



UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

PLAN DE EMPRESA II
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Vicerrectoría de Educación a Distancia y Virtual

2015



El módulo de estudio de la asignatura Plan De Empresa II es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del módulo está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país.

Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

AUTOR

JORGE ENRIQUE SOTO REYES

Administrador de Empresas. U.F.P.S. Candidato a Magister en Educación, CESUN Universidad. Especialización tecnológica en Diagnóstico y Consultoría Empresarial. SENA. Especialización tecnológica en Gestión de Proyectos. SENA. Diplomado en didáctica y currículo. UNIREMINGTON. Diplomado en pedagogía universitaria. UNIREMINGTON. Diplomado en metodología general de la investigación. UNIREMINGTON. Diplomado en ambientes virtuales de aprendizaje. UNIREMINGTON. Certificado como evaluador de competencias laborales en las áreas técnicas de su dominio. SENA. Certificado en la Competencia Laboral 240201044. Orientar procesos formativos presenciales con base en los planes de formación concertados. SENA. Docente Facultad de Ciencias Empresariales. UNIREMINGTON. Instructor SENA. Administrador de aeropuerto Camilo Daza. Cúcuta. Administrador Centro Comercial Bolívar. Cúcuta. Docente universidad de Pamplona. (N. de S.). Docente universidad Francisco de Paula Santander.

josotorey7@hotmail.com

Nota: el autor certificó (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró como el único responsable.

RESPONSABLES

Jorge Mauricio Sepúlveda Castaño

Decano de la Facultad de Ciencias Básicas e Ingeniería

jsepulveda@uniremington.edu.co

Eduardo Alfredo Castillo Builes

Vicerrector modalidad distancia y virtual

ecastillo@uniremington.edu.co

Francisco Javier Álvarez Gómez

Coordinador CUR-Virtual

falvarez@uniremington.edu.co

GRUPO DE APOYO

Personal de la Unidad CUR-Virtual
EDICIÓN Y MONTAJE

Primera versión. Febrero de 2011.
Segunda versión. Marzo de 2012
Tercera versión. noviembre de 2015

Derechos Reservados



Esta obra es publicada bajo la licencia Creative Commons.
Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Colombia.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1 MAPA DE LA ASIGNATURA	7
2 UNIDAD 1 EL PLAN DE NEGOCIO	9
2.1 RELACIÓN DE CONCEPTOS.....	9
2.2 OBJETIVO GENERAL	11
2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
2.4 PRUEBA INICIAL	12
2.5 Tema 1 identificación del proyecto	14
2.6 Tema 2 Estudio del mercado	19
2.6.1 1.2. EL ESTUDIO DEL MERCADO	20
2.6.2 El Producto o Servicio	21
2.6.3 Análisis de la Demanda.....	33
2.6.4 Análisis de la oferta	41
2.6.5 El Mercado Proveedor	45
2.6.6 El Mercado Distribuidor.....	47
2.6.7 Los Precios del Mercado.....	49
2.7 Tema 3 Estudio Técnico operativo	52
2.7.1 ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO.....	53
2.7.2 Ficha Técnica.....	54
2.7.3 Requerimientos	56
2.7.4 El Proceso de Producción	56
2.7.5 Tamaño de la planta	62
2.7.6 Localización del proyecto	63

2.7.7	Los Costos de Fabricación.....	65
2.8	Tema 4 Estudio Legal Y Organizacional	67
2.8.1	ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	68
2.8.2	Empresas y sociedades.....	70
2.8.3	estructura organizacional	72
2.8.4	Direccionamiento estratégico	77
2.8.5	Gestión del Talento Humano.....	78
2.9	Tema 5 Plan Económico Financiero.....	78
2.9.1	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	78
2.9.2	Ingresos del plan de negocio	81
2.9.3	Inversiones.....	82
2.9.4	Costos de operación	85
2.9.5	Gastos	87
2.9.6	Evaluación financiera.....	87
2.10	EJERCICIO DE APRENDIZAJE.....	108
2.11	TALLER DE ENTRENAMIENTO	110
3	UNIDAD 2 CREACIÓN DE EMPRESA	111
3.1	RELACIÓN DE CONCEPTOS.....	111
3.2	OBJETIVO GENERAL	114
3.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	114
3.4	PRUEBA INICIAL	114
3.5	Tema 1 Fuentes de financiamiento	117
3.6	EJERCICIO DE APRENDIZAJE.....	145
3.7	TALLER DE ENTRENAMIENTO	147

3.8	GLOSARIO	154
-----	----------------	-----

1 MAPA DE LA ASIGNATURA

TÍTULO DEL MÓDULO TÍTULO DEL MÓDULO A DESARROLLAR



PROPÓSITO GENERAL DEL MÓDULO

XX
XX
XX

OBJETIVO GENERAL

XX
XX

UNIDAD 1

NOMBRAR LA UNIDAD

UNIDAD 2

NOMBRAR LA UNIDAD

DATOS DE LA ASIGNATURA

PROPÓSITO GENERAL DEL MÓDULO: El propósito del curso se orienta a brindar a los estudiantes una formación integral, que los dota de los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para investigar, analizar, interpretar e intervenir los entornos locales, regionales, nacionales e internacionales teniendo en cuenta los cambios globales de la economía, de la tecnología, de las actuales dinámicas empresariales, los comportamientos del mercado, el desarrollo de nuevos productos y servicios, en los cuales se puedan formular planes de negocios e iniciativas empresariales innovadoras, sostenibles, competitivas y rentables.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Interpretar los conocimientos, técnicas y herramientas, tanto en su dimensión teórica como práctica, en la identificación, análisis y formulación del plan de negocios que permitan satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de las personas y entidades que faciliten la toma de decisiones en la generación de iniciativas empresariales con carácter innovador y de base tecnológica en atención con las actuales dinámicas empresariales y los cambios globales para el desarrollo del bienestar social y económico de la región y el país.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA:

Unidad 1: Analizar los elementos, componentes, sistemas, procesos y propósitos del plan de negocios mediante el estudio del mercado, el estudio técnico – operativo, el estudio legal - organizacional y el plan económico financiero.

Unidad 2: Identificar las fuentes de financiamiento para la obtención de recursos y los pasos a seguir para la creación de la empresa.

2 UNIDAD 1EL PLAN DE NEGOCIO

Observe y analice el siguiente video:



2.1 RELACIÓN DE CONCEPTOS



Comercializar. Real Academia Española (R.A.E.)

1. tr. Dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta.
2. tr. Poner a la venta un producto. Van a comercializar una nueva marca de café.

Demanda: cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2013).

Distribuidores: quiénes se encargan de llevar el producto o servicio a los clientes.

Estudio del mercado: es un estudio detallado de los productos, bienes o servicios, el comportamiento de la demanda, el perfil de los consumidores, de la competencia, de los proveedores, los distribuidores, los precios del mercado, entre otros, que servirá de análisis y evaluación para la toma de decisión en la continuación de la formulación del plan de negocios.

Estudio económico: es el ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económico. (Baca, 2013).

Estudio legal y organizacional: es el estudio que permite identificar, analizar y definir el tipo de sociedad o empresa y la estructura organizacional más adecuada para el desarrollo del negocio.

Estudio técnico: investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2013).

Evaluación financiera: la evaluación financiera es el instrumento que provee información para analizar y medir la rentabilidad del plan de negocios y tomar decisiones pertinentes de inversión.

Mercado: es el espacio físico o virtual donde concurren oferentes y demandantes y se ponen de acuerdo en un precio para adquirir bienes y servicios.

Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013).

Plan de negocios: Es el documento que sirve de guía al emprendedor para identificar, analizar y evaluar los aspectos claves que permitan tomar decisiones para desarrollar una iniciativa empresarial que se concrete en la creación de una empresa viable, rentable y duradera. Definición propia.

Producto es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Proveedores se refiere a todas aquellas personas o empresas que suministran las materias primas, insumos y servicios necesarios para la producción y comercialización de los productos y servicios a desarrollar en el plan de negocios.

Servicio es un producto que consiste en actividades, beneficios, o satisfacciones que se ofrecen en venta, y que son esencialmente intangibles no tienen como resultado la propiedad de algo. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

2.2 OBJETIVO GENERAL

Interpretar los conocimientos, técnicas y herramientas, tanto en su dimensión teórica como práctica, en la identificación, análisis y formulación del plan de negocios que permitan satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de las personas y entidades que faciliten la toma de decisiones en la generación de iniciativas empresariales con carácter innovador y de base tecnológica, en atención con las actuales dinámicas empresariales, los cambios globales para el desarrollo del bienestar social y económico de la región y el país.

2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el tipo de proyecto que pretende dar solución de un problema, aprovechar oportunidades o satisfacer necesidades y requerimientos humanos o institucionales.
- Analizar los elementos, componentes, sistemas y procesos que forman parte del estudio del mercado.
- Realizar el estudio técnico que permita la identificación, el análisis y la definición de los diferentes elementos y procesos que intervendrán en la producción de los bienes o servicios que requieren los consumidores identificados en el estudio del mercado.
- Realizar el estudio legal y organizacional que permita la definición del tipo de empresa o sociedad y su estructura organizacional, que debe ser constituida para que se dé cumplimiento a las leyes y normas establecidas en Colombia, para la producción y comercialización del producto o servicio a desarrollar.
- Efectuar el estudio económico financiero que permita el análisis, la comparación y la evaluación de la información y resultados obtenidos en los estudios anteriores, de tal manera que faciliten la toma de decisión de inversión.

2.4 PRUEBA INICIAL

Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: Plan de negocios  Pregunta: ¿Qué elementos componen un plan de negocios?	El estudio del mercado	Correcto: el estudio del mercado es esencial para el plan de negocio
	El estudio técnico	Correcto: el estudio técnico permitirá determinar la viabilidad de producción del producto o servicio.
	El estudio legal	Correcto: el estudio técnico definirá el tipo de persona

		jurídica y su estructura organizacional.
	El estudio financiero	Correcto: el estudio financiero evaluará la rentabilidad de la inversión.
Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: El mercado  Pregunta: ¿Por qué es importante el estudio del mercado de un producto o servicio en el plan de negocios?	Para saber quiénes son los clientes	Correcto: es importante conocer quiénes son los clientes del producto o servicio
	Porque identifica la competencia	Correcto: conocer la competencia, permitirá una evaluación comparativa con nuestro plan de negocio.
	Para saber quiénes son los proveedores de materias primas	Correcto: es importante conocer quiénes son los proveedores de materias primas e insumos.
	Para determinar los sistemas de comercialización y distribución.	Correcto: determinar los sistemas de comercialización y distribución es esencial para la proyección de ingresos.
Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: Tipos de sociedades	Las anónimas	Correcto: las Sociedades Anónimas
	Las limitadas	Correcto: las sociedades de responsabilidad limitada.

 Pregunta: ¿Qué tipo de sociedades conoce?	Las S.A.S.	Correcto: son Sociedades por Acciones Simplificadas.
	Sociedad colectiva	Correcto: las sociedades colectivas, de personas.
Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: Evaluación del proyecto  Pregunta: ¿Qué elementos debemos tener en cuenta para evaluar el plan de negocio?	Los costos	Correcto: los costos de fabricación, los costos fijos y costos variables son esenciales en la evaluación del plan de negocio.
	Los ingresos	Correcto: los ingresos son esenciales en la evaluación del plan de negocio.
	Los gastos	Correcto: los gastos son esenciales en la evaluación del plan de negocio.
	La rentabilidad del negocio	Correcto: la rentabilidad del negocio es determinante en la evaluación del plan de negocio.

2.5 Tema 1 identificación del proyecto

Un **proyecto** es la **búsqueda de una solución inteligente** al planteamiento de un problema, la cual **tiende a resolver una necesidad humana**. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer necesidades del ser humana en todas sus facetas, como pueden ser: la educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera. (Baca, 2013).



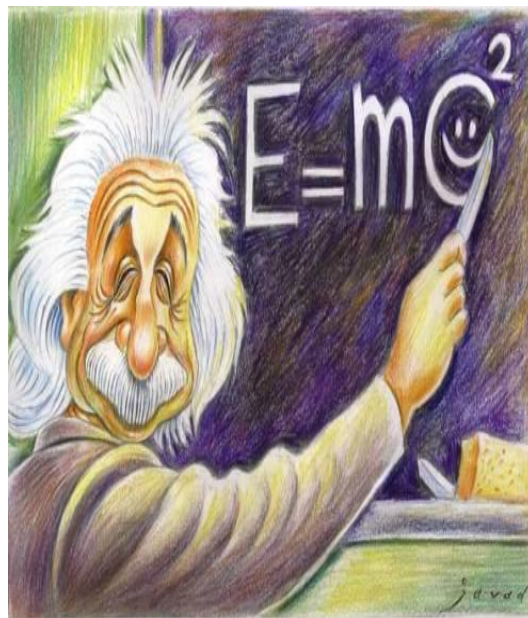
Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=proyecto&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMlv-rZs-b7xwIVxaseCh2O6waG#imgsrc=plpvtcSvwTHPoM%3A

Proyecto: es un planteamiento documentado de manera cualitativa y cuantitativamente de un conjunto de actividades y operaciones que pretenden alcanzar un objetivo en un determinado tiempo, dando respuesta a unas condiciones de P.O.N.D.I.S. o de D.O.F.A.

Definición propia

Qué **Problemas**, **Oportunidades**, **Necesidades**, **Deseos**, **Ideas**, **Sueños** (**P.O.N.D.I.S.**), **Debilidades**, **Oportunidades**, **Fortalezas** o **Amenazas** (**D.O.F.A.**), se requieren solucionar o satisfacer en la empresa, en la comunidad, en los productos o servicios, en lo cultural, en lo ambiental, en lo económico, en lo tecnológico, en los mercados local, regional, nacional e internacionalmente, que pueda participar en la mejora de condiciones de calidad de vida, bienestar social, organizacional y económico de la región y el país.



Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=imagen+de+einstein&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMlyK7gruv7xwIVgiQeCh2RyQxS#tbn=isch&q=imagen+de+einstein+en+caricatura&imgsrc=kAuCtpVFY3rlgM%3A

EL PLAN DE NEGOCIOS

Objetivo

Es el documento que **sirve de guía** al emprendedor **para identificar, analizar y evaluar los aspectos claves** que permitan tomar decisiones para desarrollar una **iniciativa empresarial** que se concrete en la creación de una empresa viable, rentable y duradera. Definición propia.

El “**plan de negocios**” es la herramienta utilizada y que no tienen otro objetivo que convencer a potenciales inversionistas de la oportunidad ya identificada y de las posibilidades de una nueva empresa. Un plan de negocios es un documento muy simple de unas 30 o 40 páginas que cumple varias funciones. En primer lugar identifica una oportunidad de negocio y segundo, demuestra que la nueva organización y los creadores de la misma, pueden desarrollar toda una estrategia empresarial para apropiarse de esta oportunidad ya identificada. Miranda, J. (2005).



https://www.google.com.co/search?q=el+mercado&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMikfr3fT5xwIVwxceCh3cvwog#tbm=isch&q=demanda+de+mercado+economia&imgsrc=pO4R_2Uu5782gM%3A

El plan de negocios es importante porque permite:

- Determinar el potencial de una oportunidad de negocios en el mercado.

- Obtener información para analizar, evaluar y tomar decisiones.
- Saber qué recursos va a necesitar.
- Identificar las máquinas, equipos, herramientas, muebles e inmuebles que se requieren para desarrollar la iniciativa empresarial.
- Determinar las materias primas e insumos que se requieren para la producción del producto o servicio.
- Definir qué personas se necesitan para cumplir con los propósitos del plan de negocios.
- Identificar el tipo de sociedad y su estructura organizacional.
- Evaluar la viabilidad económica y financiera de la inversión.
- Determinar la rentabilidad del plan de negocios.

COMPONENTES



2.6 Tema 2 Estudio del mercado

La **investigación de mercados** es el **diseño, recopilación, análisis e informes sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing** específica que enfrenta una organización. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Estudio del mercado **Estudio del mercado:** es un estudio detallado de los productos, bienes o servicios, el comportamiento de la demanda, el perfil de los consumidores, de la competencia, de los proveedores, los distribuidores, los precios del mercado, entre otros, que servirá de análisis y evaluación para la toma de decisión en la continuación de la formulación del plan de negocios.

2.6.1 1.2. EL ESTUDIO DEL MERCADO



2.6.2 El Producto o Servicio

¿Cuál es el producto o servicio a ofrecer?



Fuente de imagen:
https://www.google.com.co/search?q=el+mercado&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIkfr3fT5xwIVwxceCh3cvwog#tbm=isch&q=el+producto&imgsrc=twNR6_QsH6wMaM%3A

Un producto es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo.

Un servicio es un producto que consiste en actividades, beneficios, o satisfacciones que se ofrecen en venta, y que son esencialmente intangibles.

