	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL MODELO Y PLAN DE NEGOCIO

**SECRETARÍA DE COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO
ECONÓMICO**

GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA




	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
TERMINOLOGÍA.....	5
OBJETIVO DE LA GUÍA DEL PLAN DE NEGOCIOS:	8
FASE 1: ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL.....	9
1.1. PRESENTACIÓN DE PROPUESTA DE VALOR:.....	9
1.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	10
1.2.1. Misión.....	10
1.2.2. Visión	10
1.2.3. Valores Corporativos	10
1.2.4. Política de Calidad.....	10
1.3. LIENZO DE NEGOCIO	11
1.4. OBJETIVO GENERAL.....	11
1.5. OBJETIVOS PRINCIPALES	12
1.6. PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA	12
1.7. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	13
1.7.1. Aplicación matriz DOFA.....	13
1.7.2. Experiencia laboral relacionada con la empresa.....	14
1.8. FORMACIÓN ACADÉMICA.....	14
1.9. ORGANIGRAMA	14
1.10. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	15
1.11. TIPO DE INNOVACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO	15
1.12. TIPO DE POBLACIÓN.....	16
FASE 2: PLAN DE MARKETING	17
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	17
2.2. COMPARACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO CON LOS COMPETIDORES	17
2.2.1. Matriz de Perfil Competitivo	17
2.3. CUADRO DE POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO	19

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

2.4.	SEGMENTO DE MERCADO	19
2.4.1.	Identificación de Cliente y Usuario	19
2.5.	PLAN GENERAL DE MARKETING	21
2.6.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	23
2.7.	ESTUDIO PRECIO DE VENTA	23
2.7.1.	¿A qué precio vender? ¿Cómo se determina?.....	23
2.8.	HISTÓRICO DE VENTAS.....	24
	FASE 3: PROCESO DE PRODUCCION	26
3.1.	DESCRIBIR EL PROCESO DE PRODUCCIÓN	26
3.2.	MAQUINARIA, EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA.....	27
3.2.1.	Relación de inversión fija	27
3.3.	MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS	27
3.4.	CAPACIDAD INSTALADA	28
3.5.	GESTIÓN FINANCIERA	28
3.5.1.	HISTÓRICO FLUJO DE CAJA	28
3.6.	ESTADO PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE LA EMPRESA	30
3.7.	INVERSIÓN DEL PROYECTO	32
3.7.1.	Justificación – necesidad	32
3.7.2.	Actividades clave	32
3.7.3.	Financiamiento	32
3.7.4.	Proyección de Ventas (en pesos)	33
3.7.5.	Plan de Producción.....	34
3.7.6.	Capacidad Planificada	34
3.7.7.	Recursos clave	35
3.7.8.	Riesgos	35
	FASE 4: ASPECTOS LEGALES.....	37
4.1.	ASPECTOS LEGALES.....	37
4.1.1.	Tipo de Empresa (Persona Natural o Jurídica)	37
4.1.2.	Permisos y Licencias	37
	RESUMEN EJECUTIVO.....	38
	CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES.....	39


	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

INTRODUCCIÓN

El plan de negocios ha sido construido con el fin de facilitar los procesos de fortalecimiento y el cumplimiento de las diferentes fases que debe alcanzar una idea de negocio, empresa o proceso de innovación, donde se apunte a obtener el óptimo desempeño económico y de calidad mediante mecanismos prácticos para el interesado.

Con el plan de negocios se permitirá avanzar en procesos como: Crear empresa; generar el crecimiento de una empresa; cumplimiento de retos enfocados al desarrollo empresarial, nuevos mercados y nuevos productos; crear una idea de negocio para acceder a recursos financieros; desempeño en la actividades de una empresa.

A través de esta herramienta se pretende alcanzar la correcta articulación entre entorno, la competencia, los riesgos, el contexto y las condiciones de mercado, buscando armonía en los procesos y entendimiento en cada uno de ellos. De tal forma, se busca orientar a una empresa o idea de negocio sobre el potencial necesario para disfrutar de una condición competitiva y sostenible en el tiempo.

