

# Fomento de la actividad productiva artesanal en el municipio de Tenjo - Departamento de Cundinamarca Fase 2017

## PLANES DE NEGOCIO

## CONCEPTUALIZACION PLANES DE NEGOCIO

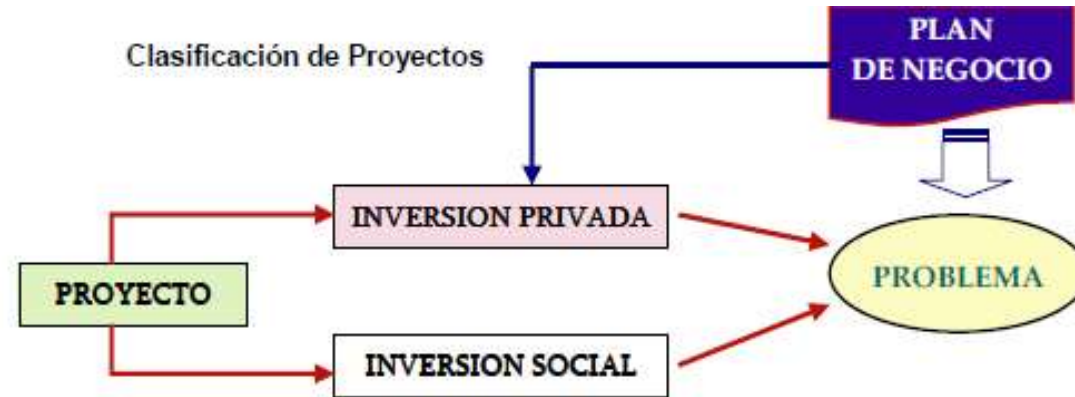
El Plan de Negocio es verdaderamente el instrumento que nos permitirá Planear y Evaluar la viabilidad y factibilidad de nuestra Idea de Negocio; la evaluación que hacemos al Plan es de tipo financiera la cual nos permite medir la rentabilidad o utilidad del negocio en un periodo de tiempo determinado (meses, semestres, años), y dependiendo de esta rentabilidad se toma la decisión de invertir o no invertir en el negocio; ya que puede suceder que las expectativas del emprendedor, un inversionista, o una entidad financiera o fomento en cuanto a la rentabilidad que generaría el negocio no sean las esperadas.

## ESTRUCTURACION DE PLANES DE NEGOCIO.

Para entender que es un Plan de Negocios primero hay que saber que es un Proyecto, todos hemos escuchado alguna vez este término “Proyecto”, muy utilizado, veamos que es un proyecto: Los proyectos nacen, se evalúan y eventualmente se realizan en la medida que responden a una necesidad humana. Los recursos con que se dispone para la satisfacción de las necesidades del hombre son escasos y de uso optativo. Por lo tanto un proyecto debe ser la mejor solución al problema o necesidad detectados, que pueden ser de diversa índole: alimentación, salud, vivienda, recreación, comunicación, infraestructura, etc., y su evaluación debe determinar si la utilización de los recursos se hace en forma eficiente y equitativa.

Entonces cuando hablamos de proyectos podemos hacer referencia a que con este se satisfacen múltiples necesidades humanas de distinta índole, mediante inversión de recursos económicos para tal fin, esta inversión realizada puede ser, de propósito privado el cual pretende una utilidad Financiera de un particular; inversión de propósito social la cual busca bienestar para una comunidad desde un punto de vista económico y social.

El Plan de Negocio es básicamente un proyecto de Inversión Privada para crear una empresa nueva o línea de negocio nueva dentro de la empresa.



## ETAPAS DEL PLAN DE NEGOCIO



## IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Elaborar adecuadamente un plan de negocios, permitirá al empresario conocer y entender adecuadamente las reglas del mercado, al realizar un análisis a conciencia de la industria donde competirá su empresa.

Su elaboración servirá al empresario para criticar y clarificar sus propias ideas, le permitirá prevenir errores poco evidentes, le ayudará a identificar los principales puntos críticos y a medir el potencial real del negocio.

Desarrollar un buen plan de negocio permitirá al empresario mostrar con mayor claridad el funcionamiento y desempeño de la empresa, al buscar financiamiento con un socio o con una institución financiera.

Es importante mencionar, que actualmente un Plan de Negocios bien elaborado es “requisito fundamental”, solicitado por los bancos, incubadoras o inversionistas públicos y privados, para evaluar la posibilidad de financiar una nueva empresa.

El Plan de Negocios debe servir para control del negocio, en el sentido de comprobar si la realidad se acerca o se desvía de lo previsto, el emprendedor debe encontrar tiempo para revisarlo y analizar las causas de las desviaciones.