PRODUCTO



Es el resultado final de un
proceso de producción

BIENES

- ❖ Industriales
- ❖ De consumo

SERVICIOS

- ❖ Comerciales
- ❖ Profesionales

Mentes creando Empresas Mentes creando Empresas Mentes creando Empresas Mentes creando Empresas Mentes creando Empresas
www.cream.com.co

Decisiones sobre productos y servicios

Decisiones de productos y servicios individuales

Atributos del producto o servicio

- Calidad
- Características
- Estilo y diseño

A través de ellos se comunican y entregan los beneficios.



Copyright © 2012 Pearson Educación

8-18

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS:	
Físicas	Aquellas que distinguen al producto por su estado (sólido, líquido, gaseoso), por su forma, tamaño, dureza, espesor, color, entre otras.
Químicas	Los elementos que forman parte del producto. Sal, agua, calcio, cloro, estaño, cobre, hierro, hidrógeno, oxígeno, entre otros.

Organolépticas	Percepciones que recibimos de los productos a través de los sentidos como el sabor, olor, textura, color, entre otras
Calidad	El grado de cumplimiento de requisitos para satisfacer las necesidades manifiestas del cliente.
Diseño	La configuración de los elementos que constituyen el bien.
Estilo	Describe la apariencia que muestra el producto
Marca	Nombre o símbolo que identifica y diferencia de los demás, cumple con la función de ser llamativa y de fácil recordación.
Envase	Es el elemento que protege el producto, cumple con funciones físicas y mercadológicas
Etiqueta	Es el rótulo que registra la identificación y composición del producto de acuerdo con las normas legales de elaboración.
Empaque	Envuelve varias unidades de productos según requerimientos de los clientes, manipulación, almacenamiento, de los transportes y los destinos finales



Fuente de imagen 1

https://www.google.com.co/search?q=productos&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CBoQsARqFQoTCKnl27i5qsgCFcVeHgod4mwC7Q&dpr=1#imgrc=mgB5_3UI4J53RM%3A

Fuente de imagen 2

https://www.google.com.co/search?q=preguntas&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&tbm=isch&imgil=PnL20FaiQ2_cbM%253A%253BeyxAOZT_Of2X_M%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.ejemplos.co%25252F20-ejemplos-de-preguntas-abiertas%25252F&source=iu&pf=m&fir=PnL20FaiQ2_cbM%253A%252CeyxAOZT_Of2X_M%252C_&usg=_PCTUK_Y21Cg5ZCyLtNy0FpT_Ar0%3D&ved=0CCYQyjdqFQoTCO3DnPb0qcgCFY-yHgodkKcG2Q&ei=n64RVq34FY_lepDPmsgN#tbn=isch&q=productos+innovadores&imgrc=DbEJRdi2plZ7FM%3A

¿Qué es un producto?

Clasificaciones de productos y servicios

Los **bienes de capital** son productos industriales que ayudan en la producción o a las operaciones del comprador

Los **materiales y refacciones** abarcan materias primas, materiales y componentes manufacturados vendidos normalmente a usuarios industriales

Los **suministros y servicios** incluyen los suministros para la operación, artículos para reparación y mantenimiento y servicios de negocios



Copyright © 2012 Pearson Educación



8-13

Clasificación de los productos:

Por su tiempo de duración:

- ✓ **Duraderos:** tienen larga vida de duración.
- ✓ **No duraderos (perecederos):** su tiempo de vida útil es corto.

Por su fin o propósito:

- **Bienes de consumo intermedios:** forman parte en la elaboración de un nuevo producto.

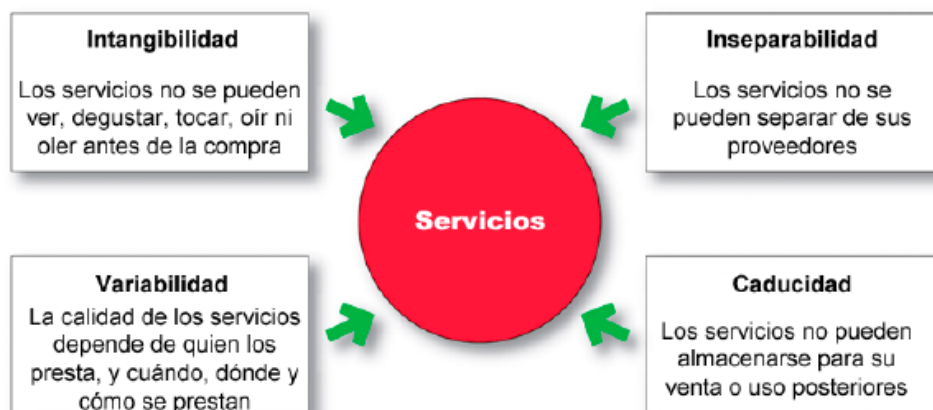
- **Bienes de consumo finales:** se adquieren para su utilización o consumo inmediato.

Según la influencia sobre la demanda del bien o servicio:

- a) **Bienes sustitutos:** Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar a la del bien del proyecto y, por tanto, el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar de consumir el bien del proyecto, si éste subiera de precio. Sapag, N., & Sapag, R., (2008, p. 49).
- b) **Bienes complementarios:** Son aquellos que se consumen de manera conjunta y, por tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida del otro, y viceversa. Sapag, N., & Sapag, R., (2008, p. 50).
- c) **Bienes independientes:** Son aquellos que no tienen ninguna relación entre sí, de modo que un cambio en el precio de un bien independiente no afectará la demanda del otro bien. Sapag, N., & Sapag, R., (2008, p. 51).

Marketing de servicios

Naturaleza y características de un servicio



Copyright © 2012 Pearson Educación

8-29

DEFINICION DEL SECTOR

Identificar y analizar el sector de la economía y sector económico correspondiente al producto o servicio desarrollado en el plan de negocios, es obtener información para conocer el comportamiento histórico y tendencias del producto o servicio, su desarrollo tecnológico, su

Según **la división** de la **economía clásica**, los sectores de la economía son:



Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=sector+economico&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIItMz6_eKayAIVRqgeCh3cCwrk#imgsrc=xJ9Tq7RMiHmqAM%3A



1. Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
2. Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
3. Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
4. Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
5. Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
6. Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.
7. Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.
8. Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).

9. **Sector solidario:** En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.

10. **Sector de comunicaciones:** En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.).

Fuente: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos

Los 20 sectores identificados de la Política de la Transformación Productiva (PTP) en los cuales se pueden direccionar los emprendimientos innovadores con propuestas de valor son:

• Manufacturas: 1. Cosméticos y Artículos de Aseo 2. Industria Editorial y de la Comunicación Gráfica 3. Industria de Autopartes y Vehículos 4. Textiles y Confecciones 5. Cuero, Calzado y Marroquinería 6. Siderúrgico 7. Metalmecánico 8. Astillero	• Agroindustria: 9. Hortofrutícola 10. Chocolatería, Confitería y Materias Primas 11. Acuícola 12. Carne Bovina 13. Lácteo 14. Palma, Aceites-Grasas Vegetales y Biocombustibles	• Servicios: 15. Energía Eléctrica, Bienes y Servicios Conexos 16. Software & TI 17. Tercerización de Procesos de Negocio BPO&O 18. Turismo de Salud 19. Turismo de Bienestar 20. Turismo de Naturaleza
---	---	--

Recuperado de:

<https://www.ptp.com.co/documentos/INFORME%20COMPLETO%20PTP.pdf>

ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DEL SECTOR

- Definición del sector al que pertenece y va a atender.
- Análisis histórico de los últimos 5 años.
- Obtención de información del comportamiento del sector.
- Tendencias de crecimiento.
- Nivel de tecnología.
- Identificación de las empresas más fuertes y competitivas.
- Los proveedores más importantes del Sector.

2.6.3 Análisis de la Demanda

¿Quiénes serán los clientes?

Definición de Demanda, Según Expertos en Mercadotecnia y Economía:

- Para **Kotler, Cámara, Grande y Cruz**, autores del libro "Dirección de Marketing", la **demand** es *"el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago"* [1].
- Según **Laura Fisher y Jorge Espejo**, autores del libro "Mercadotecnia", la **demand** se refiere a *"las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"* [2].
- El **Diccionario de Marketing**, de Cultural S.A., define la **demand** como *"el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas"* [3].
- **Simón Andrade**, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente **definición de demanda**: *"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o*

consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca" [4].

- **Gregory Mankiw**, autor del libro "Principios de Economía", define la **demand** como *"la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar" [5]. En síntesis, una **definición de demanda** que se puede extraer de todos estos aportes o propuestas, y que en lo personal sugiero, es la siguiente:*
*"La **demand** es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".*

Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

Conocimiento del mercado y las necesidades de los clientes

El **mercado** es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio.



Conocimiento del mercado y las necesidades de los clientes

Necesidades, deseos y demandas del cliente

Necesidades

- Estados de carencia
- Físicas– alimento, ropa, calor y seguridad
- Sociales– pertenencia y afecto
- Individuales– conocimientos y expresión personal

Deseos

- Forma que adoptan las necesidades al ser moldeadas por la cultura y la personalidad individual

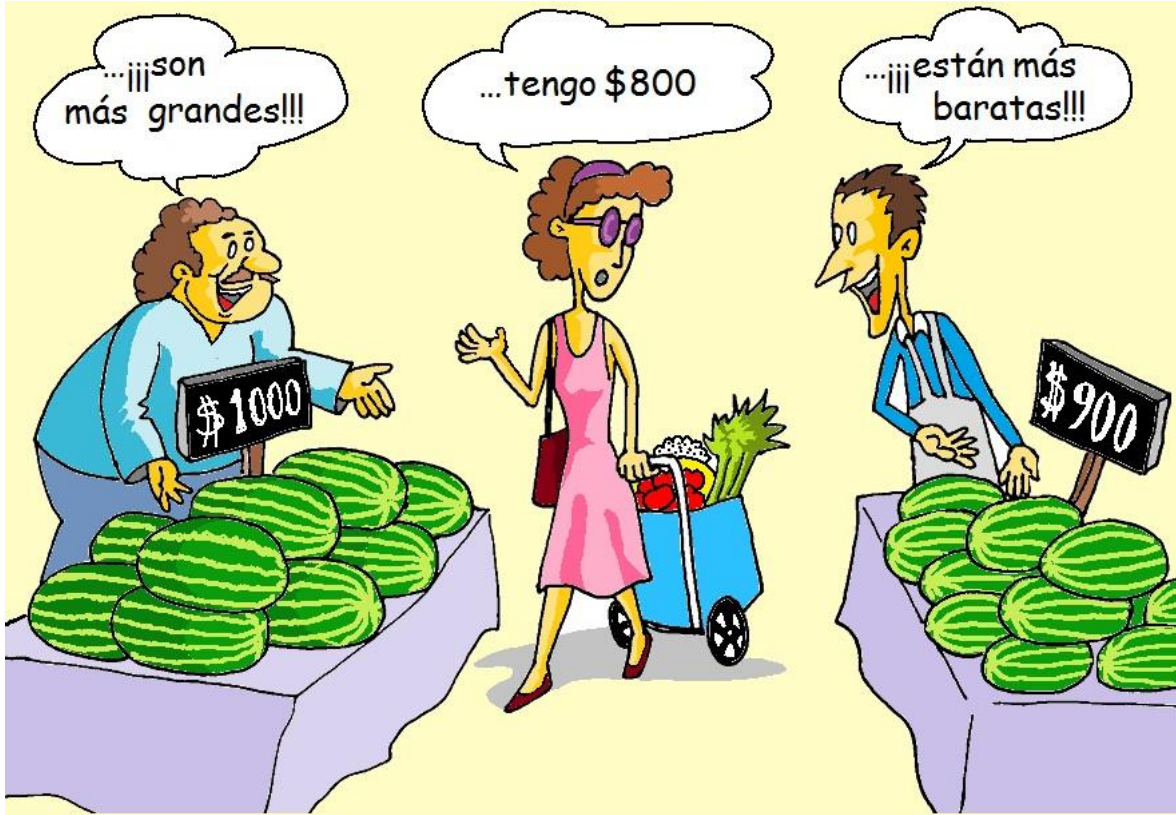
Demandas

- Deseos respaldados por el poder de compra



Copyright © 2012 Pearson

1- 5



https://www.google.com.co/search?q=el+mercado&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMkfr3fT5xwIVwxceCh3cvwog#tbm=isch&q=el+mercado+en+economia&imgcr=C051PjPIMnt-7M%3A

Los consumidores o usuarios son las personas que adquieren y utilizan un producto o servicio.

El mercado de consumidores son todas las personas que necesitan o desean un producto o servicio y están en capacidad de adquirirlo.

La segmentación de mercados consiste en dividir los mercados de acuerdo con algunas características específicas de los clientes.

El mercado meta: es el segmento del mercado que se ha elegido para influir en ellos la opción de compra.

Segmentación del mercado

Requisitos para una segmentación eficaz

Para que sean útiles, los segmentos de mercado deben ser:

Medibles

Accesibles

Sustanciales

Diferenciables

Aplicables



Copyright © 2012 Pearson Educación



7- 16



https://www.google.com.co/search?q=segmentos+del+mercado+figuras&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=879&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIwOmY_OC1yAIVxJoeCh2oxAht&dpr=1#imgsrc=MvJzToyEfojasM%3A

De acuerdo con la teoría de la demanda, **la cantidad demandada de un producto o servicio depende:**

- Del precio que se le asigne
- Del ingreso de los consumidores
- Del precio de los bienes sustitutos o complementarios y
- De las preferencias del consumidor

En términos generales, la **cantidad demandada de un bien aumenta** al:

- Bajar el precio del producto,



PERFIL DE LOS CONSUMIDORES DEL PRODUCTO O SERVICIO

- ✓ **Personas o instituciones.**
- ✓ **Conocer su localización (local, regional, nacional e internacional).**
- ✓ **Conocer por qué compran el producto.**
- ✓ **Conocer cantidad de compra**
- ✓ **Dónde compran el Producto.**
- ✓ **Los medios de pago que utilizan al comprar el producto o servicio.**
- ✓ **Análisis de las características:**
demográficas, psicográficas,
socioculturales, conductuales, económicas,
estilos de vida, entre otras.

2.6.4 Análisis de la oferta

¿Quiénes producen y venden los productos o servicios similares a los que se elaborarán en el plan de negocios?

Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013).

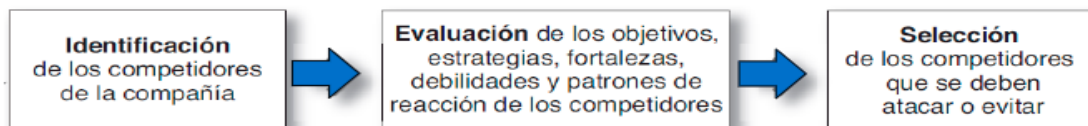
La oferta se puede definir como la **cantidad de unidades de un determinado producto o servicio que los fabricantes o vendedores están dispuestos a ofrecer en el mercado a unos precios específicos, de acuerdo con las condiciones del mercado.** Definición propia

El comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida. Sapag, N., & Sapag, R., (2008).

Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción. Sapag, N. (2011).

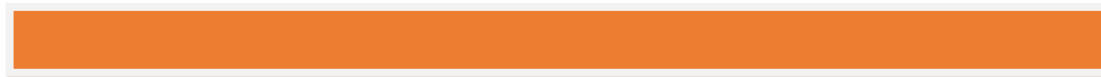
Análisis de los competidores

El **análisis de competidores** es el proceso de identificar, evaluar y seleccionar a competidores clave



Copyright © 2012 Pearson Educación

18- 4



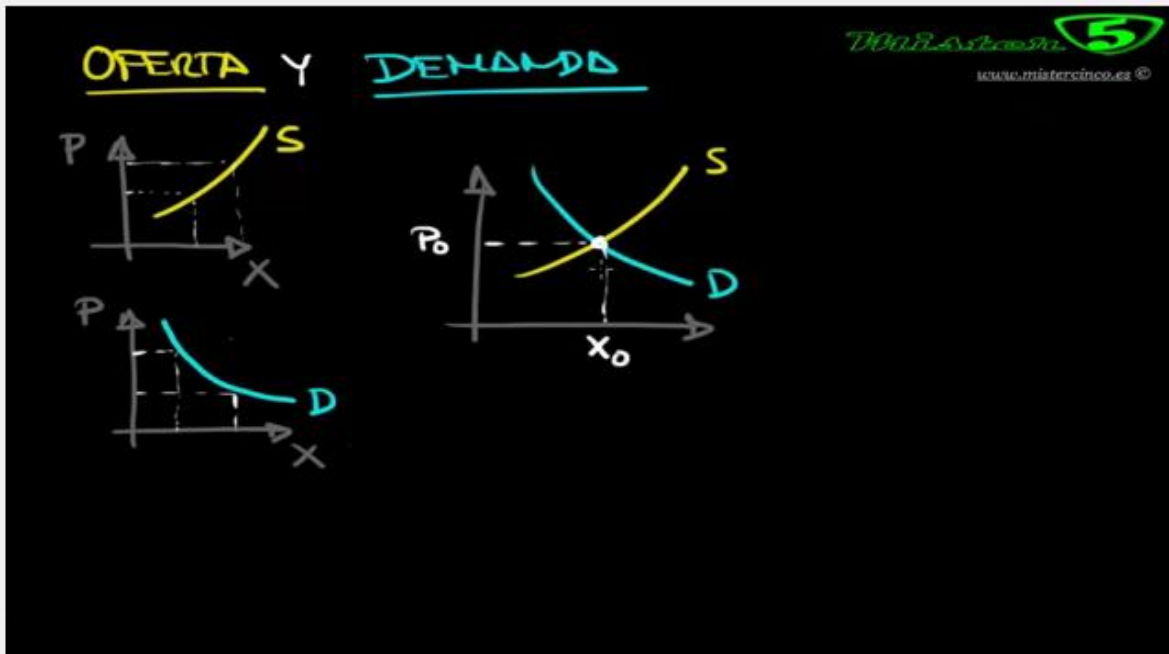
Todas las empresas o personas que fabrican y venden un producto similar al que elabora nuestra empresa en términos de precios, comercialización y posicionamiento en el mercado.