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

TERMINOLOGÍA

Datos Históricos: Constituyen el fundamento documental imprescindible para el conocimiento preciso de un acontecimiento. El relato de la consumación del acontecimiento en un determinado lugar y tiempo, recogido documentalmente, es un hecho histórico. (RAE, 2020)

Cliente Interno: Es quien tiene una relación con la empresa, bien sea que consuma o no las soluciones de la compañía en la que trabaja. Por estar asociado a la organización, de forma directa o tercerizada, generalmente puede adquirir productos con descuento. (Santander, 2021)


Cliente Externo: Son las personas que no forman parte de la empresa y pagan a cambio de un bien o servicio que ofrece una determinada empresa. (Santander, 2021)

Usuario: Individuo que utiliza o consume un determinado producto o servicio (RAE, 2021)

Empresa: Entidad que se compone por trabajadores y capital. Se encarga de ofrecer servicios o productos a las personas. (RAE, 2020)

Marketing: Técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto. (RAE, 2020)

EBITDA: Es un indicador financiero (acrónimo de los términos en inglés *Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortization*) que muestra el beneficio de la empresa antes de restar los intereses que se deben pagar por la deuda contraída, los impuestos propios del negocio, las depreciaciones por deterioro de este, y la amortización de las inversiones realizadas. El propósito del EBITDA es obtener una imagen fiel de lo que la

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

empresa está ganando o perdiendo en el núcleo del negocio. (Sevilla, 2014)

Organización: Utilización racional y coordinada de las diversas partes de una empresa para conseguir la máxima eficacia de los medios utilizados.

Producto: Corresponde a la introducción al mercado de un bien o servicio nuevo o significativamente, en cuanto a sus características o el uso al que se le destina.

Producto: Es cualquier cosa producida para el consumo y la inversión. También es todo lo que circule en el mercado o comercio. Este puede ser de diversa índole: consumo, industrial, técnico, agrícola, artesanal, entre otros.

Análisis DOFA: (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) consiste en ayudar a una empresa a encontrar sus factores estratégicos críticos, para usarlos, una vez identificados, y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas.


Control: Proceso de observación y medida, consistente en comparar los resultados que se han obtenido con los objetivos que se querían alcanzar. De esta manera se ven las diferencias, es decir, las desviaciones, y se estudia por qué han existido y cómo se pueden solucionar.

Eficiencia: Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función. (RAE, 2021)

Eficacia: Capacidad para producir el efecto deseado o de ir bien para determinada cosa. (RAE, 2021)

Productividad: se define como la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo. (RAE, 2020)

Flujo de caja: Informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

de dinero que tiene una empresa en un período dado. (Economopedia, 2015)

Estado financiero: Informes financieros o estados contables, son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la estructura económica de ésta. (Economopedia, 2015).

Propuesta de valor: Descripción de los beneficios, características o atributos que puede esperar un segmento de clientes de un producto o servicio. . (Economopedia, 2015).

Comercialización: conjunto de actividades que agregan valor al proceso de venta de un producto (Bien o servicio) en el mercado.

Innovación: Tomando como referentes las definiciones de innovación (clásica y moderna), se puede deducir que un producto (Bien o servicio), proceso, o modelo de negocio es innovador, cuando es aceptado en el mercado por tener atributos diferenciadores y /o especiales.

Producto: Corresponde a la introducción al mercado de un producto (bien o servicio) nuevo un nuevo o significativamente, en cuanto a sus características o el uso al que se le destina.

Proceso: Es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción o distribución de un producto (bien o servicio) el cual hace una organización más competitiva.

Estructura Organizacional: Es la introducción de un nuevo método organizativo en las practicas, la organización del lugar de trabajo o relaciones internas y externas de la organización.

Comercialización: Es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño del empaque, embalaje de un producto, su posicionamiento, y promoción. (Economopedia, 2015).

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Modelo Canvas: Herramienta para analizar y crear modelo de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece. (Osterwalder, 2014)

Estructura organizacional: forma cómo se asignan las funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro dentro de una empresa para alcanzar los objetivos propuestos. (Quiroa M., 2020)


Merchandising: Estudiar la manera de incrementar la rentabilidad en los puntos de venta. Son actividades que estimulan la compra por parte de los clientes en determinadas zonas de un local comercial. (Gestión.org, 2015)

Multipack 2x1: Llevar dos productos y pagar sólo el precio de uno.

Email marketing: Enviar mensajes con la finalidad de adquirir nuevos clientes, desarrollar la relación con los actuales, crear lealtad, interactuar con los contactos, aumentar ventas, generar confianza hacia un servicio o producto, confirmar una orden de compra, entre otros objetivos. (Sendinblue, 2021).

OBJETIVO DE LA GUÍA DEL PLAN DE NEGOCIOS:

Servir como herramienta para que emprendedores y empresarios diseñen ideas, objetivos e insumos que brinden a una empresa la capacidad técnica, administrativa y financiera para participar y competir exitosamente en los mercados.

