



La equidad
es de todos

Prosperidad
Social

CARTILLA

EMPRENDEDORES

**APOYO A PROYECTOS PRODUCTIVOS PARA LOS DIRIGENTES,
MIEMBROS Y SOBREVIVIENTES DE LA UNIÓN PATRIÓTICA Y DEL
PARTIDO COMUNISTA COLOMBIANO**

**DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO PARA LA
PROSPERIDAD SOCIAL**

Susana Correa Borrero
Directora General Prosperidad Social

Pierre Eugenio Garcia Jacquier
Subdirecto de Programas y Proyectos

Brasilia Romero Sinisterra
Directora de Inclusión Productiva

Blanca Lilia Huertas Laverde
Coordinadora del Grupo Interno de Trabajo de Emprendimiento

**CORPORACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y DEFENSA
DE LOS DERECHOS HUMANOS
REINICIAR**

Jahel Quiroga Carrillo
Directora Ejecutiva



Corporación para la Defensa y
Promoción de los Derechos Humanos

CONTENIDO

ENCUENTRO 1

- ▶ GENERANDO COMPROMISOS _____ 3
- ▶ RECONOCIÉNDONOS COMO PERSONAS Y COMO GRUPOS ASOCIATIVOS _____ 9
- ▶ METAS EMPRESARIALES Y PLAN DE VIDA _____ 15
- ▶ PROCESO OPERATIVO _____ 20

ENCUENTRO 2

- ▶ IMPORTANCIA DE LA BUENA COMUNICACIÓN _____ 27
- ▶ MERCADEO 1 _____ 32
- ▶ ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO _____ 42
- ▶ FINANZAS 1 _____ 49

ENCUENTRO 3

- ▶ RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS _____ 60
- ▶ MERCADEO 2 _____ 65
- ▶ FINANZAS 2 _____ 77
- ▶ PLANES DE MEJORAMIENTO Y EXPOSICIONES
PLANES DE NEGOCIO _____ 87

Notas

Reflexiones del primer encuentro.

ENCUENTRO 1

GENERANDO COMPROMISOS

OBJETIVOS

- Generar compromiso entre los participantes del encuentro para desarrollar habilidades en la creación de un plan de negocios productivo que promueva el mejoramiento de su calidad de vida.
- Conseguir que los participantes generen compromisos reales para ellos y su entorno social inmediato.
- Identificar las relaciones psicosociales entre los participantes y la sociedad, modificando condiciones de manera positiva para lograr bienestar común.
- Crear planes a corto, mediano y largo plazo para una idea de negocio que los lleve a alcanzar sus metas personales.
- Conocer el proceso de producción del negocio para poder establecer la rentabilidad deseada.

GENERANDO COMPROMISOS

DURACIÓN	2 HORAS
DEFINICIÓN	Diligenciamiento del acta de compromiso por parte de los participantes y el gestor.
OBJETIVO	Establecer los compromisos de los participantes en el marco del proceso de apoyo a proyectos productivos.

Como sujetos de deberes y derechos, somos responsables de asumir las consecuencias de nuestras acciones y decisiones en un constante ejercicio de compromiso y crecimiento personal. Al ser parte de una sociedad, adquirimos responsabilidades dadas por las normas establecidas en comunidad, aun cuando no estemos de acuerdo con ellas, sin embargo, aceptarlas hace parte de la dinámica democrática y pueden intervenir los mecanismos de resolución de conflictos para considerar tanto las expectativas sociales como los intereses propios de cada persona.

Por su parte, la corresponsabilidad, entendida como aquella responsabilidad compartida con otras personas o instituciones, busca precisamente converger en un mismo fin en pro de un beneficio común. Por tanto, es fundamental que las partes involucradas comprendan, acuerden y acepten las directrices del compromiso, entre otros aspectos para evitar el escalonamiento de conflictos que puedan afectar negativamente el propósito colectivo.

En este sentido, el proceso que nos ocupa, al ser un modelo de formación y gestión del emprendimiento apoyado por recursos de capitalización públicos, debe fundamentarse en el ejercicio de responsabilidad y corresponsabilidad para su feliz término. Luego es importante reiterar que todos los actores involucrados participen activamente; respetando las reglas construidas colectivamente, generando prácticas de asociatividad, estableciendo una comunicación asertiva, contando por supuesto con los mecanismos de control y seguimiento de los recursos.