Todas las empresas o personas que prestan el mismo servicio que presta nuestra empresa en términos de precios, comercialización y posicionamiento en el mercado.

Todas las empresas que esperan tener los mismos clientes que potencialmente tiene nuestra empresa.

Un sistema de inteligencia competitivo deberá incluir:

- El tipo de persona jurídica de los competidores más relevantes.
- El tamaño y estructura de la organización.
- La ubicación de los competidores.
- La información de los competidores con más posicionamiento del mercado.
- Los productos y servicios que elabora o presta.
- Sus estrategias y políticas de ventas.
- El conocimiento de la capacidad instalada.
- Calidad y precio de sus productos y servicios.



Ver el siguiente video para complementar su estudio.

Ley de oferta y demanda. Equilibrio del mercado. Microeconomía

https://www.youtube.com/watch?v=C6D2Iz_uSbM

2.6.5 El Mercado Proveedor

¿Quiénes serán los proveedores de materias prima e insumos que requiere el plan de negocios?

El estudio de los proveedores se refiere a todas aquellas personas o empresas que suministran las materias primas, insumos y servicios necesarios para la producción, comercialización y distribución de los productos a desarrollar en el plan de negocios.

Identificar, analizar, evaluar y definir el proveedor o proveedores es un aspecto clave para continuar con la viabilidad del plan de negocios.

Características a tener en cuenta de los proveedores:

- Tipo de sociedad, tamaño y estructura organizacional
- Ubicación geográfica
- Referencias comerciales
- Disponibilidad, costos y calidad de los materiales
- Confiabilidad en la entrega
- Mejor relación costo-beneficio
- Facilidades de pago
- Servicios que presta
- La garantía ofrecida, entre otras.



Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=el+mercado&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMikfr3fT5xwIVwxceCh3cvwog#tbm=isch&q=el+producto&imgsrc=nN68Gz-12MHGsM%3A

2.6.6 El Mercado Distribuidor

¿Cómo se desarrollará la comercialización y distribución de los productos o servicios?

De acuerdo con la Real Academia Española **comercializar** es **dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta. Poner a la venta un producto.**

La manera de cómo se realiza en proceso de llevar el producto a los clientes es un aspecto fundamental en el estudio del mercado distribuidor, en el cual **se deben tener presente las**



Construcción propia de imágenes de Google.

LA COMERCIALIZACIÓN MEDIANTE INTERMEDIARIOS

La venta de los productos o servicios se realiza a través de intermediarios o distribuidores a los clientes



Construcción propia de imágenes de Google.

Los intermediarios son las personas o empresas que actúan de manera colaborativa en la comercialización (promoción, venta, y distribución logística) de los productos para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.

Mayoristas: son los intermediarios que adquieren los productos y los comercializan por altos volúmenes de ventas.

Minoristas: aquellos intermediarios que adquieren los productos y los venden en cantidades relativamente pequeñas.

Detallistas: los últimos intermediarios que venden los productos los productos por unidades a los clientes.

2.6.7 Los Precios del Mercado

¿Cuáles serán los precios de los productos o servicios que se desarrollarán en el plan de negocios?

Precio: es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Precio: es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y demanda están en equilibrio. (Baca, 2013).



Los precios del mercado son los precios que tienen los productos similares en un determinado mercado.

Los precios de equilibrio: precio en el cual los compradores están dispuestos a adquirir un producto y los vendedores a entregarlo.



La determinación de **los precios comerciales** es un factor muy importante, pues servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro. También servirá como fundamento para la comparación entre el precio comercial y el precio probable al que se pudiera vender en el mercado el producto objeto de estudio, tomando en cuenta todos los intermediarios que intervienen en la comercialización del mismo. (Baca, 2013).

Fuente de imagen 1

https://www.google.com.co/search?q=el+mercado&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIkfr3fT5xwIVwxceCh3cvwog#tbm=isch&q=la+demand+y+la+oferta&imgsrc=B04Ox3SkahgVIM%3A

Fuente de imagen 2

https://www.google.com.co/search?q=equilibrio+del+mercado+para+un+producto&espv=2&biw=1600&bih=799&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI7Kzp1tOsyAlVxV4eCh3ibALT#tbm=isch&q=precios&imgsrc=oq9yYjQOwLoleM%3A

El precio de venta del producto está determinado por:

- ❖ Los costos totales de fabricación.
- ❖ Los precios del mercado.
- ❖ El poder que se ejerce en el mercado.
- ❖ El margen de utilidad que se aplica.
- ❖ De la negociación con los clientes.
- ❖ Las condiciones actuales del mercado.
- ❖ Del comportamiento económico y político de la nación del país.

Los resultados del estudio del mercado deben determinar el mercado meta y la cantidad de demanda esperada del bien o servicio, para tomar la decisión de continuar o no, con el estudio técnico del plan de negocios.



Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=demanda&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQAUoAWoVChMIgr2Ih4SQyAIVS1weCh1FzACe#imgsrc=jpgfT_SRBZSJQM%3A

2.7 Tema 3 Estudio Técnico operativo

El estudio técnico: identifica, analiza y define los **diferentes elementos y procesos que permitirán la producción de los bienes o servicios** que requieren los consumidores identificados en el estudio del mercado.

Este análisis identifica **las máquinas, equipos, materias primas, insumos, mano de obra requerida, los procesos operacionales, las instalaciones, localización y tamaño de la planta** que se necesitan para elaborar el producto o la prestación del servicio **con la calidad, cantidad y costos de tal manera que generen beneficios a la unidad de negocio.**

Estudio técnico: investigación que consiste en **determinación del tamaño óptimo de**

2.7.1 ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO



2.7.2 Ficha Técnica

La **ficha técnica** de un producto describe todas **las características técnicas de un objeto, elemento, material, producto o bien** de manera detallada, **teniendo en cuenta las normas técnicas colombianas e internacionales**, los reglamentos técnicos, las especificaciones de empresa, en un formato debidamente establecido por la empresa.

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
Nº FICHA: 01	
REFERENCIA: V1	
TALLA: S	
FRENTE	
ESPALDA	
GAMA DE COLOR	
CANTIDAD DE MATERIALES	
RECOMENDACIONES - Lavado a mano - No planchar - No utilizar solventes - No guardar en pliegues	
DESCRIPCIÓN Vestido para celebración, silueta en X, con adorno de moño en el frente sobre la cintura.	

Ver video: <https://www.youtube.com/watch?v=1vjsODEHe0c>

 CENTRO AGROPECUARIO "LA GRANJA" SENA - ESPINAL	FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO		PROGRAMA BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA BPM
			F. T. BPM
Preparado por: LUIS FELIPE ARROYAVE	Aprobado por: HARRISON MORENO PEÑA	Fecha: Abril de 2010	Versión: 2010

NOMBRE DEL PRODUCTO	ELABORACION DE LECHE CONDENSADA		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Es un producto alimenticio elaborado a partir de leche a la que se le ha evaporado agua y agregado azúcar, lo que resulta es un producto espeso. Se puede usar como acompañante para postres ya sea en gelatina, helados y/o galletas o pasa bocas.		
LUGAR DE ELABORACION	Producto elaborado en la planta de lácteos ubicada en el centro agropecuario la granja Sena – espinal. Kilometro 5 vía Espinal – Ibagué. temperatura promedio 30°c y a.s.n.m 450 metros Teléfono de contacto: 2 709600 ext. 84669		
COMPOSICION NUTRICIONAL	Carbohidratos	56 gramos	
	Proteína	8 Gramos	
	Lípidos-Grasa	9.30 gramos	
	Agua	25.90 gramos	
	Calorías por 150 g	333	
PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES	Envase de vidrio de 100 gramos		
	Envase de vidrio de 125 gramos		
	Envase de vidrio de 200 gramos		
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	Dulce de color cremoso; textura espesa acuosa; sabor dulce concentrado y aroma agradable. 		
REQUISITOS MINIMOS Y NORMATIVIDAD	Resolución numero 02310 de 1986 (24 de Febrero de 1986)		
	Decreto 616 del 2006		

SENA CONOCIMIENTO Y EMPRENDIMIENTO PARA TODOS LOS COLOMBIANOS
REGIONAL TOLIMA

Fuente:

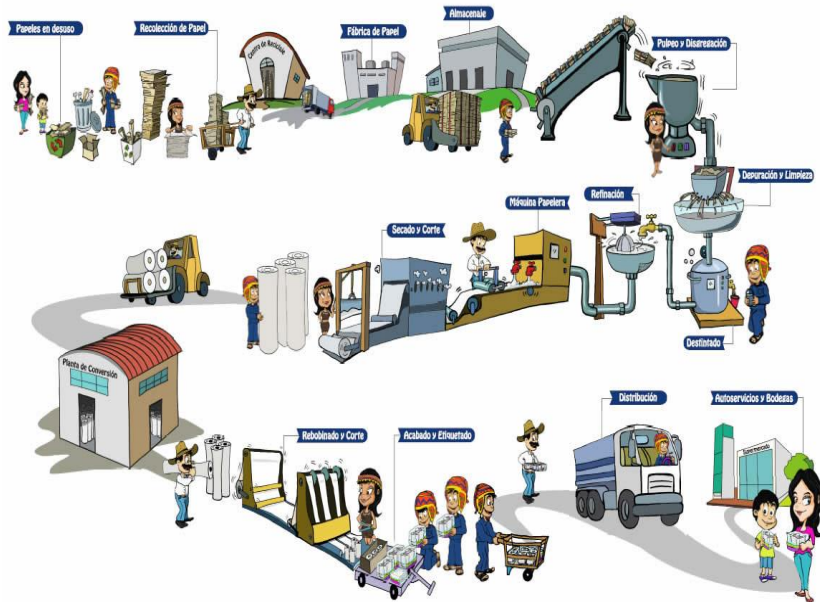
https://www.google.com.co/search?q=ejemplo+de+fichas+tecnicas+de+un+producto&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&tbm=isch&imgil=69uIFPlbAJmbDM%253A%253BBf_f8yiS-

ckKVM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Ftadindustrial.blogspot.com%25252F2013%25252F02%25252Fficha-tecnica-de-un-producto.html&source=iu&pf=m&fir=69uIFPlbAJmbDM%253A%252CBf_f8yiS-ckKVM%252C_&usg=__wcR4CmFBVHa78k3WFsJq-ivglww%3D&ved=0CCYQyjdqFQoTCIDI4OupiMgCFUteHgodMyALYw&ei=tRIAVsCZF8u8ebPArJgG#imgsrc=i-nGtMhShrECvM%3A&usg=__wcR4CmFBVHa78k3WFsJq-ivglww%3D

2.7.3 Requerimientos

Para el desarrollo del proceso de producción se requieren unos recursos que dependerán de los productos o servicios que se van a elaborar o prestar, tales recursos son:

- ❖ Máquinas
- ❖ Equipos
- ❖ Herramientas
- ❖ Mobiliario
- ❖ Equipos de oficina y de cómputo
- ❖ Materia prima
- ❖ Insumos
- ❖ Instalaciones
- ❖ Personas
- ❖ Otros elementos necesarios para el desarrollo del plan de negocio



2.7.4 El Proceso de Producción

Está conformado por el conjunto operaciones y actividades que se realizan con las máquinas, equipos, materias primas, mano de obra, las instalaciones y demás elementos necesarios para la transformación de las materias primas e insumos en productos destinados al consumo.



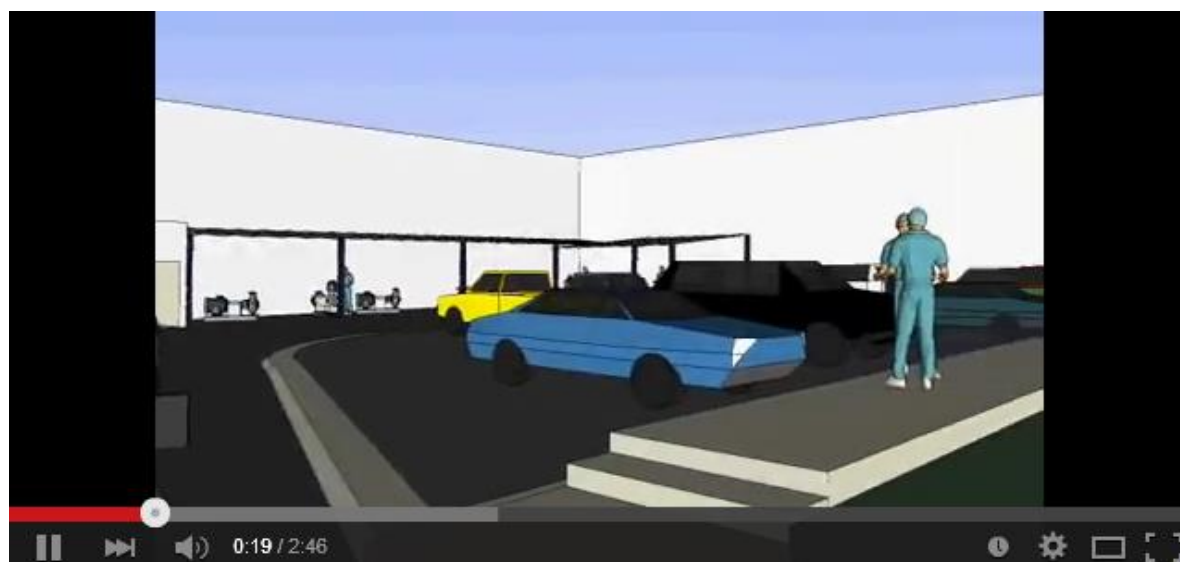
Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=production+process&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&es_sm=93&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAcQ_AUoAWoVChMI_K-Fn9GlyAIVgZMeCh3sBg-T&biw=1280&bih=879#tbm=isch&q=production+line&imgsrc=W6xkGSFfiYaWbM%3A

- **Componentes del proceso de producción**



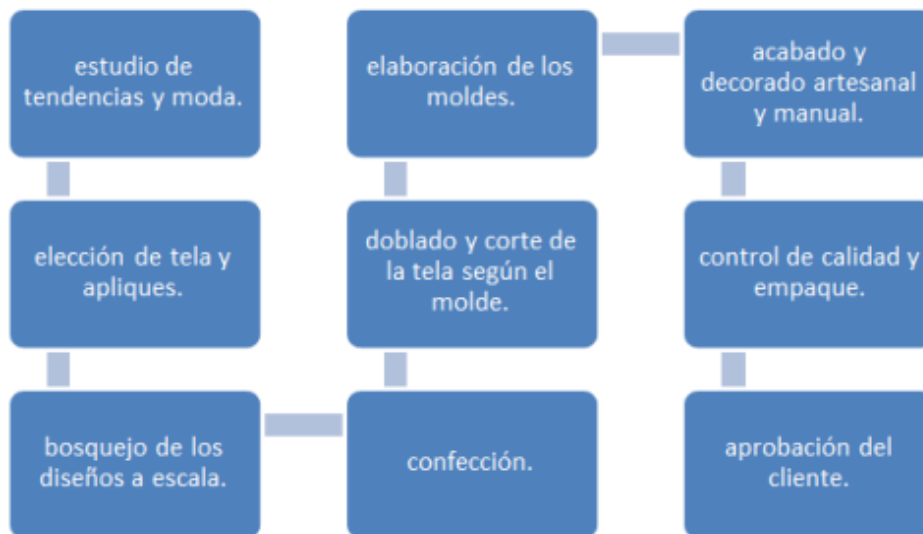
Costrucción Propia



Ver video: Diseño de una planta industrial en 3D

<https://www.youtube.com/watch?v=gGnlrtdDQdo>

Figura 11. Flujograma del proceso de producción de vestidos de baño Suana

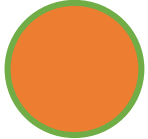
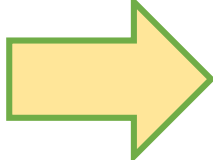
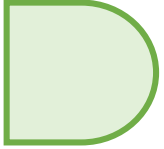
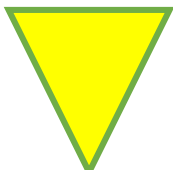


65

Fuente:

<http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/2897/1/TMD00877.pdf>

- Diagrama de flujo del proceso

El diagrama de flujo del proceso se realiza mediante una representación gráfica de símbolos que indican el tipo de actividad u operación que se va ejecutando de manera coordinada y secuencial hasta la terminación del proceso.	
	Operación: cuando se presenta un cambio en alguna de las materias primas o componentes del producto en proceso.
	Transporte: la actividad de desplazamiento de un material o producto a un sitio determinado.
	Demora: es el tiempo de espera de un material, producto en proceso o producto terminado, para continuar con el proceso.
	Almacenamiento: definitivo o temporal de la materia prima, de un producto en proceso o de un producto terminado.
	Inspección: es la función de controlar que las operaciones y actividades se cumplan con lo establecido.
	Operación combinada: cuando se presentan dos actividades simultáneamente.