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

FASE 1: ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL


1.1. PRESENTACIÓN DE PROPUESTA DE VALOR:

Describir la propuesta de valor de los productos o servicios que su idea de negocio o empresa oferta, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Nombre del emprendimiento o empresa	
Productos y servicios: Escribir el nombre de los productos y/o servicios que se ofrecen, en los que puede estar interesado el cliente potencial.	
Idea de negocio: Describir de manera detallada la actividad o método con el cual se espera obtener dinero.	
Cliente potencial: Describir las posibles personas interesadas en comprar el producto y/o servicio.	
Generadores de ganancias: Explicar cómo su idea/producto/servicio satisface los deseos o necesidades del cliente potencial.	
Aliviador de dificultades: Explicar cómo su idea/producto/servicio resuelve los problemas más importantes del cliente potencial y como responde a necesidades y expectativas.	
Propuesta de Valor: Describir las características, atributos y beneficios que el cliente potencial espera del producto y/o servicio.	

Fuente: Elaboración propia, tomado de Lienzo propuesta de valor (Osterwalder, 2014)

Nota: Para complementar el proceso de diseño de la propuesta de valor de la idea de negocio o empresa se recomienda revisar el Lienzo de la Propuesta de Valor (Osterwalder y Pigneur, 2014).

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

1.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

1.2.1. Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización, define lo que se pretende cumplir el entorno o sistema social en el que se desarrolla, así mismo, lo que pretende hacer y hacia quien está dirigido.

1.2.2. Visión

Hace referencia a las metas claras y definidas que se esperan lograr en un futuro definido; estas metas deben ser claras y que inspiren motivación para alcanzarlas. La visión debe responder las preguntas relacionadas con las metas de la empresa: ¿Qué se quiere lograr? ¿Dónde quiere estar en el futuro? ¿Para quién lo hará? Entre otras.

1.2.3. Valores Corporativos

Líneas éticas que tiene una empresa y que la hace única o especial en el mercado. Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Explicar cada uno en función de la misión y la visión

Los principales valores corporativos dentro de la organización son:

- - - -

1.2.4. Política de Calidad



Describir brevemente la línea de acción para mejora de los procesos internos de la

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Versión: 02 Fecha de Aprobación: 10/06/2021

organización.

1.3. LIENZO DE NEGOCIO


Basado en el modelo CANVAS, se debe realizar una descripción detallada de cada uno de los procedimientos que se describen en el siguiente lienzo:

 <p>Asociaciones Clave</p> <p>¿Cuáles van a ser las alianzas estratégicas para conseguir más recursos? ¿Quiénes son los socios?</p>	 <p>Actividades Clave</p> <p>¿A qué se dedica la empresa? ¿Qué acciones hacen que el negocio funcione? ¿Qué soluciones se ofrece?</p>	 <p>Propuesta de Valor</p> <p>Que diferencia la empresa de las demás empresas, por que el cliente va a comprar el producto y/o servicios y no el de la competencia</p>	 <p>Relaciones con Clientes</p> <p>¿Qué relación y trato va a existir entre la empresa y el cliente?</p>	 <p>Segmentos de Clientes</p> <p>¿Quiénes son los clientes?</p>
 <p>Recursos Clave</p> <p>¿Qué recursos físicos o intelectuales, humanos y financieros va a necesitar?</p>		 <p>Canales - Comunicación</p> <p>¿Cómo podrán comprar el producto y/o servicio? ¿Cómo se va a distribuir?</p>		
 <p>Estructura de Costos</p> <p>¿Cómo la empresa quiere enfocar los costos? ¿Cuáles son los costos inherentes más importantes? ¿Cuáles son las actividades claves más costosas?</p>			 <p>Fuentes de Ingresos</p> <p>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar los clientes por el producto y/o servicio? ¿Qué medios de pago se utiliza para que los clientes compren los productos y/o servicios?</p>	

1.4. OBJETIVO GENERAL

Especificar de forma precisa y directa lo que va a desarrollar la empresa, teniendo en cuenta las siguientes características:

1. Que aporte a la solución a un problema previamente identificado
2. Satisfacer una necesidad

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

3. Generar un producto
4. Debe ser claro, cuantificable, medible y realizable respecto de las metas esperadas en el periodo de análisis propuesto.

1.5. OBJETIVOS PRINCIPALES


Especificar de forma precisa y directa lo que va a desarrollar la empresa. Deben ser claros, cuantificables, medibles y realizables respecto de las metas esperadas en el periodo de análisis propuesto.

OBJETIVOS PRINCIPALES	RESULTADOS CLAVE ESPERADOS

1.6. PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

Explicar de manera detallada los distintos logros que se buscan alcanzar y que no se encuentren explícitos en los objetivos principales (social, comercial, financiero, procesos de la organización y cultura organizacional, de generación de empleo, ambiental, entre otros.) Explicar si es de corto, mediano o largo plazo, cual es la estrategia, el indicador de logro y las metas esperadas en cada objetivo.

