de toda la investigación, de tal forma que uno de sus componentes resulte parte de un todo y que ese todo forme un cuerpo que tenga lógica de investigación. Se debe, por lo tanto, sintetizar la cuestión proyectada para investigar, generalmente a través de un interrogante.

Pregunta Clave: ¿Qué necesidad, problema u oportunidad ha sido identificada?

1.1.2 Sistematización del problema

En este apartado se definen interrogante que ayudaran a desarrollar y solucionar el interrogante antes formulado. Por lo cual, cada objetivo específico del plan de negocio debe estar alineado a una pregunta.

1.2 OBJETIVOS

Los objetivos deben mostrar una relación clara y consistente con la descripción del problema y, específicamente, con las preguntas y/o hipótesis que se quieren resolver. Es recomendable formular un solo objetivo general global, coherente con el problema planteado, y algunos objetivos específicos que conducirán a lograr el objetivo general y que son alcanzables con la metodología propuesta.

1.2.1 Objetivo general.

Defina el objetivo general, tenga en cuenta que este debe ir asociado al título del plan de negocios o proyecto para la creación del nombre de la empresa.

DOCUMENTO CONTROLADO

1.2.2 Objetivos específicos.

Los objetivos específicos estarán relacionados con los elementos a revisar del plan de negocio o proyecto a saber:

- Un objetivo relacionado con el módulo de mercadeo.
- Un objetivo relacionado con el módulo técnico y/u operativo.
- Un objetivo relacionado con el módulo organizacional.
- Un objetivo relacionado con el módulo financiero.
- Un objetivo relacionado al plan operativo
- Un objetivo relacionado con el impacto

1.3 JUSTIFICACION

Justifique las razones para el desarrollo del plan de negocio o proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, normativos, ambientales, prácticos en relación al perfil profesional y las demás que se consideren relevantes para la ejecución o puesta en marcha del mismo. Esta justificación debe ser coherente con los objetivos planteados, brindar razones al componente innovador y explicar cuál sería el impacto del plan de negocio o proyecto al contexto donde lo desea ejecutar.

1.4 DELIMITACIÓN

Es pertinente dar al problema una formulación lógica, adecuada, precisar sus límites, su alcance, para ello es necesario tener en cuenta los siguientes factores:

- **Viabilidad**: lo importante es que el investigador debe verificar la posibilidad de conseguir fuentes de datos para el desarrollo de su estudio, ya sean del grado primario o secundario.
- **Lugar o espacio** donde se llevará a cabo la investigación.
- **Tiempo,** si el asignado me da la cobertura del estudio o debo disponer de uno en caso de imprevistos.
- **Financiación**, si voy a implementar algo que cantidad de dinero dispongo para ello o si solo será un estudio de factibilidad.

DOCUMENTO CONTROLADO

2. MARCO METODOLÓGICO

Es un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo del plan o proyecto de emprendimiento. Se presentan los métodos y técnicas con las cuales se realizará el plan de negocio.

2.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio del “Plan de Negocio”, busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario, todo inversionista, todo financista, todo proveedor, todo comprador, etc., desea resolver.

2.2 DISEÑO METODOLÓGICO

Es el conjunto de procedimientos y acciones utilizados para recopilar, organizar y analizar la información necesaria para la construcción del Plan de Negocio.

En la presentación del proyecto de grado, se debe tener en cuenta que un modelo de negocio describe el valor que una organización ofrece a sus diferentes clientes; describe las capacidades y los socios necesarios para la creación, comercialización y distribución de este valor y relaciona el capital con el objetivo de generar flujos de ingresos rentables y sostenibles. En este sentido, los puntos a presentar, se fundamentan en el modelo de negocio (Lean Canvas) de Alexander Osterwalder y son enseñados en la ruta de emprendimiento de plan de negocio ofertado por el CEyDE.

2.3 FUENTE DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Aquí redacte las fuentes por las cuales se valió para obtener los datos, puede clasificarla en primaria (encuesta, entrevista), secundaria (bibliografía, entre otras).

2.4 POBLACION Y MUESTRA

2.4.1 Población.

Defina la población objeto del plan de negocio si aplica mediante datos reales.

2.4.2 Muestra.

En caso que se requiera determinar una muestra por la magnitud de la población, válgase de los métodos definidos para estos tipos de cálculos.

DOCUMENTO CONTROLADO

2.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Aquí redacte las fuentes por las cuales se valió para obtener los datos, puede clasificarla en primaria (encuesta, entrevista), secundaria (bibliografía, entre otras).