Ejemplo de un diagrama de flujo de proceso.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO

Tabla No. 21 Diagrama de proceso

DIAGRAMA DE PROCESO							
Distancia Metros	Tiempo Minutos	SIMBOLOS DEL DIAGRAMA					DESCRIPCION DEL PROCESO
							Realizar pedido
							Legada plastico recuperado PET
							Pesar PET post-consumo
							Almacenar PET post-consumo
							Molino
							Transporte
							Lavado
							Transporte
							Centrifugado
							Inspección
							Transporte
							Peletizadora
							Inspección
							Almacenar plastico PET peletizado
							Realizar despachos
							TOTALES

 Operación
  Transporte
  Inspección

 Demora
  Almacenamiento
  Operación Combinada

Fuente: <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/9123/1/tesis43.pdf>

2.7.5 Tamaño de la planta

El tamaño óptimo de la planta es su capacidad instalada **y se expresa en unidades de producción por año**. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Baca, 2013)

Para el diseño de la planta se debe tener en cuenta unos factores tales como:

- ✓ El espacio disponible.
- ✓ El área que ocupa y la complejidad del proceso de producción.
- ✓ El espacio que ocupan las máquinas, equipos y herramientas.
- ✓ Los tiempos y movimientos.
- ✓ El área de transportes de materiales y movimiento de personas.
- ✓ Las áreas de almacenamiento de materias primas, productos en proceso y

2.7.6 Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es lo que **contribuye en gran medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital** (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (Baca, 2013).

El propósito es identificar el sitio preciso donde se instalará la planta de tal manera que genere los mejores beneficios para todos los involucrados en el plan de negocio.

ASPECTOS A TENER EN CUENTA EN LA LOCALIZACIÓN

- Disponibilidad de Servicios públicos.
- Facilidad de acceso a vías terrestres, aéreas, marítimas y fluviales.
- Disponibilidad de Materias Primas y cercanía de proveedores
- Disponibilidad de Mano de Obra calificada
- Cercanía al Mercado del Producto
- Entorno Social y cultural de la región
- Topografía y Resistencia de los suelos
- Condiciones del clima

2.7.7 Los Costos de Fabricación

LOS COSTOS

Son las erogaciones monetarias destinadas a la producción de un producto o servicio.

LOS GASTOS

Son las erogaciones monetarias destinadas a cumplir con los demás requerimientos de la

En la determinación de los costos de fabricación se debe tener en cuenta:

MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad medida:	de	Valor unidad:	Cantidad:	Valor:
Materia prima A					
Materia prima B					

Materia prima C				
Insumos 1				
Insumos 2				

MANO DE OBRA	Unidad medida:	de	Valor unidad:	Cantidad:	Valor:
Operario 1					
Operario 2					
Operario 3					
Operario 3					
Operario 4					

Los costos de mano de obra deben incluir las prestaciones sociales

OTROS COSTOS	Unidad medida:	de	Valor unidad:	Cantidad:	Valor:
Otros 1					
Otros 1					

Otros 1				
---------	--	--	--	--

Un ejemplo de costos de fabricación.

Cuadro 23. Costo total de producción por cada diseño

Costos/ Diseños	Traje de baño trikini	Traje de baño 2 piezas
Materia prima	20.128	13.684
Mano de obra	11.856	11.856
Costos CIF	3.541	3.541
Costos de producción	35.525	29.081
Precio de venta unitario	65.000	60.000
Utilidad	29.475	30.919

75

Fuente: <http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/2897/1/TMD00877.pdf>

2.8 Tema 4 Estudio Legal Y Organizacional

El estudio legal del plan de negocio **define el tipo de empresa o sociedad que se debe constituir** para dar cumplimiento a las leyes y normas establecidas por el Gobierno Colombiano, en la producción y comercialización del producto o servicio. **Establece la Estructura Organizacional, el Direccionamiento Estratégico y la Gestión del Talento Humano** que se desarrollará en el plan de negocios.

2.8.1 ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL



2.8.2 Empresas y sociedades

De acuerdo con el CÓDIGO CIVIL COLOMBIANO

ARTICULO 33. <PALABRAS RELACIONADAS CON LAS PERSONAS>. La palabra persona, en su sentido general se aplica (rá) a la especie humana, sin distinción de sexo.

ARTICULO 73. <PERSONAS NATURALES O JURIDICAS>. **Las personas son naturales o jurídicas.**

ARTICULO 74. <PERSONAS NATURALES>. Son personas todas las individuos de la especie

Las personas que no son comerciantes, es decir, que no realizan actos mercantiles, como el caso de quienes ejercen una Profesión liberal no está obligada a llevar contabilidad, pero si deben conservar los soportes que le den derecho a costos y deducciones.

Recuperado de:

<http://www.gerencie.com/persona-natural.html>

Persona Natural Comerciante es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los

TIPOS DE EMPRESAS Y SOCIEDADES A CONSTITUIR EN COLOMBIA

- ❖ Empresa Unipersonal
- ❖ Empresas Asociativas de Trabajo
- ❖ Sociedad Colectiva
- ❖ Sociedad Limitada
- ❖ Sociedad en Comandita Simple
- ❖ Sociedad en Comandita por Acciones
- ❖ Sociedad Anónima S.A.
- ❖ Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.
- ❖ Sociedad de Economía Mixta
- ❖ Sociedad Extranjera
- ❖ Asociaciones, Corporaciones y Fundaciones.
- ❖ Entidades de la economía solidaria (Cooperativas, Precooperativas, Fondos de Empleados, Asociaciones Mutuales).



Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=sociedades&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI_5Xx_YSNyAIVSyoeCh1sXQZt#imgsrc=OghL65q1YWjKM%3A

2.8.3 estructura organizacional

Estructura es el conjunto formal de dos o más elementos y que permanece inalterado sea en el cambio, sea la diversidad de contenidos, es decir, la estructura se mantiene incluso con alteración de unos de sus elementos o relaciones.

Para Jones (2008), la **estructura organizacional** es el sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla cómo las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr

La **estructura organizacional** es el **soporte o fundamento legal o normativo** que le **permite a la organización desarrollar su actividad económica** de manera normal, **para lograr los fines o propósitos de la organización**. Definición propia.

LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Es el soporte o fundamento legal o normativo que le permite a la organización desarrollar su actividad económica para lograr los fines o propósitos de la organización.

Determina:

- ❖ La jerarquía o líneas de autoridad y su responsabilidad
- ❖ La distribución funcional y operativa de la organización
- ❖ Sus procesos, productos o servicios

Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=sociedades&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI_5Xx_YSNyAIVSyoeCh1sXQZt#tbm=isch&q=estructura+organizacional+de+una+empresa&imgsrc=uhPM65s6zcghCM%3A

LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Depende de:

- Tipo de persona jurídica
- Tipo de actividad económica que desarrolla la empresa
- Los productos o servicios que elabora o presta
- Tamaño de la empresa
- Los procesos que realiza
- Su ubicación geográfica
- La subordinación en la empresa

Un diagrama de estructura organizacional que muestra una jerarquía de personas representadas por íconos. Hay una fila superior de tres personas, una fila intermedia de cuatro personas y una fila inferior de tres personas. Líneas rectas conectan a las personas entre filas, indicando relaciones de subordinación. Una persona en la fila inferior está resaltada en color rojo.

Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=sociedades&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI_5Xx_YSNyAIVSyoeCh1sXQZt#tbm=isch&q=estructura+organizacional+de+una+empresa&imgsrc=Bqv0Tewa2FzHoM%3A

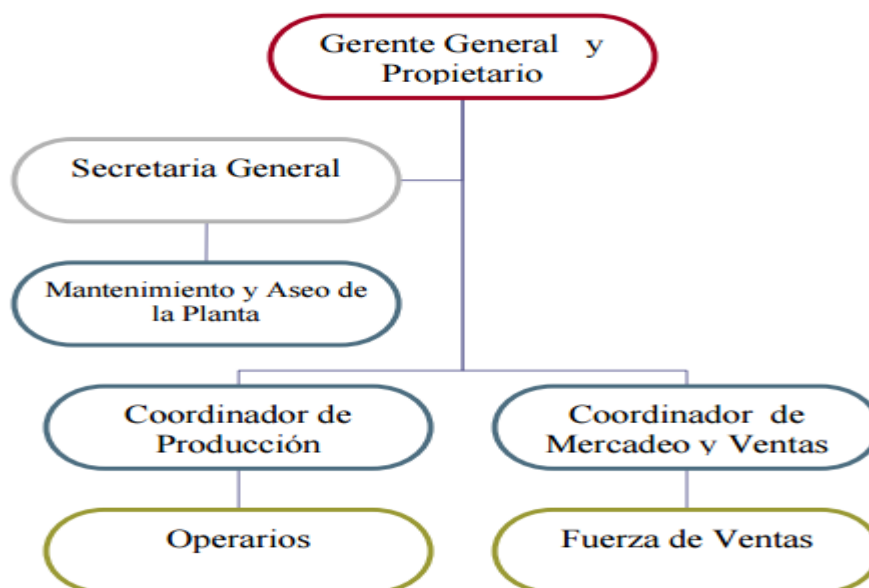
ORGANIGRAMA:

Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, en él se muestra:

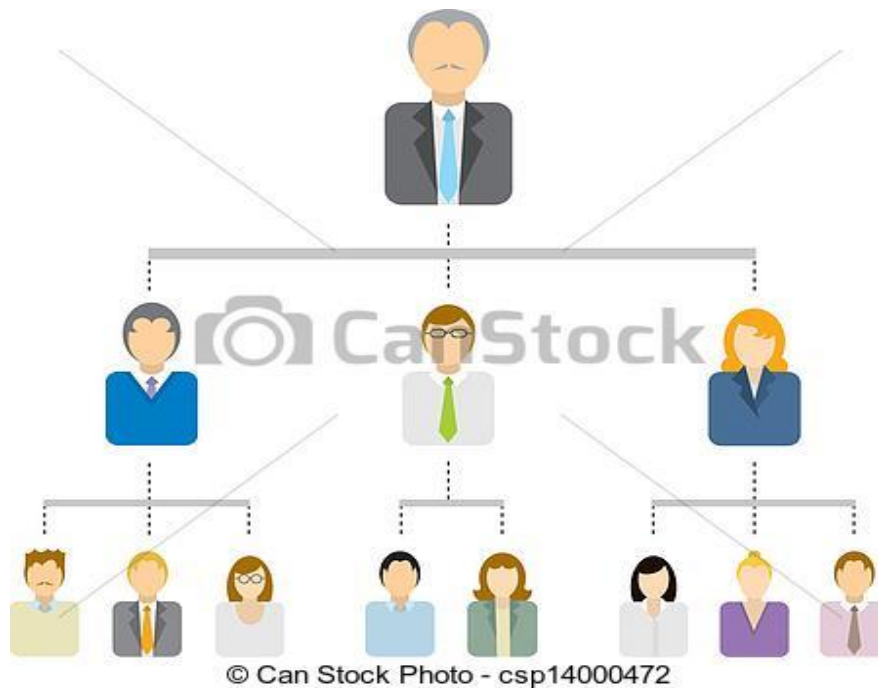
- Los niveles de jerarquía (Autoridad y responsabilidad)
- Las áreas funcionales de su actividad económica
- Los cargos, funciones y demás actividades que desarrolla la empresa para cumplir con sus propósitos

4.7. ORGANIGRAMA

Grafico No. 25 Organigrama



Fuente: <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/9123/1/tesis43.pdf>



https://www.google.com.co/search?q=organizacion+lineal&espv=2&biw=1024&bih=499&site=webhp&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=k_oeVc26IYzisAW904DIBQ&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoAQ&dpr=1#tbm=isch&tbs=rimg%3ACahZPP37WiPDljhcCkee918pmUoAJshofgHu4HVebrmMNUrsmXCMvOnJ4KrFbIWJtFhjK1C8-bCM3nxYn1AZJGaYXCoSCVwKR573XymZEWCBGU21OxKSKhIJSgAmyGh-Ae4Rmwdx54Z_1kukqEgngdV5uasw25BFB_1G8A8eOwrioSCWyZcly86cngEb02gKjpncMsKhIjsVshYm0WGMRBpWYz-LxtEsqEgkrULz5slzefBH92mGwOn9ACCoSCVifUBkkZphcETZVtFoVOOdP&q=organizacion%20lineal%20dibujos&imgdii=&imgsrc=xF49hEB4X9LncM%253A%3B0qXatyfRVAR6xM%3Bhttp%253A%252F%252Fcomps.canstockphoto.com%252Fcan-stock-photo_csp14000472.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.canstockphoto.es%252Fjer%2525C3%2525A1rquico-%2525C3%2525A1rbol-diagrama-empresa-14000472.html%3B450%3B415

2.8.4 Direccionamiento estratégico

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Es importante realizar la planeación estratégica del negocio y definir:

El modelo de negocio: la forma como la empresa crea valor y genera ingresos.

Los procesos clave: conjunto de actividades desarrolladas coordinadamente para transformar elementos de entrada en resultados.

La misión: el propósito para el cual se crea la empresa.

La visión: el estado deseado de la empresa en un determinado tiempo futuro.

Los objetivos: los resultados que la empresa espera obtener.

Las estrategias: los medios, planes o acciones que desarrollará la empresa para lograr los objetivos.

2.8.5 Gestión del Talento Humano

Gestión del Talento Humano

El direccionamiento de la Gestión del Talento Humano implica tener en cuenta:

- El análisis, diseño y descripción de los cargos.
- La selección y contratación del personal.
- La inducción y capacitación.
- La remuneración para el personal.
- La seguridad social.
- Las prestaciones sociales.
- La seguridad en el trabajo.
- Los indicadores y evaluación de la gestión del

2.9 Tema 5 Plan Económico Financiero

2.9.1 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Una vez realizado el estudio del mercado que identifica un mercado potencial, el estudio técnico que determina la viabilidad de realizar los procesos productivos para la producción de los productos o servicios y el estudio legal – Administrativo que define el tipo de sociedad, la estructura organizacional y el direccionamiento estratégico, es importante en el plan de negocios determinar mediante el análisis económico y financiero



2.9.2 Ingresos del plan de negocio



Ingresos son las entradas de dinero como resultado de una operación comercial realizada por la empresa. Ingresos por ventas, ventas de otros productos o servicios, otras ventas.

Ingresos Operacionales: entradas de dinero por concepto del cumplimiento del objeto Social de la empresa

Ingresos No Operacionales: entradas de dinero por conceptos diferentes al

Fuente de imagen:

https://www.google.com.co/search?q=cargos+en+la+empresa&espv=2&biw=1600&bih=799&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI4ouAs4qSyAlViyQeCh1stweZ#tbm=isch&q=dinero&imgsrc=dF4ehWTndRV6KM%3A

2.9.3 Inversiones

INVERSIÓN INICIAL

En activos fijos: inversiones realizadas en bienes tangibles para el desarrollo operacional en la transformación de materias primas e insumos en productos o servicios y su respectiva comercialización. No son objeto de comercialización por parte de la empresa.

- Terrenos, edificios, instalaciones, máquinas, equipos, materiales, muebles, vehículos, entre otros.



En activos diferidos: inversiones realizadas en bienes, servicios o derechos adquiridos como estudios, investigaciones, marca, patentes, licencias, sistemas de información, entre otros. Están sujeta a amortización y se recuperan en el largo plazo.



Capital de trabajo: es el dinero disponible por la empresa para cumplir con sus compromisos y operar en el corto tiempo, contablemente resulta de la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes.

- **Dinero disponible**
- **Inventarios en materias primas**
- **Productos en proceso y terminados**
- **Cuentas por cobrar**



Imagen 1

https://www.google.com.co/search?q=activos+fijos&espv=2&biw=1600&bih=799&source=Inms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI-b7yx4SbyAIVgbgeCh3IkQie#imgsrc=w_y9w9Cq371wKM%3A

Imagen 2

https://www.google.com.co/search?q=activos+fijos&espv=2&biw=1600&bih=799&source=Inms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI-b7yx4SbyAIVgbgeCh3IkQie#tbm=isch&q=En+activos+intangibles&imgsrc=h5PUCPoBkxw7hM%3A

Imagen 3

https://www.google.com.co/search?q=inversiones+diferidas&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=879&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI_520-Jq9yAIVwI0eCh1IlgAW&dpr=1#tbm=isch&q=capital+de+trabajo&imgsrc=U0Owv4zKyZOnpM%3A

2.9.4 Costos de operación

Se debe tener en cuenta los costos de fabricación analizados en el estudio técnico.