¿Qué es el compromiso?

Es lo que transforma una promesa en realidad, es la palabra que habla con valentía de nuestras intenciones, es la acción que habla más alto que las palabras, es hacerse al tiempo cuando no lo hay, es cumplir con lo prometido cuando las circunstancias se ponen adversas, es el material con el que se forja el carácter para poder cambiar las cosas, es el triunfo diario de la integridad sobre el escepticismo (Shearson Lehman).



Debe explicar de manera clara cómo el compromiso apoya la actividad a realizar dentro de la creación del proyecto productivo.

El compromiso surge cuando las personas

- Apoyan mutuamente sus liderazgos.
- Van más allá de sus intereses personales.
- Comparten el trabajo sin diluir sus responsabilidades.
- Se sienten a gusto y satisfechas con lo que hacen.
- Toman decisiones y resuelven problemas en conjunto.
- Se divierten y juegan juntos.
- Superan los obstáculos.
- Se tienen gran estima.
- Se aprecian y respetan mutuamente.
- Se desafían el uno al otro para dar el próximo paso.
- Construyen relaciones.
- Aprenden de los errores y las adversidades sin evadir responsabilidades.

DURACIÓN	2 HORAS
DEFINICIÓN	
OBJETIVO	

ACTIVIDAD INICIAL: SABERES PREVIOS

Cuáles son sus compromisos con:

¿sus metas personales?

¿su familia?

¿su grupo asociativo?

¿sus compañeros, miembros, dirigentes y sobrevivientes de la UP PCC?

¿la comunidad en la que vive? (vereda, pueblo, barrio, ciudad).

¿su país?

Un compromiso colectivo

Para poder comprometernos responsablemente con el proyecto, hagamos el siguiente ejercicio de reflexión.

Respondan en grupo las siguientes preguntas y socialicen sus respuestas en plenaria:



1. ¿Por qué está comprometido con su proyecto?
2. ¿Qué es lo más importante para usted?
3. ¿Las metas del grupo son parte importante de su plan de vida?
4. ¿Su visión de lo que es posible, está acorde con los objetivos del proyecto?
5. ¿Las personas con quienes trabaja están comprometidas con este propósito?
6. ¿La cantidad de tiempo que ha invertido el grupo es la que se necesita para sacar adelante el proyecto?
7. ¿Cuál es su rol en el grupo u organización? Haga un cuadro con las tareas de liderazgo que se propone asumir.
8. ¿Lo que ha aprendido en este grupo es importante para su vida?
9. ¿La satisfacción que obtiene haciendo un trabajo significativo es reconocida por todos?