Describir las actividades claves que deben realizar los asociados para implementar el proyecto (tenga en cuenta los plazos establecidos en los términos referencia de las convocatorias según el caso)

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Objetivo específico	Estrategia

1.7. ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.7.1. Aplicación matriz DOFA

Fortalezas: Se refiere a los aspectos internos que de alguna u otra manera permitan el crecimiento empresarial y el cumplimiento de los objetivos planteados.


Oportunidades: Se refiere a los acontecimientos o características externas al negocio que puedan ser utilizadas a favor del empresario para garantizar el crecimiento de la empresa.

Debilidades: Se refiere a los aspectos internos que de alguna u otra manera no permitan el crecimiento empresarial o que frenan el cumplimiento de los objetivos planteados.

Amenazas: Son los acontecimientos externos del negocio en la mayoría de las veces incontrolables por el dueño y personal de la empresa analizada.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
AMENAZAS	OPORTUNIDADES

Luego de analizar la matriz DOFA, contestar las siguientes preguntas generando estrategias:

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

- 1.7.1.1. *¿Cómo se podrían superar las debilidades? ¿Qué se debe hacer o se necesita?*
- 1.7.1.2. *¿Cómo se podrían potenciar las fortalezas? ¿Qué se debe hacer o se necesita?*
- 1.7.1.3. *¿Cómo se podrían minimizar las amenazas? ¿Qué se debe hacer o se necesita?*
- 1.7.1.4. *¿Cómo se podría aprovechar las oportunidades? ¿Qué se debe hacer o se necesita?*

1.7.2. Experiencia laboral relacionada con la empresa

Describir la experiencia laboral que posee la empresa y socios si los tienen con relación a los procesos que realiza la organización.


1.8. FORMACIÓN ACADÉMICA

Relacionar la educación formal e informal con la que la empresa y los socios cuenta.

Tipo de Educación	Número de Socios o afiliados
Educación básica primaria	
Educación básica secundaria	
Profesional	
Posgrado y/o maestría	
Educación informal	
Educación Informal	

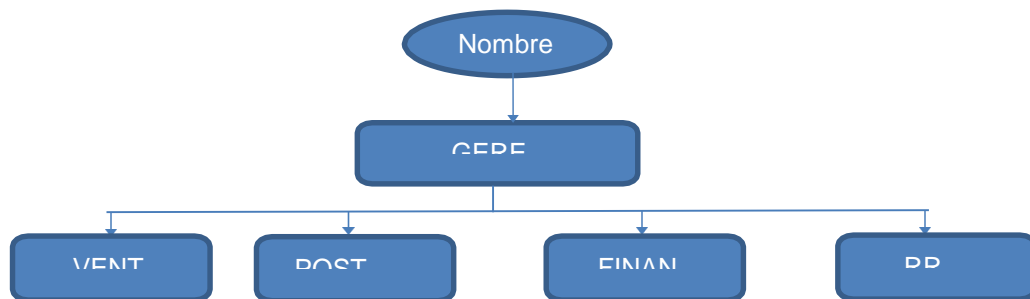
1.9. ORGANIGRAMA

Representar gráficamente la estructura de la empresa, mostrando las relaciones entre las

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

Ejemplo:



1.10. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA


Definir qué hace la empresa, cual es el valor agregado, qué los hace únicos, cómo han sido competitivos y exitosos, qué se va a ofrecer al mercado, cómo se va a hacer, a quién se le va a vender, cómo se lo va a vender y de qué forma va a generar ingresos.

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.11. TIPO DE INNOVACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Describir de manera clara cuál es el componente de innovación vinculado a la empresa teniendo en cuenta la siguiente clasificación:

TIPO DE INNOVACION	DESCRIPCION
PRODUCTO	
PROCESO	


	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

COMERCIALIZACION	
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	

1.12. TIPO DE POBLACIÓN

Diligenciar el número de personas según sea el caso que se encuentre en los grupos poblacionales presentados. Si no hay un tipo de población diferencial dentro de la empresa se debe diligenciar el número de personas en la opción “ninguno”.

Madre cabeza de familia	
Discapacidad	
Víctima del conflicto	
Afrocolombiano (a)	
Palanquero	
Raizal	
Indígena	
Rrom o Gitano	
Inmigrantes Legales	
Inmigrantes Ilegales	
Otro, ¿Cuál?	
Ninguno	

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

FASE 2: PLAN DE MARKETING

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Realizar una breve descripción del (de los) producto(s) y/o servicio(s) que vende, tamaño, color, formato y surtimiento de productos que se ofrece. Describir características, empleo y beneficios, ya sea un producto o servicio nuevo o uno ya existente.


NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	NIVEL BÁSICO	NIVEL REAL	NIVEL AUMENTADO
Referencia o nombre del producto o servicio ofrecido	Describir las características esenciales y básicas del producto tales como: Componentes, ingredientes, textura, aspectos nutricionales, tamaño, color, presentaciones, etc. En caso de servicio, describir los recursos necesarios para el desarrollo del mismo.	Describir la forma en que el producto básico se empaquetará para venta, es decir: empaques, etiquetas, materiales de empaque, información del empaque, código de barras, etc. Describir cuales son los productos que ofrece a partir del servicio.	Explicar detalladamente cuáles serán los valores agregados, diferenciales y demás que tiene el producto y/o servicio respecto a la competencia

2.2. COMPARACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO CON LOS COMPETIDORES

2.2.1. Matriz de Perfil Competitivo

2.2.1.1. ¿Cómo se compara la empresa en calidad y precio con los competidores?

2.2.1.2. ¿Cuáles son los principales competidores?

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021


2.2.1.3. ¿La calidad del producto y/o servicio es mejor que los productos y/o servicios disponibles, o el precio es significativamente diferente a punto de facilitar las ventas?

2.2.1.4. ¿Qué otros factores y atractivos hacen diferente de los productos y/o servicios de la competencia?

Ítem	Nombre del Competidor	Actividad Principal	Características a resaltar que lo hagan ser la competencia directa	Ubicación
A				
B				

Importante: En el diligenciamiento el factor es independiente de la empresa y de los competidores, el total por columna no necesariamente debe dar 100.

Factores Críticos Para El Exito	Importancia Del Factor	Unidad Productiva De La Empresa	Características Competidor A	Características Competidor B	Observaciones
RELACIÓN CLIENTES	10 PTS				
VISIBILIDAD	10 PTS				
CALIDAD PRODUCTOS	20 PTS				
ABASTECIMIENTO	10 PTS				
EXPANSIÓN INTERNACIONAL	5 PTS				
CAPITAL HUMANO	10 PTS				
TECNOLOGIA	5 PTS				
UBICACION	5 PTS				
EXPERIENCIA	5 PTS				
INNOVACIÓN	20 PTS				
TOTAL	100 PTS				

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

2.2.2. Conclusión General:

2.3. CUADRO DE POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Se debe ponderar un valor de 1 a 100 en cada concepto frente al posicionamiento total de la competencia en el sector.

Importante: Los totales de cada una de las filas deben dar 100


CONCEPTO	MI POSICIONAMIENTO	MERCADO	TOTAL
Cuota de Mercado			
Precios			
Producto			
Marca			
Calidad de Servicio			
Atención al Cliente			
Fidelización			
Ubicación			
Penetración			
Facilidades			
TOTAL			1000

2.4. SEGMENTO DE MERCADO


2.4.1. Identificación de Cliente y Usuario

Recordar que el cliente potencial es quien paga por el producto y/o servicio y el usuario es aquel que lo usa, cada uno requiere una identificación y una estrategia diferente.

2.4.1.1. Describir detalladamente quien es el cliente:

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

CARACTERISTICA	DEFINICION
Genero	
Edad	
Localización y estrato social	
Nivel de educación	
Nivel de ingresos	
Tipo de Trabajo	
Intereses	
Usa redes sociales	
Qué tipo de experiencia y necesidad satisface con su producto	
Cuáles son sus rutinas	
Comportamientos repetitivos	
Frecuencia en la compra del producto o servicio	

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

2.5. PLAN GENERAL DE MARKETING

Planificar el plan de marketing a seis (6) meses, en cada concepto que se aplique, colocar el número de campañas a realizar en el periodo y la descripción de lo que va a realizar por trimestre en cada concepto.

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	Descripción de actividades del trimestre	MES 4	MES 5	MES 6	Descripción de actividades de trimestre
MERCHANDISING								
Eventos								
Ferías								
PROMOCION								
Promoción de precio								
Multipack 2x1								
Muestras Gratis								
Cupones, juegos y concursos								
Otros								
PUBLICIDAD								
Publicidad Radio								



**PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y
DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE**


Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio

Código: M-PCDES-GUI-001

Versión: 02

Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Publicidad visual								
email marketing								
Redes Sociales								
Mobile Marketing								
Publicidad Prensa								
VENTAS								
Prospectación								
Recuperación								
Recomendación								

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

2.6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Describir los canales de distribución que se usa para hacer llegar los productos y/o servicios a los clientes. Diligenciar el canal que aplique.