La determinación de **los costos totales (CT)** se puede realizar mediante la suma de los costos fijos y los costos variables.

Los costos fijos totales (CFT): son aquellos **costos en que se deberá incurrir en un periodo**

Los costos variables totales (CVT): son aquellos costos que **forman parte del producto o servicio**

determinado de manera permanente, independientemente de la cantidad de producción. (Arriendo de local, de bodegas, seguros, algunas remuneraciones del personal administrativo, entre otros.).	y están asociados al nivel de producción (costos de materia prima, mano de obra, envases, empaques, entre otros.).
CT = CFT + CVT	

COMPONENTES DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El número de unidades producidas para que se alcance el Punto de Equilibrio

- Los Ingresos totales del El Punto de Equilibrio
- Los costos totales

El Punto de Equilibrio = Ingreso Total = Costo Total

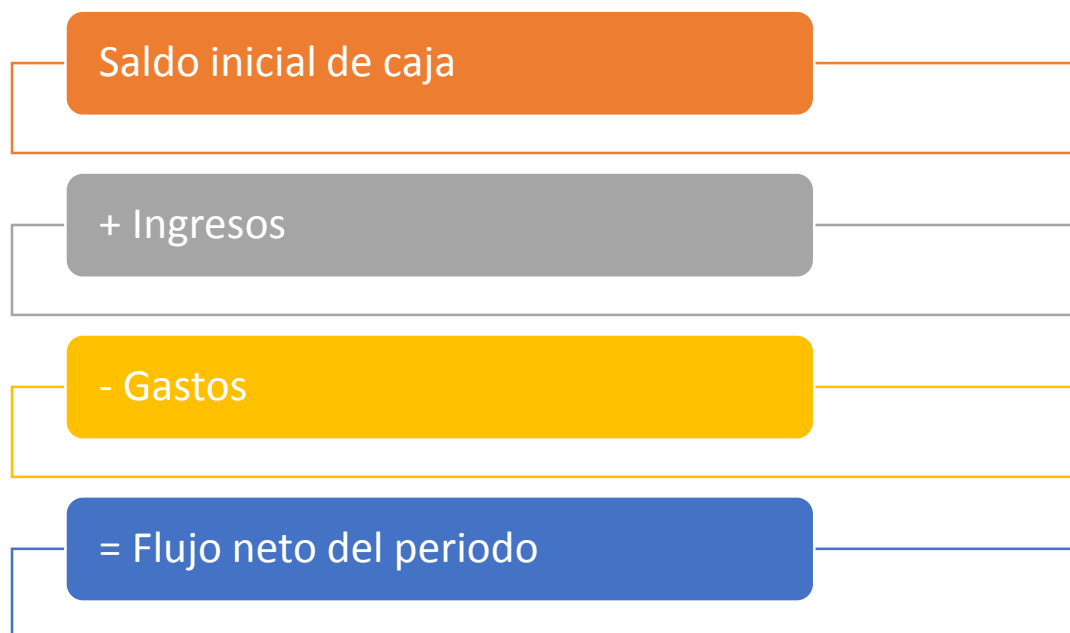
2.9.5 Gastos



2.9.6 Evaluación financiera

FLUJOS DE CAJA

La estructura del flujo de caja se construye dependiendo de la información que se desee obtener y de los objetivos del plan de negocios, para:



FLUJO DE CAJA

- + Ingresos operacionales
- Costes operacionales
- = Beneficio antes de intereses, impuestos y amortizaciones (EBIDTA)
- Amortizaciones
- = Beneficio antes de intereses e impuestos (BAIT)
- Impuestos sobre el (BAIT)
- = Beneficio antes de intereses, después de impuestos (BAIDT)

EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera determina la rentabilidad y beneficios de la inversión, se realiza con base en los estudios realizados en las anteriores etapas y teniendo en cuenta los cálculos de:

- ❖ Valor Presente Neto (VPN)

Valor Presente Neto (V.P.N.)

El valor presente neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos:

$$VPN = VPI - VPE$$

Tasa interna de retorno (T.I.R.)

Es la tasa de interés que equipara el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos y lo expresamos con la siguiente ecuación:

COSTO DE OPORTUNIDAD:

Es el valor de los insumos de un proyecto cuando estos se aplican a su uso más valioso.

El costo implícito de destinar nuestros fondos a financiar un proyecto determinado, estará medido por el sacrificio de no poder destinar esos fondos para financiar otro proyecto, este costo es precisamente el "costo de oportunidad".

El verdadero valor de los recursos cuando estos se dedican a su uso más valioso.

Miranda, J. (2005).



Imagen 1

https://www.google.com.co/search?q=costo+de+oportunidad&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIwprK45vAyAIVTJoeCh1HeQxQ&dpr=1#imgsrc=zmAW-I3klxoTZM%3A

EVALUACION COSTO-BENEFICIO:

Este criterio permite determinar y comparar la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficios actualizados. Los "costos" del proyecto constituyen el valor de los recursos utilizados en la producción del bien o en la prestación del servicio. Los "beneficios" son entonces el valor de los bienes y servicios generados por el proyecto. El análisis económico del "costo-beneficio" es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto.

Etapas para la evaluación:

- a. **Identificación y cuantificación de los costos** que afectan a los proyectos, tanto directos como indirectos.
- b. **Determinación plena de los beneficios directos e indirectos** que se pueden asignar al proyecto.
- c. **Luego se comparan los costos v beneficios v se establece la diferencia.** Se suelen aceptar

EL ESTUDIO DE LOS RIESGOS

Este estudio identifica, analiza, establece un plan de respuesta y efectúa un control y seguimiento de los riesgos que se puedan presentar en el proyecto.

Los objetivos de la Gestión de los Riesgos son:

- ❖ **Aumentar la probabilidad y el impacto de eventos positivos, y**
- ❖ **Disminuir la probabilidad y el impacto de eventos negativos para el proyecto.**

Identificar los Riesgos: es el proceso por el cual se determinan los riesgos que pueden afectar el proyecto y se registran y documentan sus características.

Análisis Cualitativo de Riesgos: es el proceso que consiste en priorizar los riesgos para realizar otros análisis o acciones posteriores, evaluando y combinando la probabilidad de ocurrencia y el impacto de dichos riesgos.

Análisis Cuantitativo de Riesgos: es el proceso que consiste en analizar numéricamente el efecto de los riesgos identificados sobre los objetivos generales del proyecto.

Planificar la Respuesta a los Riesgos: es el proceso por el cual se desarrollan opciones y acciones para mejorar las oportunidades y reducir las amenazas a los



ESTUDIO AMBIENTAL

Trata de **identificar, analizar y valorar los efectos positivos o negativos que sobre el medio ambiente pueda generar el proyecto, con el fin de prever, mitigar o controlar los efectos negativos que afecten al medio ambiente y a la población.**

Así mismo este estudio analizará y valorará el tratamiento, control y disposición final de residuos, que resulten del desarrollo del plan de negocios.

Desarrollar el tema

Guion para animación de repaso del tema: Escribir el guión de acuerdo al Manual explicativo de producción de recursos que se le entrega junto con estos formatos.

Título de la animación: Los elementos más importantes de un plan de negocios

Objetivo de la animación: identificar cuáles son los elementos más importantes del plan de negocios

Tipo de animación: imágenes

Nombre de los objetos de la animación:

-
1. La investigación de mercados
 2. El estudio técnico
-

ESCENA 1	ESCENA 2
 La investigación de mercados	 Estudio técnico

Guion para animación de autoevaluación del tema: Escribir el guión de acuerdo al Manual explicativo de producción de recursos que se le entrega junto con estos formatos. **Recuerde que hay un tipo de animación para repaso del tema y otro diferente para evaluación de autoaprendizaje.**

Título de la animación: las empresas y sociedades en el plan de negocios

Objetivo de la animación: identificar el tipo de empresa o sociedad que se va a constituir y su estructura organizacional

Tipo de animación: interactiva

Nombre de los objetos de la animación:

1. La empresa y las sociedades
2. Función empresarial

ESCENA 1



Las empresas y sociedades

ESCENA 2



Estructura organizacional.

PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

Estudio del mercado: es un estudio detallado de los productos, bienes o servicios, del comportamiento de la demanda, del perfil de los consumidores, de la competencia, de los proveedores, de los distribuidores, de los precios del mercado, entre otros, que servirá de análisis y evaluación para la toma de decisión en la continuación de la formulación del plan de negocios.

Estudio económico: es el ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económico. (Baca, 2013).

Estudio legal y organizacional: es el estudio que permite identificar, analizar y definir el tipo de sociedad o empresa y la estructura organizacional más adecuada para el desarrollo del negocio.

Estudio técnico: investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2013).

Evaluación financiera: la evaluación financiera es el instrumento que provee información para analizar y medir la rentabilidad del plan de negocios y tomar decisiones pertinentes de inversión.

Mercado: es el espacio físico o virtual donde concurren oferentes y demandantes y se ponen de acuerdo en un precio para adquirir bienes y servicios.

Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013).

Demanda: cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2013).

Plan de negocios: Es el documento que sirve de guía al emprendedor para identificar, analizar y evaluar los aspectos claves que permitan tomar decisiones para desarrollar una iniciativa empresarial que se concrete en la creación de una empresa viable, rentable y duradera. Definición propia.

Empresa: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

Desarrollar el tema

Guion para animación de repaso del tema: Escribir el guión de acuerdo al Manual explicativo de producción de recursos que se le entrega junto con estos formatos.

Título de la animación: los tipos de empresa

Objetivo de la animación: las personas en la empresa

Tipo de animación: imágenes

Nombre de los objetos de la animación:

-
1. Empresa unipersonal.
 2. Sociedades.
-

ESCENA 1



Empresa unipersonal

ESCENA 2



Sociedades

Título de la animación: las relaciones empresariales

Objetivo de la animación: los tipos de relaciones en las organizaciones

Tipo de animación: interactiva

Nombre de los objetos de la animación:

1. Relaciones empresariales.

2. Los clientes.

ESCENA 1

ESCENA 2



PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

De acuerdo con el CÓDIGO CIVIL COLOMBIANO

ARTICULO 33. <PALABRAS RELACIONADAS CON LAS PERSONAS>. La palabra persona, en su sentido general se aplica (rá) a la especie humana, sin distinción de sexo.

ARTICULO 73. <PERSONAS NATURALES O JURIDICAS>. Las personas son naturales o jurídicas.

ARTICULO 74. <PERSONAS NATURALES>. Son personas todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición.

ARTICULO 633. <DEFINICION DE PERSONA JURIDICA>. Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Las personas que no son comerciantes, es decir, que no realizan actos mercantiles, como el caso de quienes ejercen una Profesión liberal no está obligada a llevar contabilidad, pero si deben conservar los soportes que le den derecho a costos y deducciones.

Recuperado de:

<http://www.gerencie.com/persona-natural.html>

Persona Natural Comerciante es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

Recuperado

de:

http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/persona_natural.html

Las personas jurídicas se dividen en:

Sin ánimo de lucro: su propósito brindar beneficios sociales. (Corporaciones, asociaciones, fundaciones, sindicatos, cooperativas).

Con ánimo de lucro: generan utilidades para sus socios. (Sociedad Colectivas, Unipersonal, sociedad en Comandita, simple y por acciones, Sociedad por Acciones Simplificada, Sociedad Anónima, de Responsabilidad Limitada).

La estructura organizacional es el soporte o fundamento legal o normativo que le permite a la organización desarrollar su actividad económica de manera normal, para lograr los fines o propósitos de la organización. Definición propia.

La estructura organizacional determina su ordenamiento e interacción de:

☐ La jerarquía o niveles de autoridad y su responsabilidad

- ☐ La distribución de áreas funcionales y operativas de la organización
- ☐ Los procesos, productos o servicios
- ☐ Cargos, funciones, actividades

La estructura organizacional depende de:

- Tipo de persona jurídica: con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro
- Tipo de actividad económica que desarrolla la empresa: industriales, comerciales y de servicios
- Los productos o servicios que elabora o presta
- Tamaño de la empresa: microempresa, pequeña, mediana y grande
- Los procesos que realiza
- Su ubicación geográfica
- Su ubicación en la organización (en el caso de una filial)

ORGANIGRAMA:

Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, en él se muestra:

- Los niveles de jerarquía (Autoridad y responsabilidad)
- Las áreas funcionales de su actividad económica
- Los cargos, funciones y demás actividades que desarrolla la empresa para cumplir con sus propósitos
- Los procesos, productos o servicios

2.10 EJERCICIO DE APRENDIZAJE

Nombre del taller de aprendizaje:	Datos del autor del taller:
Escriba o plantee el caso, problema o pregunta: ¿Qué es una persona Natural? ¿Qué es una persona jurídica? ¿Quiénes son las personas que nos son comerciantes ¿Quiénes son las personas comerciantes?	
Solución del taller: Son personas naturales todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición. Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Las personas que no son comerciantes, es decir, que no realizan actos mercantiles, como el caso de quienes ejercen una Profesión liberal no está obligada a llevar contabilidad, pero si deben conservar los soportes que le den derecho a costos y deducciones.	

Persona Natural Comerciante es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

Nombre del taller de aprendizaje:	Datos del autor del taller:
Escriba o plantee el caso, problema o pregunta: ¿Nombre los tipos de empresas o sociedades con ánimo de lucro que se pueden constituir en Colombia? 2. ¿Quiénes son las personas que nos son comerciantes 3. ¿Quiénes son las personas comerciantes? 4. ¿Qué es una persona jurídica?	
Solución del taller: ❖ Empresa Unipersonal ❖ Empresas Asociativas de Trabajo ❖ Sociedad Colectiva ❖ Sociedad de responsabilidad Limitada ❖ Sociedad en Comandita Simple ❖ Sociedad en Comandita por Acciones ❖ Sociedad Anónima ❖ Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. ❖ Sociedad de Economía Mixta ❖ Sociedad Extranjera	

2.11 TALLER DE ENTRENAMIENTO

Nombre del taller:	Modalidad de trabajo:
Actividad previa: de acuerdo con los diferentes tipos de empresa o sociedades que existen en Colombia, determine qué tipo de empresa o sociedad es la más apropiada para su plan de negocios.	
Describe la actividad: Especifique que ley o norma la rige en Colombia y describa las principales características a tener en cuenta para su constitución.	

3 UNIDAD 2 CREACIÓN DE EMPRESA

Vea el siguiente video

10 pasos para Crear Empresa en Colombia

<https://www.youtube.com/watch?v=95GiTx2NwjA>



3.1 RELACIÓN DE CONCEPTOS

Mapa conceptual



Definición de los conceptos planteados en el mapa conceptual:

Las fuentes de financiación: son todas aquellas entidades, medios y recursos necesarios para dar cumplimiento a los propósitos y objetivos de creación, crecimiento, posicionamiento y consolidación de la empresa.

Empresa: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

Creación de empresa: es la decisión de constituir una empresa de manera formal, es decir dando cumplimiento a las leyes y normas establecidas para su constitución.

Financiamiento. Según la Real Academia Española (R.A.E.)

m. Acción y efecto de financiar

Financiar (R.A.E.)

Del fr. financer.

Conjug. c. anunciar.

1. tr. Aportar el dinero necesario para una empresa.
2. tr. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.

Plan de negocios: Es el documento que sirve de guía al emprendedor para identificar, analizar y evaluar los aspectos claves que permitan tomar decisiones para desarrollar una iniciativa empresarial que se concrete en la creación de una empresa viable, rentable y duradera. Definición propia.

Fuentes internas: son todas aquellas aportaciones en dinero o en especie que hacen los socios para constituir una empresa o para ampliar su capital social, cuando ésta se ha constituido con anterioridad. Son también aquellos recursos financieros que la empresa genera por la explotación de su actividad económica.

Fuentes externas: son todos aquellos recursos monetarios prestados que obtiene la empresa, diferentes de los socios de la empresa y por lo tanto hay que devolverlos.

Persona Jurídica: Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. ARTICULO 633. Del Código Civil Colombiano

Actividad económica: Es el conjunto de acciones y procesos que realizados por una persona natural o jurídica, tienen como finalidad la elaboración de productos, la comercialización y la prestación de servicios para la satisfacción de necesidades, deseos o requerimientos de las personas o de otras instituciones. Definición propia

Sin ánimo de lucro: su propósito brindar beneficios sociales. (Corporaciones, asociaciones, sindicatos, cooperativas).

Con ánimo de lucro: generan utilidades para sus socios. (Colectivas, Unipersonal, En comandita, simples y por acciones, Sociedad por Acciones Simplificada, Anónima, de responsabilidad limitada).