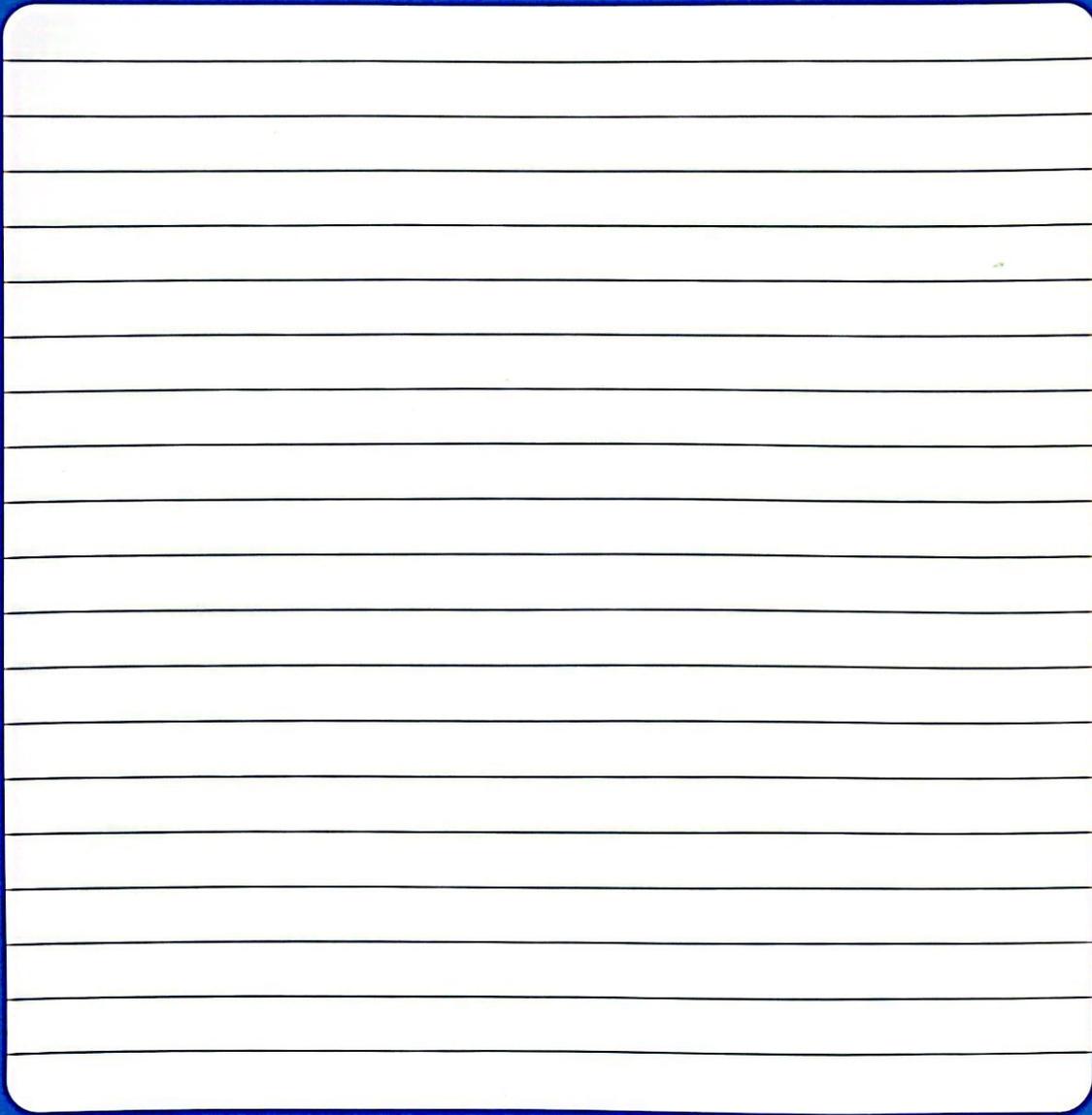
ACTIVIDAD FINAL

Haga un dibujo que represente lo que está haciendo o va a hacer en el proyecto. Muéstrselo a otras personas.

En la primera visita, el gestor socioempresarial le informará sobre los compromisos que usted adquiere en el proyecto y le dirá las pautas de trabajo para que las tenga presente durante todo el proceso.

Notas

RECONOCIÉNDONOS COMO PERSONAS Y COMO GRUPOS ASOCIATIVOS



RECONOCIÉNDONOS

COMO PERSONAS Y COMO GRUPOS ASOCIATIVOS

DURACIÓN	2 HORAS
DEFINICIÓN	Cada individuo se reconoce dentro de su historia y se proyecta en el trabajo en equipo.
OBJETIVO	Presentar los 'autos del yo' a los participantes y generar estrategias para que interioricen estos conceptos y los transfieran a las dinámicas de trabajo de sus proyectos productivos.

El ser humano es un ser biopsicosocial, por cuanto su cuerpo, sus pensamientos, sus sentimientos, sus relaciones, su estilo de vida y sus capacidades están interconectados con los contextos sociales, económicos, biológicos, históricos en los cuales se sitúa. Esto permite plantear que las personas pueden cambiar a lo largo de su vida dependiendo de las circunstancias en las que se encuentran y que su comportamiento también influye en el entorno.

En 1993, la División de Salud Mental de la Organización Mundial de la Salud lanzó la Iniciativa Internacional para la Educación en Habilidades para la Vida. En un primer momento, la propuesta se aplicó en las escuelas, y su éxito permitió que se desarrollara en diferentes ámbitos y organizaciones, entre ellos el sector empresarial. En la actualidad, la iniciativa habla de 10 habilidades claves:

1. Autoconocimiento.
2. Empatía.
3. Comunicación asertiva.
4. Relaciones interpersonales.
5. Toma de decisiones.
6. Solución de problemas y conflictos.
7. Pensamiento creativo.
8. Pensamiento crítico.
9. Manejo de emociones y sentimientos.
10. Manejo de tensiones y estrés.