CANAL DIRECTO (Fabricante / Prestador del servicio-Usuario)	
CANAL CORTO (Fabricante / Prestador del Servicio - Distribuidor- Usuario)	
CANAL LARGO (Fabricante / Prestador del Servicio - Distribuidor- Mayorista-Usuario)	
CANAL DIGITAL Y/O VIRTUAL (Redes sociales, aplicaciones e-commerce, social commerce, marketplaces y todo lo que implica actividades en mercados electrónicos)	

2.7. ESTUDIO PRECIO DE VENTA

2.7.1. ¿A qué precio vender? ¿Cómo se determina?

Para vender se debe tener un precio competitivo, eso quiere decir, un precio al menos tan bueno en relación a los competidores.

Importante: Los precios deben cubrir todos los costos.


Los nombres del producto y/o servicio deben ser los mismos analizados en el punto 2.1 de esta guía.

Ítem	Nombre del producto servicio
1	
2	
3	
4	
5	

CONCEPTO	1	2	3	4	5	TOTAL
Costos Fijos						
Costos Variables						
Costos de Ventas						
Nómina						
Otros Costos						
TOTAL COSTOS						
Impuestos						
TOTAL CON IMPUESTOS						
Utilidad deseada						
TOTAL PRECIO DE VENTA						
PRECIO DE VENTA PROMEDIO DEL MERCADO						


2.8. HISTÓRICO DE VENTAS

De acuerdo a cada criterio y condición diligenciar el cuadro.

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Importante: El mes 6 corresponde al mes inmediatamente anterior a la realización del plan de negocios.

DESCRIPCIÓN DE LA VENTA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
TOTAL						

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

3. FASE 3: PROCESO DE PRODUCCION


3.1. DESCRIBIR EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

En esta sesión se debe describir a detalle el proceso de producción que se realiza para la producción del bien o servicio, desde el inicio hasta obtener el producto o servicio terminado. Se debe tener en cuenta los insumos, materias primas, recurso humano y procesos.

Importante: En el campo de transformación se debe describir paso a paso el proceso de elaboración o prestación de los productos y/o servicios, se podrá anexar de manera opcional al plan de negocio el diagrama de flujo correspondiente.

En el listado de productos y/o servicios deben ser los mismos analizados en el punto 2.1 de esta guía.

LISTADO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	ENTRADAS: Materias primas, insumos, recurso humano, infraestructura, etc.	PROCESO DE TRANSFORMACIÓN	SALIDA: Producto o Servicio final

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

3.2. MAQUINARIA, EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA

Con qué locales, equipo y maquinaria cuenta la empresa, cuál es el valor presente y cuál es el valor correspondiente al mantenimiento.

3.2.1. Relación de inversión fija


Maquinarias, equipo e instalaciones	Cant.	Valor Presente en el mercado (\$Miles)	Valor Mantenimiento o mensual (\$Miles)	Especificaciones Técnicas básicas	Proceso al que pertenece
Total					

3.3. MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS

Cuáles son las materias primas (materiales utilizados para producir el producto y/o servicio) utilizadas y cuáles son los requerimientos y disponibilidad a lo largo del año.

Importante: Relacionar máximo los cinco (5) productos y/o servicios que fueron analizados en el numeral 2.1 de esta guía.

Producto	Materias primas	Unidad de medida	Cantidad necesaria Mes	Precio por unidad de medida	Costo Mes	Proveedor	Ubicación

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Costo mensual en materias primas:							

3.4. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta y las proyecciones de ventas, esto le permitirá determinar la capacidad instalada que se requiere para poder cumplir con los niveles ventas.

Importante: Dentro del cálculo de la capacidad instalada se debe tener en cuenta las maquinarias y/o elementos que se van a comprar con los recursos adquiridos con la ejecución del presente plan de negocios.


Importante: Relacionar máximo los cinco (5) productos y/o servicios que fueron analizados en el numeral 2.1 de esta guía.

PRODUCTO	Unidad de medida	Cantidades de producción			
		Día	Semana	Mes	Año

3.5. GESTIÓN FINANCIERA

3.5.1. HISTÓRICO FLUJO DE CAJA


Describir el manejo del efectivo a través del comportamiento del flujo de caja, se deberá

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

revisar si los egresos son consecuentes con el nivel de ingresos.

Importante: Tener en cuenta que el mes 6 es el mes inmediatamente anterior a la formulación del plan de negocios.