3.2 OBJETIVO GENERAL

Identificar las fuentes de financiamiento para la obtención de recursos y los pasos a seguir para la creación de la empresa.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las fuentes de financiamiento que permitan el desarrollo del plan de negocios.
- Definir los pasos que deben seguirse para la creación de la empresa.

3.4 PRUEBA INICIAL

Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: Fuentes de financiación 	Los créditos bancarios	Correcto: los créditos bancarios son la fuente más utilizada para la financiación.
	Las tarjetas de crédito	Correcto: las tarjetas de crédito permiten hacer compras financiadas.

Pregunta: ¿Qué fuentes de financiación conoce?	Los sobregiros	Correcto: los sobregiros son créditos inmediatos para clientes de entidades bancarias.
	Préstamos de particulares	Correcto: los préstamos de particulares también son fuentes de financiación para los empresarios.
Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: Entidades financieras  Pregunta: ¿Qué entidades financieras le pueden apoyar en la financiación de su plan de negocios?	Las entidades bancarias	Correcto: las entidades bancarias son la fuente más utilizada para la financiación.
	Fondo Emprender	Correcto: el Fondo Emprender facilita capital semilla para iniciativas empresariales.
	Cooperativas de crédito	Correcto: las Cooperativas de crédito son otras de las fuentes utilizadas para la financiación de proyectos.
	Inversionistas privados	Correcto: los Inversionistas privados son fuente alterna para la financiación de proyectos.
Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: Sociedades con ánimo de lucro	Las S.A.S.	Correcto: son Sociedades por Acciones Simplificadas son entidades con ánimo de lucro.

 Pregunta: ¿Qué tipo de sociedades con ánimo de lucro conoce?	Las limitadas	Correcto: las sociedades de responsabilidad limitada son entidades con ánimo de lucro.
	Las anónimas	Correcto: las Sociedades Anónimas son entidades con ánimo de lucro.
	Sociedad en Comandita	Correcto: la Sociedad en Comandita simple y por acciones son sociedades con ánimo de lucro..
Contexto de la pregunta y pregunta	4 Opciones de respuesta	Explicación de la opción de respuesta
Contexto de la Pregunta: Las formas de constituir la empresa o sociedad  Pregunta: ¿Qué requisitos conoce para formalizar una empresa o sociedad?	Constituir la sociedad	Correcto: debemos identificar y constituir la sociedad que desarrollará las actividades de la empresa.
	Obtener el RUT	Correcto: debemos hacer el registro único tributario en la DIAN, para poder realizar las actividades de la empresa.
	Registro en la cámara de comercio	Correcto: debemos posteriormente efectuar el registro ante la cámara de comercio de la ciudad donde desarrollará las actividades de la empresa.
	Los permisos o licencias de funcionamiento	Correcto: debemos obtener los permisos o licencias de funcionamiento correspondientes a las

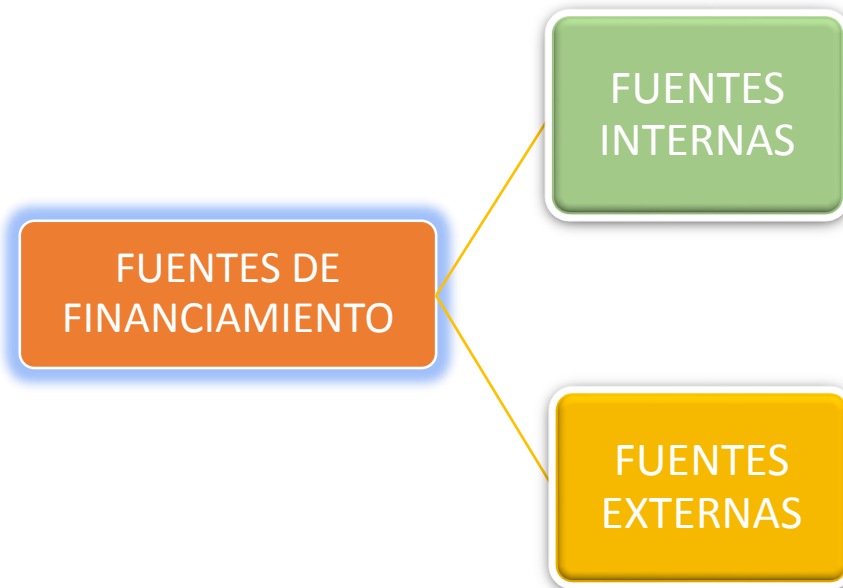
		actividades que desarrollará la empresa.
--	--	--

3.5 Tema 1 Fuentes de financiamiento

Cumplidos los estudios pertinentes de la unidad 1, en el cual se ha identificado, analizado y evaluado de tal manera que el plan de negocio es viable y rentable, el paso siguiente es tomar la decisión de concretar esa oportunidad en la creación de la empresa que ha de desarrollar la actividad económica pertinente al producto o servicio.

Las fuentes de financiación son todas **aquellas entidades, medios y recursos necesarios para dar cumplimiento a los propósitos y objetivos de creación, crecimiento, posicionamiento y consolidación de la empresa.**

La escasez de los recursos financieros para dar cumplimiento a los propósitos organizacionales hace necesario que se recurra a obtener estos recursos a través de otras fuentes del crédito.



FUENTES INTERNAS

Son todas aquellas **aportaciones en dinero o en especie que hacen los socios** para constituir una empresa o para ampliar su capital social, cuando ésta se ha constituido con anterioridad.

También son **aquellos recursos que la empresa genera por la explotación de su actividad económica.**

1. Emisión de acciones.
2. Aportes de capital.
3. Utilidades retenidas: Las utilidades no repartidas a socios.
4. Fondos de depreciación. Cantidad que se cargó contablemente como gasto por el uso de los activos depreciables, sin que se haya desembolsado realmente. Así como la amortización de inversiones.

BONO Son una fuente alterna de financiación externa para la empresa. Representa una hipoteca o derecho sobre los activos reales de la empresa. En caso de liquidación los bonos hipotecarios son pagados antes que cualquier derecho sobre los activos; además los bonos tienen garantizado un rendimiento independiente del éxito de la empresa. Una figura interesante en los bonos son los BOCEAS, Bono Obligatorio Convertible en Acciones, el cual se suscribe como un título valor con propósito crediticio, por medio del cual las sociedades captan recursos en calidad de préstamo, reembolsable a mediano o largo plazo a cambio de una rentabilidad constante.

Leasing:: Es una forma alterna de financiación, mediante la cual el acreedor financia al deudor cuando éste requiere comprar algún bien durable , mediante la figura de compra

FUENTES EXTERNAS	
Créditos de proveedores	La compras realizadas a los proveedores mediante créditos.
Créditos bancarios	Prestamos obtenidos en las entidades bancarias
Créditos de fomento	Son líneas de financiación canalizados por entidades de redescuento destinadas para la promoción de diversos sectores de la economía. Las entidades de redescuento son: FINAGRO, FINDETER, BANCOLDEX, IFI, FONADE
Bonos	Los bonos son instrumentos financieros de deuda utilizados por entidades del gobierno o empresas privadas para financiar sus requerimientos.
Leasing	Sistema de arrendamiento mediante contrato de vehículos, máquinas, equipos u otros, con opción de compra del bien (leasing financiero), sin opción de compra (leasing operativo), por parte del arrendatario.
Cofinanciación	Cuando dos o más personas o entidades financian una actividad conjuntamente.
Cartas de crédito	Es un instrumento de financiación y garantía de pago entre comprador y vendedor mediante un intermediario bancario que garantiza el pago.
Factoring	Es una línea de financiación que convierte las cuentas por cobrar en liquidez inmediata. De esta manera se recibe anticipadamente los

	dineros adeudados por los clientes, mediante una entidad financiera normalmente.
Sobregiro bancario	Es un crédito inmediato que otorga una entidad bancaria a sus clientes especiales a un costo más elevado que el ordinario.
Tarjetas de crédito	Son instrumentos que otorgan un cupo de crédito para facilitar las compras sin tener efectivo disponible.
Ángeles inversionistas	Los ángeles inversionistas y las redes de ángeles inversionistas son personas que ofrecen apalancamiento financiero (recursos) a empresas nuevas o en crecimiento.

En Colombia la ley 1014 de 2006, de Fomento a la cultura del emprendimiento establece:

Artículo 5o. **RED NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO.** La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.
2. Ministerio de Educación Nacional.
3. Ministerio de la Protección Social.
4. La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
5. Departamento Nacional de Planeación.
6. Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.
7. Programa Presidencial Colombia Joven.

8. Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (Ascun), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces.
9. Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.
10. Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco.
11. Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
12. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
13. Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
14. Un representante de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento.
15. Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Artículo 7o. **OBJETO DE LAS REDES PARA EL EMPRENDIMIENTO.** Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

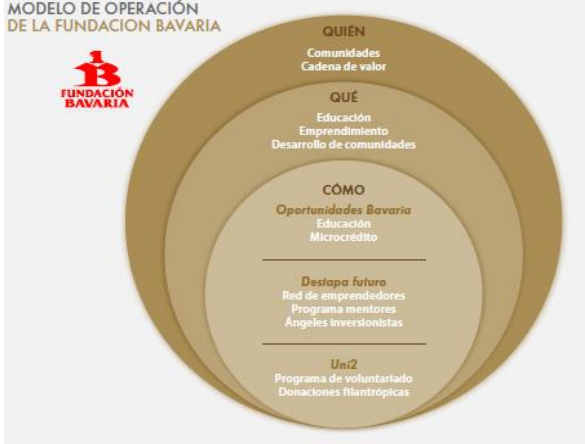
- a) Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento;
- b) Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;
- c) Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley;
- d) Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país;
- e) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales;
- f) Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

Entidades de apoyo al emprendimiento

 	El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo www.mincomercio.gov.co Quien preside la Red Nacional para el Emprendimiento de Colombia
	Bancóldex www.bancoldex.com Los Centros de desarrollo e innovación empresarial Bancoldex ofrecen asesorías para emprendedores y empresarios, alternativas de financiación y actividades de capacitación. Ver videos Desarrollo Empresarial - La Serie https://www.bancoldex.com/Capacitacion-virtual/Desarrollo-Empresarial-La-Serie.aspx
	El Programa de Transformación Productiva, PTP, es un programa de Bancóldex dedicado a transformar a la industria colombiana e impulsar el desarrollo de las empresas de 20 sectores estratégicos de la economía nacional.
	iNNpulsa Colombia, tiene el objetivo de estimular los sectores productivos del país en procesos de alto impacto con énfasis en innovación. Esta nueva unidad estimulará la alianza sector público- sector privado-academia como eje fundamental para desarrollar la innovación en el marco de una estrategia nacional de innovación.

	La Banca de las Oportunidades es un programa de inversión administrado por Bancoldex. Tiene como objetivo promover el acceso a servicios financieros a familias en pobreza, hogares no bancarizados, microempresarios y pequeña empresa.
	Fondo Emprender www.fondoemprender.com Es una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). El Fondo Emprender tiene por objetivo financiar proyectos productivos que articulen los procesos formativos con iniciativas empresariales que contribuyan a la generación de empleo y desarrollo económico para el país. Los recursos se otorgan a las personas que tengan la calidad de beneficiarios según la normatividad del Fondo.
	Las incubadoras de empresas son instituciones que acompañan el proceso de desarrollo de proyectos innovadores, creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de la capacidad emprendedora de los ciudadanos.

	Un programa promovido y financiado por la Alcaldía de Medellín que busca masificar la cultura del emprendimiento, la constitución y desarrollo de nuevas empresas que respondan a las necesidades del mercado y a las dinámicas de las cadenas productiva regionales con mayores potencialidades económicas, valiéndose de la capacidad de innovación de sus emprendedores y emprendedoras.
	RUTA N promueve negocios innovadores que dinamicen la competitividad de la ciudad. Que facilita la evolución económica de la ciudad hacia negocios intensivos en ciencia, tecnología e innovación, de forma incluyente y sostenible. La Corporación Ruta N avanza en la consolidación de Medellín como una ciudad del conocimiento.
	Promueve las políticas públicas para fomentar la CT+I en Colombia. Las actividades alrededor del cumplimiento de su misión implican concertar políticas de fomento a la producción de conocimientos, construir capacidades para CT+I, y propiciar la circulación y usos de los mismos para el desarrollo integral del país y el bienestar de los colombianos.
	El Fondo Nacional de Garantías S.A. es la entidad a través de la cual el Gobierno Nacional busca facilitar el acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el otorgamiento de garantías.

 CAMARA DE COMERCIO® DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA 	Las cámaras de comercio del país promueven el desarrollo de proyectos orientados a fomentar la formalización de empresas, cuentan con programas y guías de apoyo dirigidos a emprendedores y empresarios.
MODELO DE OPERACIÓN DE LA FUNDACION BAVARIA 	Fundación Bavaria http://www.bavaria.co/5-499/fundacion_bavaria_ds/ www.redemprendedoresbavaria.net El principal objetivo de Fundación Bavaria es beneficiar a las comunidades más necesitadas de Colombia a través de programas de inversión social orientados a la generación de empleo y de ingresos, la disminución de pobreza y al progreso y desarrollo sostenible del país.
 PROCOLOMBIA EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS	PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios

Guion para animación de repaso del tema: Escribir el guión de acuerdo al Manual explicativo de producción de recursos que se le entrega junto con estos formatos.

Título de la animación: la obtención de recursos

Objetivo de la animación: identificar las fuentes de financiación

Tipo de animación: INTERACTIVA

Nombre de los objetos de la animación:

- | |
|---------------------------------------|
| 1. La falta de recursos |
| 2. Las fuentes de recursos monetarios |

ESCENA 1

ESCENA 2



Imagen 1

https://www.google.com.co/search?q=tipos+de+sociedades+en+colombia&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=879&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMloZeWkYfoYAIvQtgeCh1aAA1C#tbn=isch&q=personas+y+dinero&imgsrc=BheJHIOhtZtoMM%3A

Imagen 2

https://www.google.com.co/search?q=tipos+de+sociedades+en+colombia&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=879&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMloZeWkYfoYAIvQtgeCh1aAA1C#tbn=isch&q=personas+y+dinero&imgsrc=ZvBfOXpSclwyFM%3A

Guion para animación de autoevaluación del tema: Escribir el guión de acuerdo al Manual explicativo de producción de recursos que se le entrega junto con estos formatos. Recuerde que hay un tipo de animación para repaso del tema y otro diferente para evaluación de autoaprendizaje.

Título de la animación: Cómo iniciar y desarrollar su negocio

Objetivo de la animación: aprovechar oportunidades de negocio

Tipo de animación: INTERACTIVA

Nombre de los objetos de la animación:

1. Iniciativa
2. Actuar y desarrollar

ESCENA 1



ESCENA 2



PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

Las fuentes de financiación son todas aquellas entidades y medios de obtención de recursos necesarios para dar cumplimiento a los propósitos y objetivos de creación, crecimiento, posicionamiento y consolidación de la empresa.

Tener en cuenta:

Las fuentes internas son todas aquellas aportaciones en dinero o en especie que hacen los socios para constituir una empresa o para ampliar su capital social, cuando ésta se ha constituido con anterioridad.

También son aquellos recursos que la empresa genera por la explotación de su actividad económica.

Algunas **fuentes externas** de obtención de recursos son:

Créditos de proveedores. La compras realizadas a los proveedores mediante créditos.

Créditos bancarios. Prestamos obtenidos en las entidades bancarias.

Créditos de fomento. Son líneas de financiación canalizados por entidades de redescuento destinadas para la promoción de diversos sectores de la economía.

Las entidades de redescuento son: FINAGRO, FINDETER, BANCOLDEX, IFI, FONADE

Bonos. Son instrumentos financieros de deuda utilizados por entidades del gobierno o empresas privadas para financiar sus requerimientos.

Leasing. Sistema de arrendamiento mediante contrato de vehículos, máquinas, equipos u otros, con opción de compra del bien (leasing financiero), sin opción de compra (leasing operativo), por parte del arrendatario.

Cofinanciación. Cuando dos o más personas o entidades financian una actividad conjuntamente.

Cartas de crédito. Es un instrumento de financiación y garantía de pago entre comprador y vendedor mediante un intermediario bancario que garantiza el pago.

Factoring. Es una línea de financiación que convierte las cuentas por cobrar en liquidez inmediata. De esta manera se recibe anticipadamente los dineros adeudados por los clientes, mediante una entidad financiera normalmente.

Sobregiro bancario. Es un crédito inmediato que otorga una entidad bancaria a sus clientes especiales a un costo más elevado que el ordinario.

Tener presente que:

Algunas de las entidades donde podemos acudir para obtener recursos y poder crear empresas competitivas, rentables y sostenibles, son:

Los bancos

Las cooperativas de ahorro y crédito

El Fondo Emprender

Algunos fondos de promoción para la creación de empresas

Algunas entidades del estado que promueven el empleo mediante iniciativas empresariales innovadoras y de base tecnológica.