Escoja 3 habilidades que considere importantes para un buen trabajo en equipo:

1. _____
2. _____
3. _____

ACTIVIDAD INICIAL: SABERES PREVIOS

Realice un relato corto en el que cuente algunos momentos significativos o etapas en el que...

- se haya sentido muy a gusto consigo mismo y otra ocasión en el que haya sentido lo contrario.
- haya sentido que el mundo se le vino encima, pero logró salir adelante a pesar de las situaciones de violencia social o política que ha vivido.
- siente que no logra superar las circunstancias que lo agobian.

MI RELATO ES...

AHORA VEAMOS ALGUNOS CONCEPTOS

- **Autoexploración**

Es el acto de conocerse a uno mismo. ¿Qué le gusta realmente? ¿Cuál es su escala de valores? ¿Puede identificar sus valores, sus sueños, sus debilidades, miedos y fortalezas?

- **Autorealización**

Aspiraciones y metas logrados por una persona y de los cuales se siente muy satisfecha y orgullosa.

- **Autoconocimiento**

Se trata de conocer por qué actúa de cierta manera en determinadas circunstancias y cómo se siente al respecto. ¿Cuáles son las partes del yo?, ¿cuáles son sus manifestaciones, sus necesidades y sus realidades?

- **Autoconfianza**

Conocer sus recursos personales, saber que sus defectos son mejorables, localizar una meta y tener la convicción de que puede alcanzarla. Todo eso le devuelve información sobre usted mismo, lo cual aporta confianza para superar nuevos retos.

- **Autoeficacia**

Es cuando se pone a ejecutar, cuando se enfrenta a los retos, cuando adquiere percepción de Autoeficacia, confirma que con sus propios recursos se puede lograr. Autoeficacia y Autoconfianza se realimentan entre sí.

- **Autocompasión**

Tratarse a sí mismo con gentileza, reconociendo las propias contradicciones y luchas como aspectos compartidos de la experiencia humana.

- **Autoestima**

Es la manera como usted valora el conjunto de características que posee, hace referencia a las actitudes hacia usted mismo, es un juicio de su propia competencia y valía como persona.

ACTIVIDAD FINAL

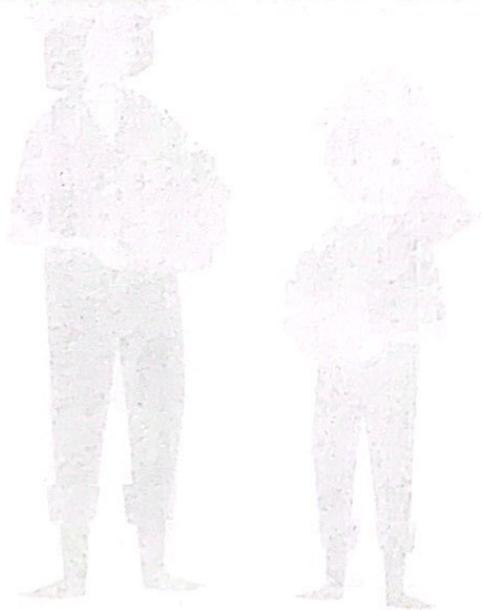
Escriba como puede usar los
AUTO YO
en su proyecto productivo