## FORMULACION Y EVALUACION DEL PLAN DE NEGOCIO



La mayoría de los modelos de plan tienen estas secciones:

1. Resumen Ejecutivo
2. Objetivos
3. Justificación y Antecedentes
4. Estudio de mercado
5. Estudio Técnico u Operativo
6. Estudio Administrativo / Organizacional
7. Estudio Financiero
8. Impactos

## ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado es el primer estudio del Plan de Negocio, la existencia de un **MERCADO** para los productos de su empresa es el pilar fundamental para el éxito, el Estudio de Mercados requiere de una adecuada Investigación y análisis de **Información**, obtenida mediante los siguientes aspectos:



### 1. Investigación de Mercados.

**Análisis del Sector.** Describir el desarrollo económico, tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.

**Mercado Consumidor.** Definir segmento y mercado objetivo, grado de aceptación, hábitos y costumbres de los clientes, al igual que sus aspectos demográficos y psicográficos.

**Mercado Competidor.** Quienes son, localización, precios, tecnología, talento humano, infraestructura, etc.

**Mercado Proveedor.** Quienes son, precios, facilidades de pago, oportunidad (calidad, tiempo, lugar).

## ESTUDIO DE MERCADO

**Estrategias de Mercadeo.** (Plan de Mercadeo). Producto, Precio, Publicidad / Promoción y Plaza (canal de comercialización).

**3. Proyecciones de Venta.** Utilización de técnicas para realizar los pronósticos de ventas de los productos. la Oferta y la Demanda de nuestro Mercado (ver grafica), este estudio lo realizamos a través de una Investigación de Mercados, la cual nos permitirá determinar si estamos frente a una Oportunidad de Mercado o no. Estudiemos algunos elementos conceptuales que nos permitirán comprender mejor nuestro Estudio de Mercado.





## ESTUDIO DE MERCADO

**Mercado**, es el área dentro de la cual se realizan un conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores, implica un proceso de comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la **oferta y demanda**.



### ¿Qué es Demanda y Oferta?

**Demanda**, es la cantidad de bienes o servicios que los **Consumidores** están dispuestos a comprar a un precio dado, y un periodo de tiempo determinado.

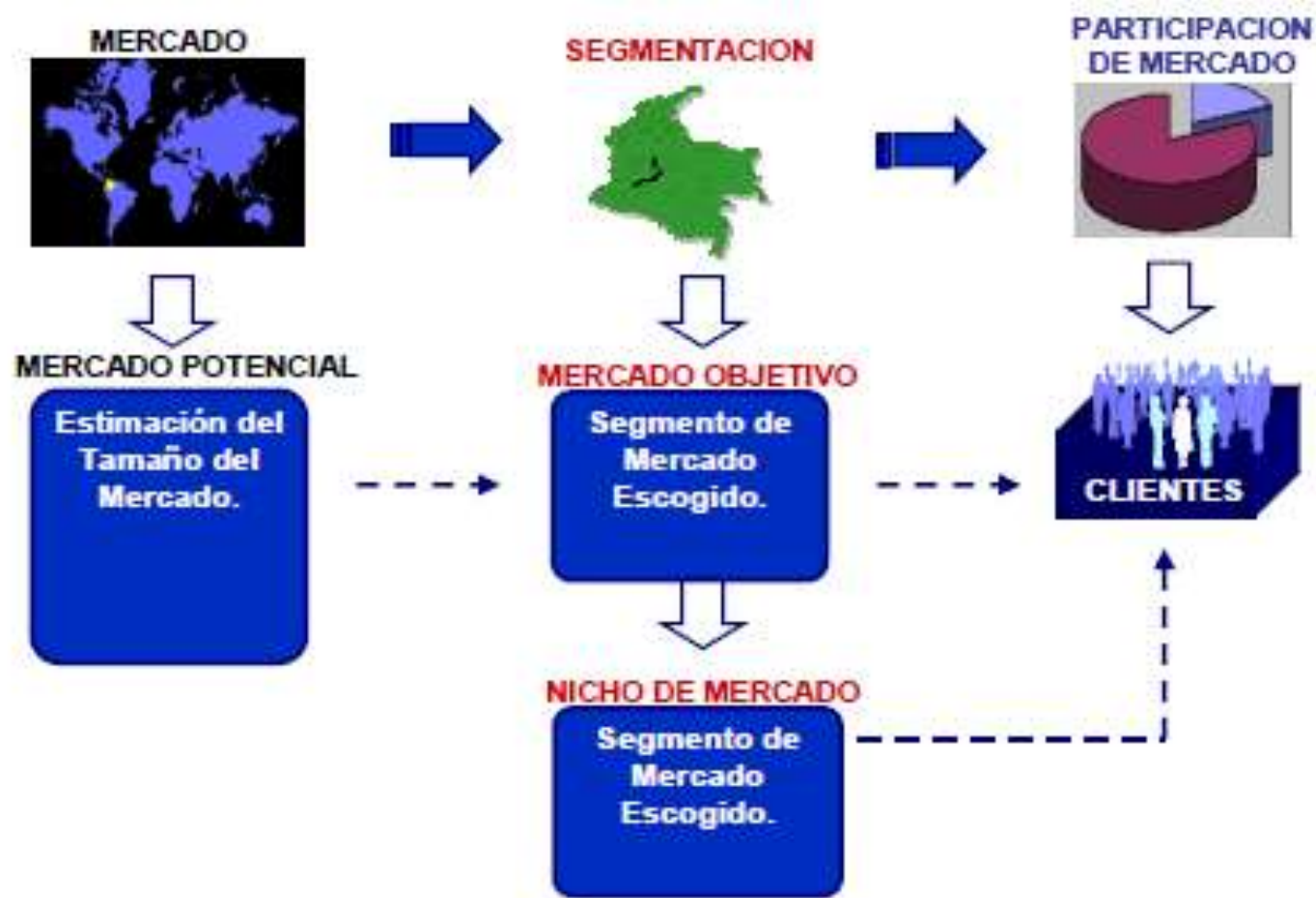
**Oferta**, es la cantidad de bienes o servicios que los **Productores** están dispuestos a ofrecer a un precio dado y un periodo de tiempo determinado.