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Saldo Inicial						
INGRESOS						
Ventas en Efectivo						
Ventas a Crédito						
Rendimientos Financieros						
Otros Ingresos						
TOTAL INGRESOS: (Sumatoria 4 filas anteriores)						
EGRESOS						
Compra de Materia Prima/Mercancía						
Pago de Nomina						
Pago de Seguridad Social						
Pago Proveedores						
Servicios Públicos						
Gastos en ventas						
Arriendos						
Mantenimientos						
Pago de Publicidad						
Impuestos						

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Otros Egresos						
TOTAL EGRESOS: =(Sumatoria 11 filas anteriores)						
FLUJO DE CAJA: =(Saldo Inicial + Total ingresos) – Total egresos						
Gastos Financieros						
FLUJO DE CAJA (GANANCIA): =Flujo de caja – Gastos financieros						

3.6. ESTADO PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE LA EMPRESA

Plasmar en el siguiente cuadro el estado de Pérdidas y Ganancias con los datos históricos, actuales y presupuestados.

Tener en cuenta que el periodo de tiempo debe ser establecido previamente al diligenciamiento del cuadro, se recomienda realizarlo de manera trimestral, semestral o anual.

P Y G			
CUENTA	HISTORICO	ACTUAL	PRESUPUESTADO
	periodo de tiempo	periodo de tiempo	periodo de tiempo
INGRESO (VENTAS)			
COSTOS			
% COSTO / INGRESO			
UTILIDAD COMERCIAL	Ventas - Costos	Ventas - Costos	Ventas - Costos

NOMINA			
GASTOS VENTAS: =Sumatoria de las 8 filas siguientes			
Otros Honorarios			
Impuestos Ventas			
Servicios Públicos Ventas			
Otros Servicios Ventas			
Publicidad Ventas			
Mant. y Adecuaciones Ventas			
Diversos Ventas			
Licencias y Serv. Comunicaciones Ventas			
GASTOS DEPRECIACIÓN			
TOTAL GASTOS: =Nomina + Gastos Ventas + Gastos Depreciación			
UTILIDAD OPERACIONAL: =Utilidad Comercial - Total Gastos			
% UTILIDAD OPERACIONAL / INGRESO			
EBITDA: =Utilidad operacional - Gastos de depreciación			
% EBITDA / INGRESO			

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

3.7. INVERSIÓN DEL PROYECTO

En adelante se debe justificar la inversión de los recursos con la ejecución del presente plan de negocios.

3.7.1. Justificación – necesidad

Justificar qué recursos se necesitan y en qué serán invertidos.

3.7.2. Actividades clave


Describir las actividades claves que debe realizar el grupo de socios para implementar el proyecto.

Importante: Describir de manera detallada cada indicador formula y finalidad

Objetivo específico	Actividades	Fecha de Inicio	Responsable	Indicador	Meta esperada cuantificable

3.7.3. Financiamiento

Describir los materiales, insumos, materias primas, elementos, e infraestructura que se necesita para implementar el plan de negocio.

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021


El presupuesto debe guardar coherencia con las líneas de inversión y los rangos de financiación.

Importante: Los objetivos que se establezcan en el presupuesto deben estar alineados con los objetivos estratégicos de la empresa y mantener coherencia con el crecimiento esperado y el presupuesto.

Objetivos del presupuesto a cumplir	Resultado o a cumplir	Descripción de los elementos, insumos, materias primas	Cant	Valor unitario - Incluido IVA	Valor total	Aporte Unidad de Negocio	Aporte Externo (Contrapartida)
TOTAL INVERSIÓN							

3.7.4. Proyección de Ventas (en pesos)

DESCRIPCIÓN DE LA VENTA	LINEA BASE (último mes de ventas reales)	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	TOTAL
TOTAL								

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

3.7.5. Plan de Producción


Importante:

- Los productos o servicios se deben describir de manera clara, nombre completo, peso, sabor, etc.
- Los productos o servicios deben ser los mismos analizados en el numeral 2.1 de esta guía.
- El valor por cada mes debe ser expresado en unidades.
- Se debe hacer la planeación de producción para seis (6) meses, en caso que el plan de negocio requiera prorroga.
- La producción debe tener articulación directa con la proyección de ventas.

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	LINEA BASE (último mes de producción real)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	total
1										
2										
3										
4										
5										

3.7.6. Capacidad Planificada

Mencionar cuál es la capacidad planificada de su negocio. (Cantidad de productos a producir, o servicios que la unidad de negocio puede prestar, por día, semana, mes y año)

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Importante: Dentro del cálculo de la capacidad planificada se debe tener en cuenta la maquinaria y/o elementos que se van a adquirir con los recursos de la ejecución del presente plan de negocios. Los productos o servicios deben ser los mismos analizados en el numeral 2.1 de esta guía.