DOCUMENTO CONTROLADO

3. GENERALIDADES DEL PLAN DE ESTUDIO

3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

3.2 MISIÓN

3.3 VISIÓN

3.4 UBICACIÓN DEL NEGOCIO

3.5 PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Nota. La descripción, misión, visión y ubicación de la empresa y perfil del emprendedor, se extrae del plan de negocio elaborado en los diferentes formatos diligenciados por el emprendedor al momento de solicitar el servicio al centro de emprendimiento de La Universidad de La 9Guajira.

DOCUMENTO CONTROLADO

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En este apartado, se debe conceptuar según autores o apreciaciones propias sobre la definición de estudio de mercado (Cite por lo menos dos autores al respecto).

4.2 ANTECEDENTES DEL PLAN DE NEGOCIO

Debe contener una descripción de actividades previas que tengan relación directa con el plan de negocios bien sea en su formulación o en la puesta en marcha del mismo.

4.3 ANÁLISIS DEL SECTOR

Analice el sector desde lo general a especifico, Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.

4.4 ANÁLISIS DE MERCADO

Realice un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional e internacional, defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo (de razones por las cuales se seleccionó este mercado), estimación del mercado potencial.

Defina Consumo aparente y consumo per cápita, magnitud de la necesidad (cuál es la importancia de la necesidad de ingresar al mercado con el producto); estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento) y perfil del Consumidor y/o del cliente, y demás aspectos extraídos de los formatos del plan de negocio.

4.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Analice cada uno de los competidores teniendo en cuenta: nombre, ubicación geográfica, productos que producen y comercializan, calidad de los productos que comercializan, precios de los productos, concepto del cliente frente a cada competidor, estrategias comerciales, promocionales y de publicidad que usan para vender sus productos, canales de comercialización, segmento al cual se dirige la competencia.

DOCUMENTO CONTROLADO

4.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO

4.6.1 Concepto del Producto o Servicio.

Que se va a vender, cuál es el nivel de estacionalidad o moda del bien o servicio Haga una descripción básica del bien (es) o servicio (s), cuáles son sus especificaciones, características, aplicación, que es un producto de consumo directo e indirecto, diseño, empaque y embalaje.

4.6.2 Estrategias 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 distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.

4.6.3 Estrategias de Precio.

Presente precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.

4.6.4 Estrategias de Promoción.

Defina cuáles son las estrategias promocionales que usará la empresa para motivar la venta, describa una a una, estrategias para clientes especiales y presupuesto de promoción.

4.6.5 Estrategias de Comunicación.

Establezca las estrategias de publicidad que usara la empresa (masiva y no masiva), porque razón la empresa usara estos medios de publicidad y presupuesto de comunicación.

4.6.6 Estrategias de Servicio.

Defina procedimientos para la prestación del servicio (post venta), garantías del servicio, servicio para instalación, servicio a domicilio, servicio posventa y presupuesto del servicio postventa.

4.6.7 Estrategias de Aprovisionamiento.

DOCUMENTO CONTROLADO

Elabore flujo grama que permita establecer las etapas de aprovisionamiento de cada una de las necesidades y requerimientos y las necesidades y requerimientos son: materias primas, insumos maquinas, equipos, herramientas, mobiliario, equipos de oficina, publicidad, adecuación de instalaciones y talento humano.

4.6.8 Proyección de Ventas y Política de Cartera.

Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio, determine los ingresos (en $) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Y la proyección de ventas debe ser producto de un análisis.

DOCUMENTO CONTROLADO

5. ESTUDIO TECNICO Y/O OPERACIONAL

5.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, unidad de medida, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.

5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

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 y/ó servicio. En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto).

5.3 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 necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.

5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

Tomando como referencia el plan 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 de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, numero de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. Primer mes = 0 cajas de 50 unidades, quinto mes = 300 cajas de 50 unidades, sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, mes n = 1000 cajas de 50 unidades

5.5 PLAN DE COMPRAS

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.

DOCUMENTO CONTROLADO

5.6 COSTOS DE PRODUCCIÓN

La tabla de plan de compras debe contener: Relacionar 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. $/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo.

5.7 INFRAESTRUCTURA

Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a cada máquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.

5.8 PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES

Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.

DOCUMENTO CONTROLADO

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

6.1.1 Análisis FODA.

El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.

6.1.2 Organismos de apoyo.

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 y descripción del apoyo en la fase de definición del negocio (todas aquellas entidades y personas que apoyaron la formulación del plan: Sena, unidad de emprendimiento, gestor, institución que lo formo, empresa que ayudaron con la investigación del mercado, proveedores que proporcionaron cotizaciones, organismos locales, gubernamentales, etc.

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.2.1 Estructura Organizacional.