**MERCADO CONSUMIDOR.** En este grafico podemos observar el proceso para su estudio y análisis.

**MERCADO POTENCIAL.** Estimación del Tamaño del Mercado Consumidor (personas, hogares, empresas, etc.) al que se pretende dirigir la oferta de bienes y servicios, el cual está disponible para todas las empresas de un

## ESTUDIO DE MERCADO

**MERCADO CONSUMIDOR.** En este grafico podemos observar el proceso para su estudio y análisis.



## LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

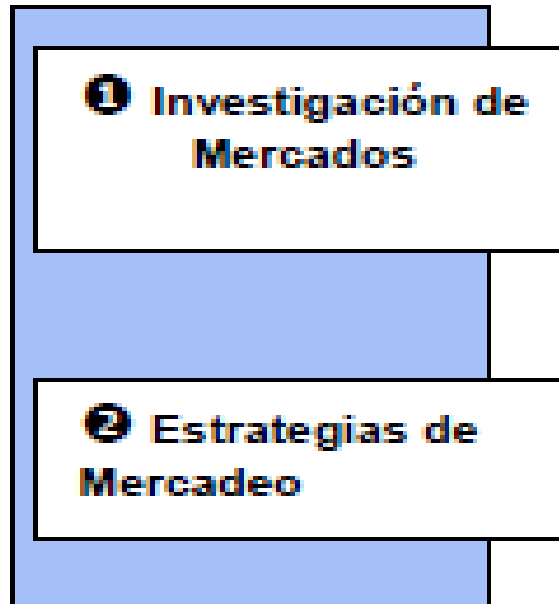
En estos casos una estrategia es **Segmentar el Mercado**, las siguientes son las variables de segmentación más comunes:

Variables Geográficas	Variables Psicográficas	Variables Conductuales	Variables Demográficas
Regiones	Clase Social	Ocasión de Compra	Sexo
Tamaño de Ciudades	Estilo de Vida	Beneficios Buscados	Ingreso
Zonas	Personalidad	Status de Usuario	Edad
Climas		Grado de Lealtad	Educación
			Composición Familiar
			Ciclo de Vida Familiar
			Raza

## ESTUDIO DE MERCADO

### Que tener en cuenta en la Segmentación Industrial

- El tipo de Actividad que desarrolla
- La Zona Geográfica que cubre
- El tamaño del Usuario
- El Proceso de Compra



- Suministra un entendimiento de los mercados y competidores:
  - Tamaño y crecimiento del mercado
  - Segmentación del mercado

- Resume las actividades planeadas de mercadeo y ventas:
  - Producto
  - Precio
  - Promoción
  - Plaza