PRODUCTO	Unidad de medida	Cantidades de producción			
		Día	Semana	Mes	Año


3.7.7. Recursos clave

Describir todos los recursos clave con los que cuenta la empresa para la puesta en marcha del proyecto. Incluir recursos naturales, técnicos, financieros y humanos.

Recursos técnicos	Recursos humanos	Recursos naturales	Recursos financieros


3.7.8. Riesgos

Identificar los principales riesgos que no permitan cumplir con el plan de negocios y plantear como se pueden mitigar.

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

Importante: Relacionar mínimo uno por cada tipo de riesgo, en caso de no existir sustentarlo en la estrategia. Para el diligenciamiento se puede tener en cuenta el análisis DOFA desarrollado.

TIPO DE RIESGO	RIESGO	ESTRATEGIA PARA MITIGAR EL RIESGO
Operativo		
Tecnológico		
Competitivo		
Proveedores		
Clientes		
Financiero		

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

4. FASE 4: ASPECTOS LEGALES

4.1. ASPECTOS LEGALES


4.1.1. Tipo de Empresa (Persona Natural o Jurídica)

Describir el tipo de empresa analizado en el plan de negocio.

4.1.2. Permisos y Licencias


Enumerar y detallar los permisos y licencias con los que se cuenta y los que hace falta según la actividad (si aplica) para operar legalmente.

CAMARA DE COMERCIO	SECRETARÍA DE SALUD, PLANEACIÓN Y HACIENDA DE LA ALCALDÍA.	DIAN	CAR	INVIMA	OTROS PERMISOS
1. Verificar la disponibilidad del nombre. 2. Diligenciar el formulario de registro y matrícula. 3. Diligenciar el anexo de solicitud del NIT ante la DIAN. 4. Pagar el valor del registro y Matrícula. 5. Escritura pública si se requiere. 6. fecha de expedición de la cámara de comercio	1. Registro de uso del suelo, condiciones sanitarias y de seguridad. 2. Registro de industria y Comercio.	1. Inscribir el RUT (Registro Único Tributario). 2. Obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria).	1. Permisos de la CAR para cuando se requiera.	Es el documento expedido por la autoridad sanitaria correspondiente (Invima), mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un alimento con destino al consumo humano.	ICA, DPN, RNT, Polizas, etc.

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
	Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio	Fecha de Aprobación: 10/06/2021

5. RESUMEN EJECUTIVO

Nombre:	
Misión:	
Objetivos Generales del negocio:	
Régimen legal de la empresa y tipo de negocio	
Enunciar qué licencias o permisos adicionales a los que tiene y/o requiere para su funcionamiento	
¿Cuál es la idea de negocio?	
Describir la propuesta de valor	
Describir el componente de innovación vinculado a su plan de negocio	
Qué población diferencial se vincula en el plan de negocio	
¿Cuál es el estado actual del desarrollo del producto y/o servicio?	
Línea de inversión al que aspira	
Rango de financiación que requiere el plan de negocio	
Qué necesidades del mercado se va a cubrir	
Cuál es el promedio de ventas mensuales actuales	
Cuál es el promedio de ventas	

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021


mensuales proyectadas	
Quiénes son los clientes actuales y potenciales	
Describir cuales son los canales de distribución actuales y futuros	
En qué periodo se encuentra el punto de equilibrio	
¿Qué tipo de impacto genera la actividad?	
Que canales de Comercialización y distribución va a utilizar	

6. CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES

Las conclusiones del plan de negocios son el resultado del análisis en los diferentes aspectos: Administrativos, financieros, y de proyección de ventas, permiten concretar la viabilidad del proyecto en las diferentes dimensiones.

Dentro de estas se debe contemplar:

CAPITAL DE TRABAJO	Capacidad que tiene el emprendedor de asumir el monto en los principales rubros que lo componen, hasta alcanzar su punto de equilibrio.	
---------------------------	---	--

	PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE	Código: M-PCDES-GUI-001
		Versión: 02
Guía para la elaboración del modelo y plan de negocio		Fecha de Aprobación: 10/06/2021

VIABILIDAD FINANCIERA	<p>En términos de valor presente neto, Tasa Interna de Retorno y Periodo de Recuperación de la Inversión.</p> <p>Las demás a que haya lugar relacionadas con la viabilidad del proyecto y sus Beneficios tanto económicos como sociales para los integrantes del proyecto y la comunidad en general.</p>	
LAS DEMAS A QUE HAYA LUGAR	<p>Las demás a que haya lugar relacionadas con la viabilidad del proyecto y sus beneficios tanto económicos como sociales para los integrantes del proyecto y la comunidad en general.</p>	