Describa a partir de un organigrama la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente, la conformación de la Junta Directiva,

6.2.2 Descripción de los cargos.

Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.

6.3 ASPECTOS LEGALES

Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cuál es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social,

DOCUMENTO CONTROLADO

registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos ó Servicios.

6.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

6.4.1 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 durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.

6.4.2 Gastos de Puesta en Marcha.

Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

6.4.3 Gastos Anuales de Administración.

Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

DOCUMENTO CONTROLADO

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 FUENTES DE FINANCIACIÓN

Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando sí se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc), plazo, forma de pago, tasa de interés etc, y establecer rubros en detalle. Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.

7.2 INGRESOS

Se describe la proyección de ingresos por ventas anuales teniendo en cuenta las cantidades y los precios de los artículos establecidos, por un periodo de cinco (5) años.

7.3 EGRESOS

Ingrese la siguiente información: Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.

7.3.1 Egresos materiales e insumos.

Se proyectan los egresos correspondientes a materiales e insumos a 5 años.

7.3.2 Gastos de ventas.

Se relaciona todos los gastos incurridos en estrategias de mercado con relación a promoción, comunicación, servicios, entro otros; proyectados a 5 años.

7.3.3 Costos de administración.

Se relaciona todo lo relacionado con gastos de personal, gastos legales o puesta en marcha y los gastos anuales de administración proyectados a 5 años.

7.3.4 Capital de Trabajo.

DOCUMENTO CONTROLADO

Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc (costos operacionales).

7.3.5 Depreciaciones.

Seguidamente se relacionan las depreciaciones de equipos de producción, muebles y enseres, y equipos de oficina.

7.4 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
7.5 ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
7.6 PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA

Son las proyecciones de los informes financieros que presentan en detalle los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

7.6.1 Evaluación financiera.

SE DEBEN APLICAR HERRAMIENTAS TIR, VPN, COSTO BENEFICIO. PRI

DOCUMENTO CONTROLADO

8. PLAN OPERATIVO

8.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

8.2 METAS SOCIALES

8.2.1 Metas Sociales del Plan de Negocio.

Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio. Especifique cómo contribuye el plan de negocio presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, es necesario revisar el plan nacional de desarrollo e identificar como la construcción del plan o la constitución de la empresa generan impactos en el país.

8.2.2 Plan Nacional y Regional de Desarrollo.

Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, es necesario revisar el plan regional de desarrollo identificar como la construcción del plan o la constitución de la empresa generan impactos en la región.

8.2.3 Clúster o Cadena Productiva.

Indique a que clúster o cadena productiva que se asocia el proyecto propuesto, identificando en qué fase de la cadena se integra

8.2.4 Empleo.

Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado.

DOCUMENTO CONTROLADO

9. IMPACTO

9.1 IMPACTO ECONÓMICO

Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, maquinaria, mobiliario, generación de ingresos, política de formalización empresarial y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento.

9.2 IMPACTO REGIONAL

Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto regional, cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en, tecnologías de la información y las comunicaciones, pecuario, agrícola, servicios varios, industria, comercio formal, tomando como referente los sectores estratégicos establecidos por el gobierno distrital, en las diferentes fases del proyecto, cuantificar su costo de implementación y mantenimiento.

9.3 IMPACTO SOCIAL

Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto social, cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo e indirecto en las diferentes fases del proyecto, a qué tipo de población beneficiara, (vulnerabilidad), política de generación de empleo, cuantificar su costo de implementación y mantenimiento.

9.4 IMPACTO AMBIENTAL

Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto ambiental, cuantificando los resultados del impacto por ejemplo afluentes, ruido, ahorro papel, protección fauna y flora, empresas amigables con el medio ambiente, técnicas de vertimientos de desechos orgánicos e inorgánicos, etc en las diferentes fases del proyecto. Elabore una matriz de impactos y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento.

DOCUMENTO CONTROLADO

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

DOCUMENTO CONTROLADO

REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

En la bibliografía se registran investigaciones o trabajos que tratan del tema, implícita o explícitamente, no es recomendable citar obras de cultura general, como enciclopedias, diccionarios, etc.

La presentación de las referencias debe seguir las normas APA (American Psychological Association).

EJEMPLO

Rodríguez, P. L. (2023). *Gestión de Calidad*. Riohacha, Colombia: Editorial Colombia.

DOCUMENTO CONTROLADO

ANEXOS

DOCUMENTO CONTROLADO

ANEXO A. RESUMEN EJECUTIVO

Resumen Ejecutivo. Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.

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, etc.

Potencial del Mercado en Cifras. Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio.

Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor. Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto ó servicio que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.

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

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