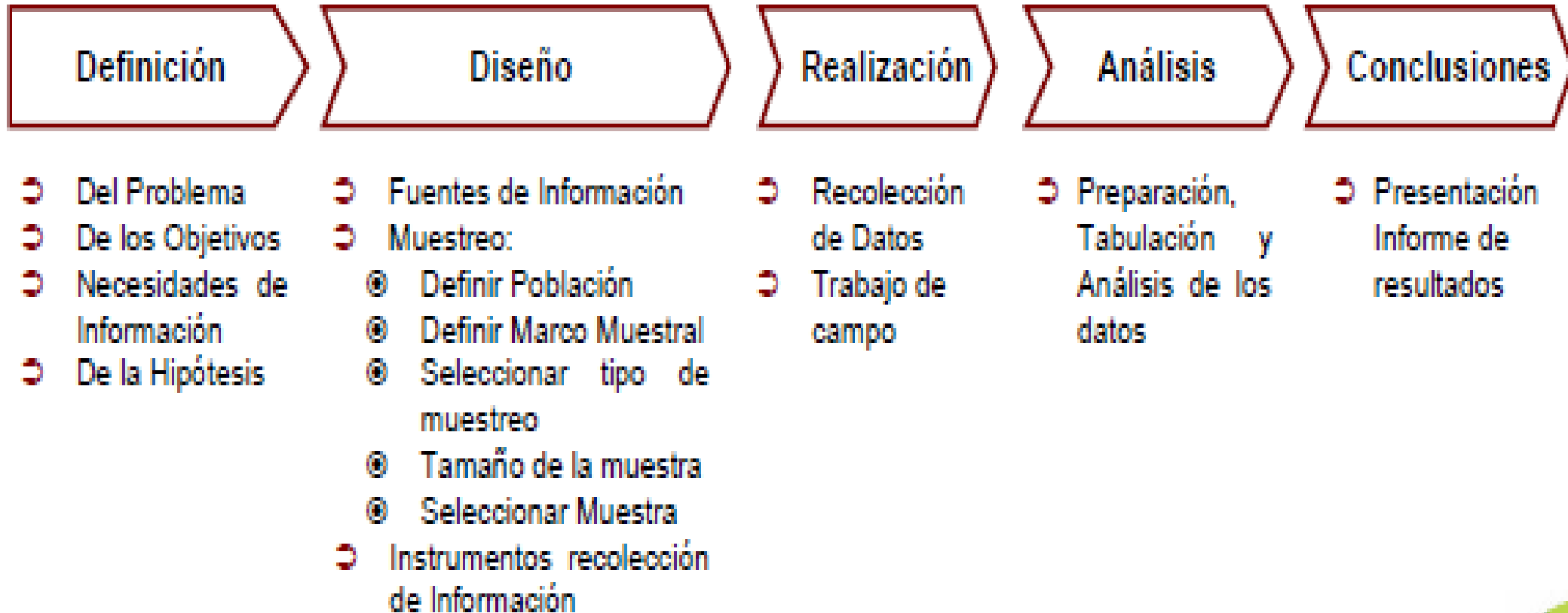
## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Es la búsqueda objetiva de información, que procesada y analizada nos permita identificar oportunidades y amenazas del mercado, las fortalezas y debilidades de cada uno de los elementos de la mezcla de mercadeo (Producto, Precio, Promoción y Plaza) con el fin de llegar al consumidor con el producto que verdaderamente necesita, buscado mayor cobertura y participación en el mercado.

“Las actividades más comunes de investigación de mercados son la medición de potenciales de mercado, análisis de participación en el mercado, determinación de las características de un mercado, análisis de ventas, estudios de tendencias comerciales, pronósticos a corto plazo, estudios de productos competidores, pronóstico a largo plazo, estudios de SIM y pruebas de productos existentes.”

# INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

## PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



# INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

## FUENTES DE INFORMACION



# ESTUDIO ADMINISTRATIVO / ORGANIZACIONAL

Se hace una investigación y análisis detallado de los siguientes aspectos:

- ✓ De constitución, establecer el Régimen Jurídico y sus Instancias Legales.
- ✓ Organigrama, cargos y funciones, numero de empleados, perfil y selección de cargos, tipo de remuneración y contratación, los requerimientos de apoyo para el área administrativa como computadores, escritorios, papelería, etc., y los gastos del área administrativa.



## ESTUDIO FINANCIERO

Identifica desde el punto del Emprendedor o de un inversionista los Ingresos y Egresos atribuibles a la operación del Plan de Negocio y, en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo. La evaluación financiera juzga el Plan de Negocio a luz del objetivo de generar rentabilidad financiera.

En el Estudio Financiero se requiere identificar y cuantificar los siguientes componentes: **Inversiones, Financiación, Costos, Ingresos y Flujo de Caja y Evaluación Financiera.**





# artesanías de colombia