AUTO YO



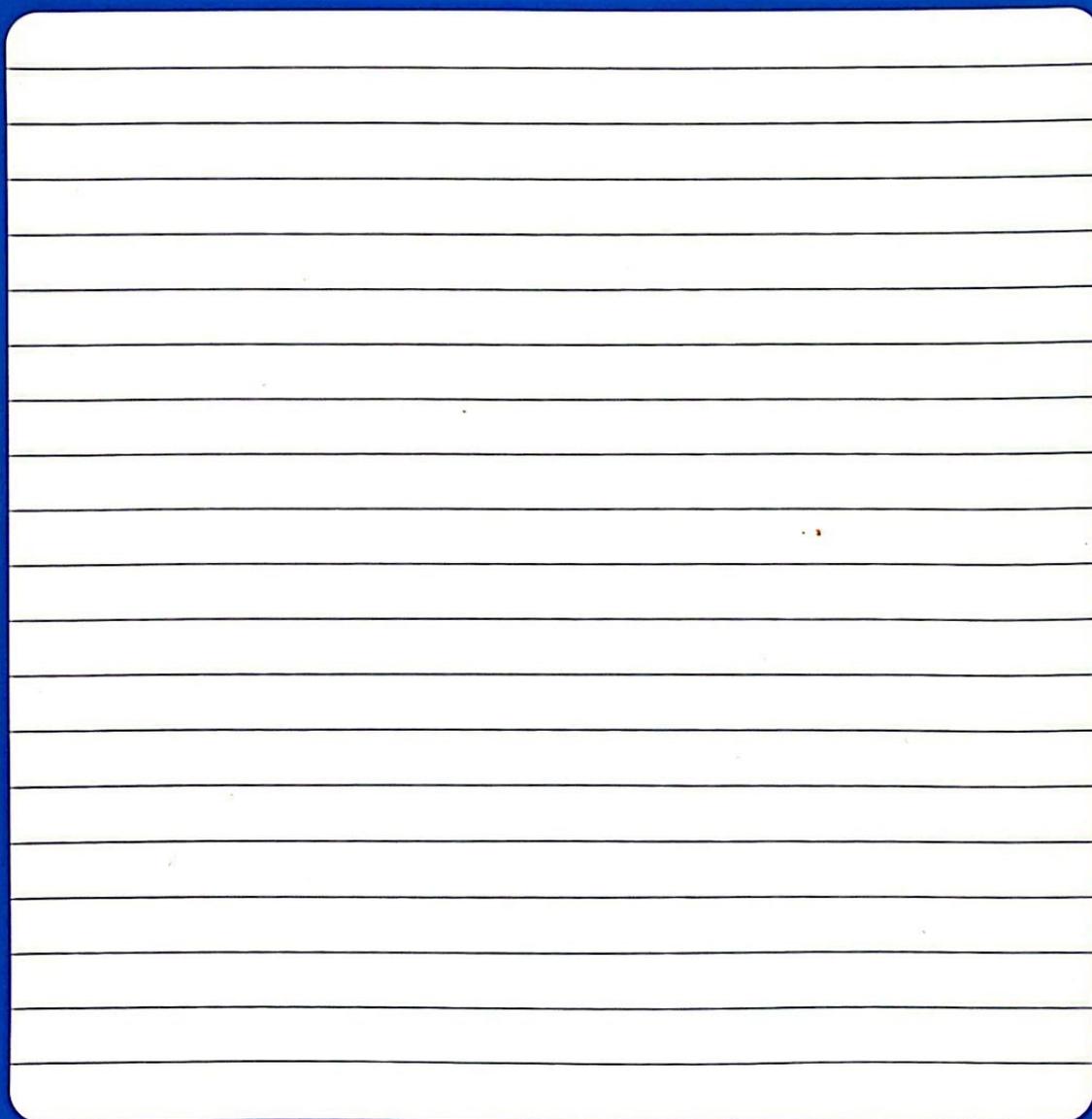
PROYECTO PRODUCTIVO	DESCRIPCIÓN
¿Cómo puede usar la autoexploración?	
¿Cómo puede usar la autorrealización?	
¿Cómo puede usar el autoconocimiento?	
¿Cómo puede usar la autoconfianza?	
¿Cómo puede usar la autoeficacia?	
¿Cómo puede usar la autocompasión?	



Escibe como puede usar los
AUTO YO
en su proyecto productivo

Notas

METAS EMPRESARIALES Y PLAN DE VIDA



DIÁLOGO ENTRE LAS METAS EMPRESARIALES Y EL PLAN DE VIDA

INTRODUCCIÓN

En este módulo se debe acompañar al emprendedor a una profunda y crítica revisión acerca de sus recursos personales y objetivos, así como al inventario de sus habilidades y competencias en clave empresarial, de tal manera que emerja la viabilidad de las metas.

Con ello se asegura resiliencia ante posibles frustraciones en su consecución, y se estimula el desarrollo de estrategias de contingencia ante las dificultades que se presenten en el trascurso del cumplimiento de dichas metas sobre la ruta del progreso personal y familiar.