Tema 2 Pasos para crear la empresa

PASOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA

1. Consultas

- **De nombre de razón social.** Esta consulta se puede realizar en el Registro único Empresarial y Social R.U.E.S.

http://www.rues.org.co/RUES_WEB/Consultas

<http://www.camaramedellin.com.co/site/ServiciosEmpresariales/Creacion-de-empresas.aspx>

- **De Marcas y Patentes.** Para evitar conflictos con los nombres y patentes registrados ante la Superintendencia de Industria y Comercio.
<http://www.sic.gov.co/drupal/marcas> <http://www.sic.gov.co/drupal/patentes>
- **De uso de suelos.** Se debe consultar en las oficinas de Planeación municipal o distrital, si el lugar físico donde estará la empresa está permitido.
- **De actividad económica (CIIU).** Podrá identificar el código que corresponde a la actividad económica que va a desarrollar, de acuerdo a los sistemas internacionales. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas (CIIU Versión 4. Adaptada para Colombia DANE).

<http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-codigo-CIIU>

2. Definir el tipo de persona natural, jurídica y establecimiento comercial que se va a constituir.

☐	Empresa Unipersonal	
☐	Empresas Asociativas de Trabajo	
☐	Sociedad Colectiva	
☐	Sociedad Limitada	
☐	Sociedad en Comandita Simple	
☐	Sociedad en Comandita por Acciones	
☐	Sociedad Anónima S.A.	
☐	Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.	
☐	Sociedad de Economía Mixta	
☐	Sociedad Extranjera	
☐	Asociaciones, Corporaciones y Fundaciones.	
☐	Entidades de la economía solidaria	

<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultasTipoEmpresa.aspx>

3. Constitución de la sociedad



Igualmente, se constituye por escritura pública aquellas sociedades en las cuales los socios aportan un bien inmueble como parte del capital social.

4. Registro Único Tributario (R.U.T.) y Número de Identificación Tributaria (NIT)

Se realiza directamente por la persona natural, el representante legal o un apoderado, en las oficinas de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) o en el sitio Web de esa entidad: www.dian.gov.co

http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia_rut/content/Generalidades1.htm#

5. Registro Mercantil

La matrícula mercantil es la inscripción que hacen los comerciantes (persona natural o jurídica) en el Registro Mercantil. La sociedad constituida se debe registrar en la cámara de comercio de la ciudad donde desarrollará sus actividades.

Presentar los siguientes documentos:

- Escritura de constitución.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social.
- Formulario RUT, con su respectivo NIT.
- Los formularios de registros y demás documentos solicitados por la cámara de comercio.

Para la inscripción de personas naturales siga estos pasos:

1_ Ingrese a camaramedellin.com opción CAE.

6. Certificado expedido por las cámaras de comercio

Con este certificado se acredita la existencia de la sociedad y los nombres de los administradores (representantes legales y junta directiva), revisores fiscales, etc.

7. Solicitud de facturación ante la DIAN

Para los responsables del régimen común, quienes solicitarán autorización de numeración y uso de factura electrónica ante la DIAN.

8. Registro de libros v actas

Registrar los libros de contabilidad, las actas y demás documentos en la cámara de comercio donde desarrolla sus actividades la sociedad, respecto de los cuales la ley establezca para esta formalidad.

9. Impuesto de Industria v Comercio.

Todas las personas naturales o jurídicas y sociedades de hecho que hayan iniciado el desarrollo de actividades industriales, comerciales, de servicio y financieras en la jurisdicción del Municipio de Medellín, se encuentran en la obligación de registrarse como contribuyentes responsables del pago del impuesto de industria y Comercio.
<https://www.medellin.gov.co/irj/portal/ciudadanos?NavigationTarget=navurl://be6fb152a4abec6ef62e07e4db24aca0>

10. Permisos v licencias

Solicitar los permisos y licencias pertinentes según la actividad económica que realiza la empresa, ante la entidad correspondiente (uso de suelos, registros sanitarios, licencia ambiental, entre otros.)

11. Afiliar la empresa y sus trabajadores

Afiliar la empresa y sus trabajadores según el caso, a la entidad Promotora de Salud (E.P.S.), al Sistema General de Riesgos Laborales, a un fondo de pensiones y cesantías, a cajas de compensación Familiar, al Instituto de bienestar Familiar (I.C.B.F.), al Servicio Nacional de Aprendizaje (S.E.N.A.).

Ver video: Pasos para crear una empresa por parte de personas naturales y jurídicas

<https://www.youtube.com/watch?v=PmFSuOQYyHs>

Guion para animación de autoevaluación del tema: Escribir el guión de acuerdo al Manual explicativo de producción de recursos que se le entrega junto con estos formatos. Recuerde que hay un tipo de animación para repaso del tema y otro diferente para evaluación de autoaprendizaje.

Título de la animación: elementos para constituir sociedades

Objetivo de la animación: identificar algunas de sociedades

Tipo de animación: INTERACTIVA

Nombre de los objetos de la animación:

1. Las personas y los capitales
2. Obtención de recursos monetarios



Imagen 1

https://www.google.com.co/search?q=tipos+de+sociedades+en+colombia&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=879&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMloZeWkYfoyAIVQtgeCh1aAA1C#tbm=isch&q=personas+y+dinero&imgsrc=5EGCIPnjuDYmAM%3A

Imagen 2

https://www.google.com.co/search?q=recursos+externos&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CDQQsARqFQoTCPj_p4jqxMgCFQOTHgodc74HSQ&dpr=1#imgsrc=IHuVDbMRHRwaeM%3A

Guion para animación de autoevaluación del tema: Escribir el guión de acuerdo al Manual explicativo de producción de recursos que se le entrega junto con estos formatos. Recuerde que hay un tipo de animación para repaso del tema y otro diferente para evaluación de autoaprendizaje.

Título de la animación: tipos de sociedades y empresas

Objetivo de la animación: identificar algunos tipos de sociedades

Tipo de animación: INTERACTIVA

Nombre de los objetos de la animación:

- | |
|---------------------------|
| 3. La empresa Unipersonal |
| 4. La sociedad Limitada |

ESCENA 1

ESCENA 2



Imagen 1

https://www.google.com.co/search?q=tipos+de+sociedades+en+colombia&es_sm=93&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAcQ_AUoAWoVChMIuPLUtK7qyAIVjzweCh3WhQLN&biw=1600&bih=755#tbm=isch&q=empres+a+unipersonal&imgrc=tieVhIXmd4EAxM%3A

Imagen 2

https://www.google.com.co/search?q=tipos+de+sociedades+en+colombia&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&es_pv=2&biw=1280&bih=879&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMloZeWkYfoYAIvQtgeCh1aAA1C#imgrc=VDB0xKiozSNEfM%3A

PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

Para poder constituir una empresa se deben realizar una serie de pasos o trámites en diferentes entidades.

Los pasos a realizar son:

1. Consultas
2. Definir el tipo de persona natural, jurídica y establecimiento comercial que se va a constituir.
3. Constitución de la sociedad
4. Registro Único Tributario (R.U.T.) y Número de Identificación Tributaria (N.I.T.)
5. Registro Mercantil
6. Certificado expedido por las cámaras de comercio
7. Solicitud de facturación ante la DIAN
8. Registro de libros y actas
9. Impuesto de Industria y Comercio.
10. Permisos y licencias
11. Afiliar la empresa y sus trabajadores

Tener en cuenta:

Antes de constituir una sociedad se debe consultar:

El nombre de la razón social.

Sobre el registro de Marcas y Patentes.

Sobre la autorización de uso de suelos.

De la actividad económica que se va a desarrollar, clasificada en la (CIIU).

Que para tener derechos y beneficios legales se debe formalizar la creación de la empresa.

Que las empresas se pueden constituir como entidades o sociedades con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro.

Que los planes de negocio son proyectos productivos cuyo su propósito es la generación de riqueza, desarrollo social y económico para el país cuando se materializan en la creación de la empresa.

3.6 EJERCICIO DE APRENDIZAJE

Nombre del taller de aprendizaje:	Datos del autor del taller:
Escriba o plantee el caso, problema o pregunta: ¿Cómo puede obtener los recursos monetarios de fuentes externas?	
Solución del taller:	

Créditos de proveedores. La compras realizadas a los proveedores mediante créditos.

Créditos bancarios. Prestamos obtenidos en las entidades bancarias.

Créditos de fomento. Son líneas de financiación canalizados por entidades de redescuento destinadas para la promoción de diversos sectores de la economía.

Las entidades de redescuento son: FINAGRO, FINDETER, BANCOLEX, IFI, FONADE

Bonos. Son instrumentos financieros de deuda utilizados por entidades del gobierno o empresas privadas para financiar sus requerimientos.

Leasing. Sistema de arrendamiento mediante contrato de vehículos, máquinas, equipos u otros, con opción de compra del bien (leasing financiero), sin opción de compra (leasing operativo), por parte del arrendatario.

Cofinanciación. Cuando dos o más personas o entidades financian una actividad conjuntamente.

Cartas de crédito. Es un instrumento de financiación y garantía de pago entre comprador y vendedor mediante un intermediario bancario que garantiza el pago.

Factoring. Es una línea de financiación que convierte las cuentas por cobrar en liquidez inmediata. De esta manera se recibe anticipadamente los dineros adeudados por los clientes, mediante una entidad financiera normalmente.

Sobregiro bancario. Es un crédito inmediato que otorga una entidad bancaria a sus clientes especiales a un costo más elevado que el ordinario.

Nombre del taller de aprendizaje:	Datos del autor del taller:
Escriba o plantee el caso, problema o pregunta: Para constituir sociedades se pueden conformar con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro. ¿Identifique las empresas y sociedades que se pueden constituir con ánimo de lucro?	
Solución del taller: ❖ Empresa Unipersonal ❖ Empresas Asociativas de Trabajo ❖ Sociedad Colectiva	

- ❖ Sociedad Limitada
- ❖ Sociedad en Comandita Simple
- ❖ Sociedad en Comandita por Acciones
- ❖ Sociedad Anónima S.A.
- ❖ Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.
- ❖ Sociedad de Economía Mixta
- ❖ Sociedad Extranjera

3.7 TALLER DE ENTRENAMIENTO

Nombre del taller:	Modalidad de trabajo:
Actividad previa: Analice los diferentes modelos de negocio.	
Describa la actividad: identifique el modelo de negocio más pertinente y adecuado para su producto.	

PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

Estudio del mercado: es un estudio detallado de los productos, bienes o servicios, del comportamiento de la demanda, del perfil de los consumidores, de la competencia, de los proveedores, de los distribuidores, de los precios del mercado, entre otros, que servirá de análisis y evaluación para la toma de decisión en la continuación de la formulación del plan de negocios.

Estudio económico: es el ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económico. (Baca, 2013).

Estudio legal y organizacional: es el estudio que permite identificar, analizar y definir el tipo de sociedad o empresa y la estructura organizacional más adecuada para el desarrollo del negocio.

Estudio técnico: investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2013).

Evaluación financiera: la evaluación financiera es el instrumento que provee información para analizar y medir la rentabilidad del plan de negocios y tomar decisiones pertinentes de inversión.

Mercado: es el espacio físico o virtual donde concurren oferentes y demandantes y se ponen de acuerdo en un precio para adquirir bienes y servicios.

Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013).

Demanda: cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2013).

Plan de negocios: Es el documento que sirve de guía al emprendedor para identificar, analizar y evaluar los aspectos claves que permitan tomar decisiones para desarrollar una iniciativa empresarial que se concrete en la creación de una empresa viable, rentable y duradera. Definición propia.

Empresa: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

Las fuentes de financiación son todas aquellas entidades y medios de obtención de recursos necesarios para dar cumplimiento a los propósitos y objetivos de creación, crecimiento, posicionamiento y consolidación de la empresa.

Tener en cuenta:

Las fuentes internas son todas aquellas aportaciones en dinero o en especie que hacen los socios para constituir una empresa o para ampliar su capital social, cuando ésta se ha constituido con anterioridad.

También son aquellos recursos que la empresa genera por la explotación de su actividad económica.

Algunas **fuentes externas** de obtención de recursos son:

Créditos de proveedores. La compras realizadas a los proveedores mediante créditos.

Créditos bancarios. Prestamos obtenidos en las entidades bancarias.

Créditos de fomento. Son líneas de financiación canalizados por entidades de redescuento destinadas para la promoción de diversos sectores de la economía.

Las entidades de redescuento son: FINAGRO, FINDETER, BANCOLEX, IFI, FONADE

Bonos. Son instrumentos financieros de deuda utilizados por entidades del gobierno o empresas privadas para financiar sus requerimientos.

Leasing. Sistema de arrendamiento mediante contrato de vehículos, máquinas, equipos u otros, con opción de compra del bien (leasing financiero), sin opción de compra (leasing operativo), por parte del arrendatario.

Cofinanciación. Cuando dos o más personas o entidades financian una actividad conjuntamente.

Cartas de crédito. Es un instrumento de financiación y garantía de pago entre comprador y vendedor mediante un intermediario bancario que garantiza el pago.

Factoring. Es una línea de financiación que convierte las cuentas por cobrar en liquidez inmediata. De esta manera se recibe anticipadamente los dineros adeudados por los clientes, mediante una entidad financiera normalmente.

Sobregiro bancario. Es un crédito inmediato que otorga una entidad bancaria a sus clientes especiales a un costo más elevado que el ordinario.

Tener presente que:

Algunas de las entidades donde podemos acudir para obtener recursos y poder crear empresas competitivas, rentables y sostenibles, son:

Los bancos

Las cooperativas de ahorro y crédito

El Fondo Emprender

Algunos fondos de promoción para la creación de empresas

Algunas entidades del estado que promueven el empleo mediante iniciativas empresariales innovadoras y de base tecnológica.

PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

Para poder constituir una empresa se deben realizar una serie de pasos o trámites en diferentes entidades.

Los pasos a realizar son:

1. Consultas
2. Definir el tipo de persona natural, jurídica y establecimiento comercial que se va a constituir.
3. Constitución de la sociedad
4. Registro Único Tributario (R.U.T.) y Número de Identificación Tributaria (N.I.T.)
5. Registro Mercantil
6. Certificado expedido por las cámaras de comercio
7. Solicitud de facturación ante la DIAN
8. Registro de libros y actas
9. Impuesto de Industria y Comercio.
10. Permisos y licencias
11. Afiliar la empresa y sus trabajadores

Tener en cuenta:

Antes de constituir una sociedad se debe consultar:

El nombre de la razón social.

Sobre el registro de Marcas y Patentes.

Sobre la autorización de uso de suelos.

De la actividad económica que se va a desarrollar, clasificada en la (CIIU).

Que para tener derechos y beneficios legales se debe formalizar la creación de la empresa.

Que las empresas se pueden constituir como entidades o sociedades con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro.

Que los planes de negocio son proyectos productivos cuyo su propósito es la generación de riqueza, desarrollo social y económico para el país cuando se materializan en la creación de la empresa.

3.8 GLOSARIO

Actividad económica: es el conjunto de acciones productivas que realizada por una persona natural o jurídica, con la finalidad de transformar unos elementos en productos, la comercialización y la prestación de servicios, realizados en una organización o empresa. Definición propia

Activo: Representa los bienes y derechos que posee una empresa, tales como dinero, edificios, maquinaria, cuentas por cobrar, inversiones en papeles de mercado, valorizaciones, inventarios, etc. Miranda, J. (2005). Glosario.

Activo Corriente: activos susceptibles de convertirse en dinero en un plazo corto, tales como las cuentas por cobrar o los inventarios. Miranda, J. (2005). Glosario.

Activo Fijo: Inversión permanente necesaria para garantizar la operación de la empresa. Miranda, J. (2005). Glosario.

Administración. (R.A.E.)

(Del lat. administratĭo, -ōnis).

1. f. Acción y efecto de administrar.
2. f. Empleo de administrador.
3. f. Casa u oficina donde el administrador y sus dependientes ejercen su empleo.
4. f. En los Estados Unidos de América y otros países, equipo de gobierno que actúa bajo un presidente.

Administración: es la ciencia, técnica y arte aplicada mediante el proceso administrativo (planear, organizar, dirigir y controlar), para lograr los objetivos o resultados, a través de la utilización óptima de los recursos disponibles y la toma de decisiones, en una organización. Definición propia.

Amortización: reducciones graduales de la deuda mediante pagos periódicos. Recuperación de los fondos invertidos en un activo de la empresa. Miranda, J. (2005). Glosario.

Ambiente organizacional es la compleja red de fuerzas cambiantes que afectan la manera en que ésta opera. El ambiente es una contingencia importante para la cual una organización debe planear y a la que debe adaptarse. Además, es una fuente de incertidumbre que debe intentar controlar. (Jones, 2008).

Bienes sustitutos: Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar a la del bien del proyecto y, por tanto, el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar de consumir el bien del proyecto, si éste subiera de precio. Sapag, N., & Sapag, R., (2008, p. 49).

Bienes complementarios: Son aquellos que se consumen de manera conjunta y, por tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida del otro, y viceversa. Sapag, N., & Sapag, R., (2008, p. 51).

Bienes independientes: Son aquellos que no tienen ninguna relación entre sí, de modo que un cambio en el precio de un bien independiente no afectará la demanda del otro bien. Sapag, N., & Sapag, R., (2008, p. 50).

Capacidad Instalada: Es la capacidad disponible permanentemente en una empresa para la producción de un bien o prestación de un servicio bajo condiciones normales. En época de recesión o para controlar la oferta y no permitir el declive de los precios se suele trabajar por debajo de la capacidad instalada. Miranda, J. (2005). Glosario.

Capacidad Utilizada: es el porcentaje de la capacidad instalada que efectivamente se emplea. Miranda, J. (2005). Glosario.

Capital De Trabajo: la inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante su ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia en el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación, y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el producto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos. Miranda, J. (2005). Glosario.

Costo de Oportunidad: Es el valor de los insumos de un proyecto cuando estos se aplican a su uso más valioso. Miranda, J. (2005). Glosario.

Cambio: es la transición o paso de una situación o estado, a otra situación o estado con diferentes condiciones a las anteriores. Las organizaciones actúan en una dinámica de cambios y tendencias permanentemente. Definición propia

Cambio organizacional es el proceso por medio del cual las organizaciones rediseñan sus estructuras y culturas para pasar de su estado actual a un futuro estado deseado para aumentar su efectividad. Jones (2008).

Clima organizacional es el ambiente que se vive y se siente entre los individuos de la organización y está relacionado con la motivación y los niveles de satisfacción o insatisfacción de las personas y afecta o determina su desempeño laboral. Definición propia

Cultura organizacional es el conjunto de principios, valores, creencias, costumbres y hábitos establecidos en la organización, que determinan el comportamiento y actuar de las personas de manera personal o grupal en una organización. Definición propia

Cultura organizacional es el conjunto de valores y normas compartidos que controla las interacciones entre los integrantes de la organización y con los proveedores, clientes y otras personas externas a la misma. Según Jones (2008)

Comportamiento organizacional (con frecuencia se abrevia como CO) es un campo de estudio que investiga el efecto que los individuos, grupos y estructura tienen sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar dicho conocimiento para mejorar la efectividad de las organizaciones. (Robbins, S. Judge, T. 2009.)

Depreciación: es aquella parte del capital fijo desgastado en el proceso de producción, que sería necesario reponer para mantener constante la capacidad productiva. En términos contables es un registro anual que denuncia el menor valor de los activos fijos (excepto los terrenos) debido a su uso, este registro contable no supone salida de dinero efectivo de la empresa.

Diseño organizacional es el proceso por medio del cual los gerentes seleccionan y administran los aspectos de estructura y cultura para que una organización pueda controlar las actividades necesarias con las que logra sus metas. (Jones, 2008).

Diseño organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones. Se pueden representar las conexiones entre varias divisiones o departamentos de una organización o un organigrama.

Empresa: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

Entorno. Según la Real Academia española

(De en- y torno).

1. m. Ambiente, lo que rodea.
2. m. Inform. Conjunto de condiciones extrínsecas que necesita un sistema informático para funcionar, como el tipo de programación, de proceso, las características de las máquinas que lo componen, etc.
3. m. Mat. Conjunto de puntos vecinos a otro.
4. m. Ar. Pliegue que se hace a la ropa en el borde.
5. m. ant. contorno.

Entorno externo empresarial: es el conjunto de condiciones o variables que se presentan fuera de las instalaciones de una empresa, que no las podemos controlar directamente y que afectan o pueden afectar el normal desarrollo de sus actividades. (El gobierno, la economía, los mercados nacionales e internacionales, la cultura, la demografía, lo social, el clima, el ambiente, la seguridad, la tecnología, la geografía, etc.). Entorno al cual la empresa tiene adaptarse y cambiar acorde con las condiciones y tendencias de sus variables. Definición propia.

Entorno interno empresarial: es el conjunto de condiciones o variables que se presentan dentro de las instalaciones de una empresa, que sí las podemos controlar directamente y que afectan o pueden afectar el normal desarrollo de sus actividades. (La estructura organizacional, las personas, Los procesos, procedimientos, normas, reglamentos, las instalaciones, las máquinas, los materiales, los productos, los servicios, etc.). Definición propia.

Establecimiento de Comercio: Se entiende por establecimiento de comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales. Código de Comercio.

Estrategia es la manera como la organización pretende alcanzar los objetivos, teniendo en cuenta los recursos disponibles, su entorno interno, los cambios y el comportamiento del entorno externo. Definición propia

Estructura organizacional es el sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla cómo las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización. (Jones 2008).

Estructura es el conjunto formal de dos o más elementos y que permanece inalterado sea en el cambio, sea la diversidad de contenidos, es decir, la estructura se mantiene incluso con alteración de unos de sus elementos o relaciones. (Chiavenato, 2007).

Estructura organizacional es el soporte o fundamento legal y normativo que le permite a la organización desarrollar su actividad económica de manera normal, para lograr los fines o propósitos de la organización. Definición propia.

Ético, ca. (R.A.E.)

(Del lat. *ethicus*, y este del gr. *ἠθικός*).

1. adj. Perteneciente o relativo a la ética.
2. adj. Recto, conforme a la moral.
3. m. desus. Persona que estudia o enseña moral.

- 4. f. Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre.
- 5. f. Conjunto de normas morales que rigen la conducta humana. Ética profesional

Evaluación: dentro del ciclo del proyecto, la etapa de "evaluación" consiste en determinar mediante la aplicación de técnicas cuantitativas y/o cualitativas la conveniencia o no, de asignar unos recursos hacia un uso determinado. Se trata en general de un proceso encaminado sistemática y objetivamente, a determinar la pertinencia, eficacia, eficiencia e impacto de un cúmulo de actividades en busca de ciertos objetivos. Miranda, J. (2005). Glosario.

Evaluación Costo-Beneficio: este criterio permite determinar y comparar la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficios actualizados, que se desprenden de su ejecución y operación. Los costos entonces corresponden al valor de los recursos utilizados, en tanto que los beneficios son los bienes o servicios producidos por el proyecto. Miranda, J. (2005). Glosario.

Factores internos: variables que afectan el desarrollo de las actividades dentro de la organización. Son variables controlables.

Factores externos: variables que afectan el desarrollo de las actividades de la organización. Son variables no controlables.

Fin. Según la Real Academia española

(Del lat. finis).

- 1. amb. Término, remate o consumación de algo. U. m. en m.
- 2. m. Límite, confín.
- 3. m. Objeto o motivo con que se ejecuta algo.

Mercado: es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Mercado: es el lugar físico o virtual donde concurren oferentes (vendedores o fabricantes) y demandantes (compradores o consumidores), donde se ponen de acuerdo en un precio para intercambiar bienes o servicios.

Mercado: en otras épocas se consideraba el mercado como el sitio donde se encontraban compradores y vendedores.

El concepto de mercado se ha ampliado notablemente debido al avance en las comunicaciones y los nuevos productos financieros, y corresponde a la relación establecida por las fuerzas de demanda y oferta. Se puede decir que el mercado no tiene fronteras ni delimitaciones físicas o de lugar, pues lo conforman el conjunto de circunstancias, medios y elementos que acercan la oferta de la demanda. Miranda, J. (2005). Glosario.

Modelo: es la estructura organizacional por la cual la empresa define la forma como se desarrollarán las directrices, los procesos, las estrategias de valor, los productos, servicios y actividades, que le permitirán la generación de ingresos, resultados y beneficios.

Organización. Según la Real Academia española

1. f. Acción y efecto de organizar u organizarse.
2. f. Disposición de los órganos de la vida, o manera de estar organizado el cuerpo animal o vegetal.
3. f. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.
4. f. Disposición, arreglo, orden.

Organización: como un grupo de personas que trabajan en conjunto para crear valor agregado. En organizaciones lucrativas dicho valor agregado se traduce en utilidades; en organizaciones no lucrativas, como las caritativas, puede ser la satisfacción de necesidades.

(Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M., 2012).

Organización: es toda empresa o persona jurídica conformada por una o más personas que realizan unas actividades económicas /o sociales para lograr unos fines o propósitos. Definición propia.

Organizar: Es la distribución ordenada de los recursos, funciones, actividades y responsabilidades que se desarrollan en la organización para cumplir con los propósitos o fines preestablecidos. Definición propia.

Plan de negocios: es el documento guía que sirve para identificar, analizar y evaluar los aspectos claves que permitan tomar decisiones para presentar una iniciativa en el proceso de creación de una empresa viable, rentable y duradera. Definición propia

Plan de negocios: es la herramienta utilizada y que no tienen otro objetivo que convencer a potenciales inversionistas de la oportunidad ya identificada y de las posibilidades de una nueva empresa. Un plan de negocios es un documento muy simple de unas 30 o 40 páginas que cumple varias funciones. En primer lugar identifica una oportunidad de negocio y segundo, demuestra que la nueva organización y los creadores de la misma, pueden desarrollar toda una estrategia empresarial para apropiarse de esta oportunidad ya identificada. Miranda, J. (2005). Glosario.

Precio: es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Punto de Equilibrio: nivel en el cual las ventas generan ingresos suficientes para cubrir los costos. Miranda, J. (2005). Glosario.

Razón Social: es el nombre con el que se constituye una empresa y que aparece como tal en el documento público o privado de constitución o en los documentos posteriores que la reforman. En éste caso, vemos por ejemplo, cuando una sociedad se constituye como “Ramos y hermanos S. en C.S.”, “Frutas S.A.”, “Manzanas Rojas S.A.S.”, “Rodríguez Ltda.”. <http://actualicese.com/actualidad/2010/09/23/razon-social-y-establecimiento-comercial-pueden-ser-iguales-pero-tienen-distinta-naturaleza/>

Rentabilidad: es la relación entre la utilidad proporcionada por un título y el capital invertido para su obtención.

Es el beneficio económico o cuantificado en dinero obtenido por el tenedor de una acción. Incluye tanto el dividendo aprobado por la empresa como la valoración obtenida en el mercado. Miranda, J. (2005). Glosario.

Riesgo: es el grado de variabilidad o contingencia de una inversión. Mayor rentabilidad mayor riesgo. Existen varias clases de riesgos: de mercado, de solvencia, jurídicos, de liquidez, de tasa de cambio, de tasa de interés, etc. Miranda, J. (2005). Glosario.

Sostenibilidad: es la capacidad de individuos, instituciones, organizaciones y proyectos, de mantener en el tiempo acciones de desarrollo, que generan crecimiento y bienestar, induciendo al mismo tiempo la producción de recursos propios que permitan la permanencia de las acciones durante el tiempo que sea necesario. Miranda, J. (2005). Glosario.

Sistema, según (Chiavenato 2011):

- a) conjunto de elementos (partes o áreas componentes del sistema):
- b) relacionados dinámicamente, es decir, en interacción (para formar una red de comunicación cuyos elementos son interdependientes);
- c) que realizan una actividad (operación o proceso del sistema);
- d) para alcanzar un objetivo o propósito (finalidad del sistema);
- e) que operan sobre datos, energía o materia (que constituyen los insumos o entradas de recursos necesarios para que opere el sistema);
- f) tomados del ambiente que circunda al sistema (y con el cual el sistema interactúa dinámicamente);
- g) para producir información, energía o materia (que constituyen las salidas o resultados de la actividad del sistema).

Sistema: es un conjunto de elementos, componentes o partes que interactúan de manera coordinada para cumplir unos fines o propósitos. Definición propia.

Valor. (R.A.E.)

(Del lat. valor, -ōris).

1. m. Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite.
2. m. Cualidad de las cosas, en virtud de la cual se da por poseerlas cierta suma de dinero o equivalente.
3. m. Alcance de la significación o importancia de una cosa, acción, palabra o frase.

4. m. Cualidad del ánimo, que mueve a acometer resueltamente grandes empresas y a arrostrar los peligros. U. t. en sent. peyor., denotando osadía, y hasta desvergüenza. ¿Cómo tienes valor para eso? Tuvo valor de negarlo.
5. m. Subsistencia y firmeza de algún acto.
6. m. Fuerza, actividad, eficacia o virtud de las cosas para producir sus efectos.
7. m. Rédito, fruto o producto de una hacienda, estado o empleo.
8. m. Equivalencia de una cosa a otra, especialmente hablando de las monedas.
9. m. Persona que posee o a la que se le atribuyen cualidades positivas para desarrollar una determinada actividad. Es un joven valor de la guitarra.
10. m. Fil. Cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables. Los valores tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos, y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores.
11. m. Mús. Duración del sonido que corresponde a cada nota, según la figura con que esta se representa.
12. m. Pint. En una pintura o un dibujo, grado de claridad, media tinta o sombra que tiene cada tono o cada pormenor en relación con los demás.
13. m. pl. Títulos representativos o anotaciones en cuenta de participación en sociedades, de cantidades prestadas, de mercaderías, de depósitos y de fondos monetarios, futuros, opciones, etc., que son objeto de operaciones mercantiles. Los valores están en alza, en baja, en calma.

Valor presente neto: Es el valor presente de los ingresos menos el valor presente de los egresos, calculado a una tasa de Oportunidad seleccionada. Miranda, J. (2005). Glosario.

BIBLIOGRAFÍA

Este capítulo recomienda al estudiante las fuentes de consulta bibliográficas y digitales para ampliar su conocimiento, por lo tanto deben estar en la biblioteca digital de la Remington. Utilice la biblioteca digital <http://biblioteca.remington.edu.co/es/> para la consulta de bibliografía a la cual puede acceder el estudiante.

Baca, G. (2013). Evaluación de Proyectos. Bogotá D.C.: McGraw-Hill.

Garzozzi, R., Messina M., Moncada, C., Ochoa, J., Ilabel, G., y Zambrano, R. (2014). Planes de Negocios para Emprendedores. 1a ed. - Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn).

Gutiérrez, J. I. A. (2005). Investigación de Mercados. España: International Thomson Editores, SA.

MURCIA, J. D. (2009). PROYECTOS: Formulación y criterios de evaluación.

Bogotá: Alfaomega.

Olmos, J., & Arrayales, J. O. (2007). Tu potencial emprendedor. México: Pearson Educación.

PMI, M. (2009). Guía de los Fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK). Project Management Inst.

Sapag, N., & Sapag, R., (2008). Preparación y evaluación de proyectos (Quinta Edición ed.). Bogotá D.C.: Mc Graw Hill.

Miranda, J. (2005). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental. Quinta edición. Bogotá: MMEditores.

http://www.antioquia.gov.co/antioquia-v1/organismos/planeacion/banco_proyectos/libro_gestion_proy.html

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.

Código de Comercio

Hernández, I. (2008). Empresa, innovación y desarrollo. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas.

Garzozzi, R., Messina M., Moncada, C., Ochoa, J., Ilabell, G., y Zambrano, R. (2014). Planes de Negocios para Emprendedores. 1a ed. - Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn).

Olmos, J., & Arrayales, J. O. (2007). Tu potencial emprendedor. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing, Decimocuarta edición. México: Pearson educación.

Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M. (2012). Administración una perspectiva global y empresarial. Décimo cuarta Edición. México: McGraw-Hill.

Pimentel, E., (2008). Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión. Aspectos Teóricos y Prácticos

Fuentes digitales o electrónicas

<http://www.crearempresa.com.co/consultas/consultastipoempresa.aspx>

Garzozzi, R., Messina M., Moncada, C., Ochoa, J., Ilabel, G., y Zambrano, R. (2014). Planes de Negocios para Emprendedores. 1a ed. - Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn). Recuperado de

http://www.proyectolatin.org/books/Plan_de_Negocios_para_Emprendedores_CC_BY-SA_3.0.pdf

Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión Formulación y evaluación.

Segunda edición. Chile: Pearson Educación.

https://www.academia.edu/5276345/Proyectos_de_Inversi%C3%B3n_-_Nassir_Sapag_Cha%C3%ADn_-_2_Edici%C3%B3n

Stumpo, G., & Ferraro, C. A. (2010). Políticas de apoyo a las PYME en América Latina entre avances innovadores y desafíos institucionales. CEPAL. Recuperado de <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2013/13139.pdf>

www.bdigital.unal.edu.co/1901/1/71366476.20101.pdf

Contreras, J. Administración, 2006. Recuperado el 21 de enero de 2015, del sitio Web de <http://www.joseacontreras.net/admon/>

KOTLER, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing, Decimocuarta edición. Pearson educación. México.

http://www.radiozonamistica.com/temporal/Marketing_Kotler-Armstrong.pdf

75 maneras de generar conocimiento en Colombia, recuperado de:

http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-138367_pdf.pdf

www.fondoemprender.com

Video la empresa y su entorno

<https://www.youtube.com/watch?v=0dQe4OJk2A>

Miguel Ángel Cornejo - LA EMPRESA DEL NUEVO MILENIO - Superación Personal

<https://www.youtube.com/watch?v=Ey1ZYyCAyKA>

La empresa

https://www.youtube.com/watch?v=cApHKM_BfGE

¿Qué tan fácil es montar empresa en Colombia? Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=aiO50uycmFM>

Consejos para crear empresas tecnológicas. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=Bk3rKev06y0>

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

XX
XXXXXXX