En este sentido, se propone la conocida estrategia de la matriz DOFA en la que los participantes reflexionan acerca de aquellas características personales y externas que eventualmente podrían facilitar o dificultar su proyecto de vida empresarial, complementado con un ejercicio de proyección personal en diferentes áreas.

En ese viaje personal se contará con el acompañamiento de los gestores y talleristas quienes orientarán el ejercicio con miras a resultados satisfactorios, por tanto, será pertinente evaluar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que impulsen o dificulten la gestión de unidad de negocios, y así construir metas personales en varios componentes: salud, socioafectivo, familiar, laboral, educativo y económico.



- Características negativas personales (pereza, irresponsabilidad, etc.)

DEBILIDADES

- Características positivas personales (habilidades, madurez, etc.)

FORTALEZAS

- Situaciones externas negativas (pocas fuentes de empleo, abandono de los padres, etc.)

AMENAZAS

- Situaciones externas positivas (posibilidades de estudio, contactos, etc.)

OPORTUNIDADES

OBJETIVOS

- Brindar herramientas que faciliten la reflexión y construcción de un proyecto de vida estratégico en clave empresarial.
- Desarrollar la guía propuesta para la construcción del proyecto de vida personal en clave empresarial.

ACTIVIDAD: PROYECTO DE VIDA

NOMBRE

FECHA

ÁREAS

METAS A 6 MESES

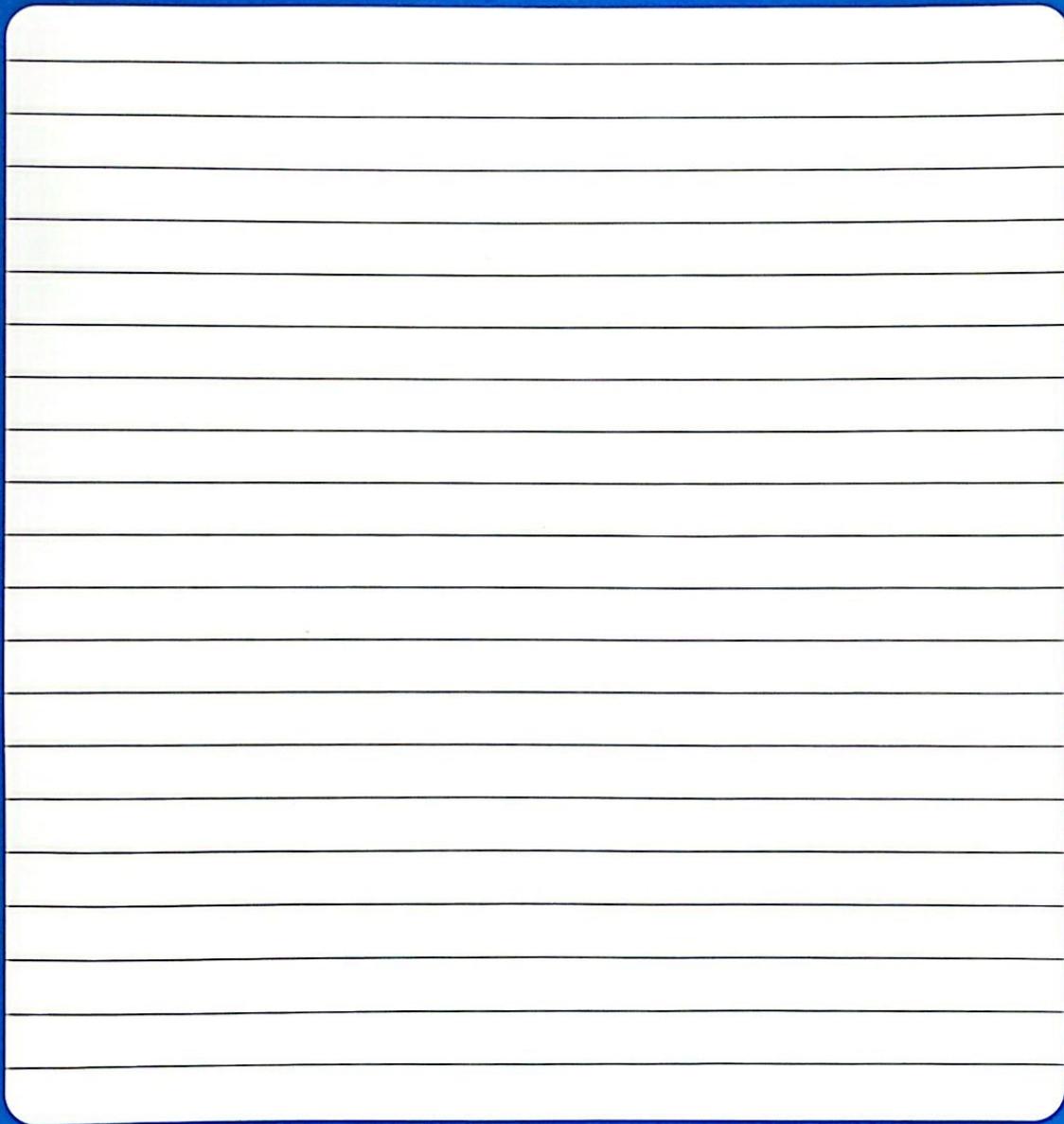
METAS A 1 AÑO

METAS A 5 AÑOS

<p>Salud Física y mental.</p>			
<p>Socioafectivas Relaciones de pareja, con amigos, vecinos, etc.</p>			
<p>Familiares Integración, apoyo, respeto, confianza, comunicación, independencia.</p>			
<p>Laboral Habilidades, contacto, oportunidades.</p>			
<p>Educación Conocimientos, aprendizajes.</p>			
<p>Economía Aspiraciones, pagos, ahorros.</p>			

Notas

PROCESO OPERATIVO

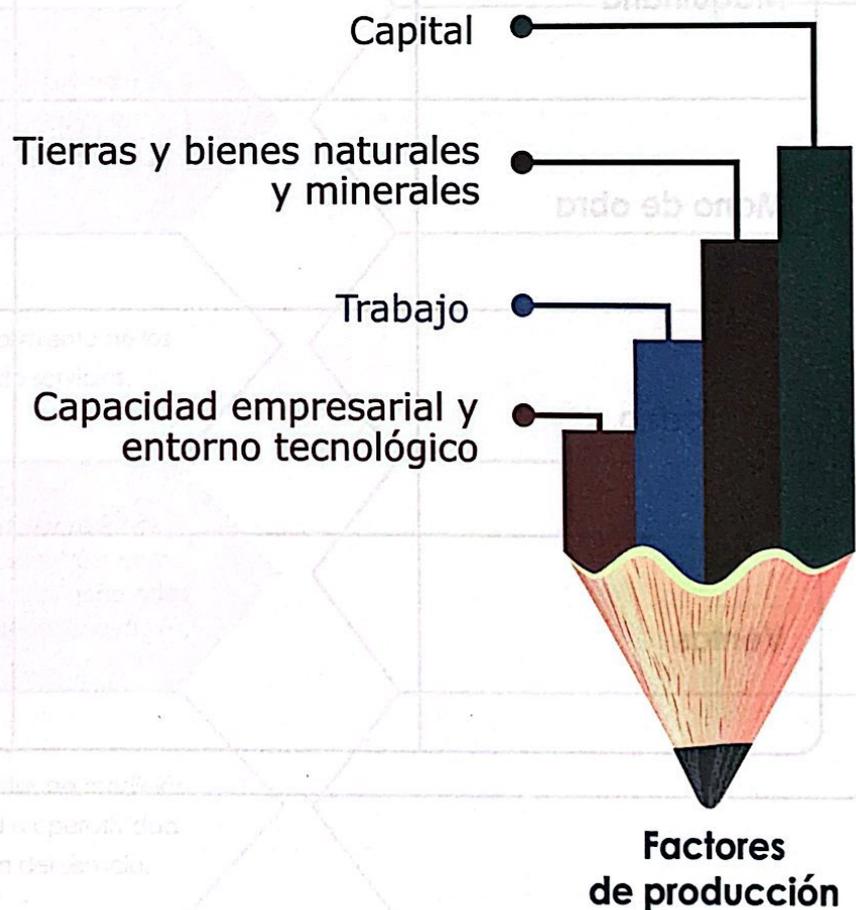


INTRODUCCIÓN

El concepto de producción nos lleva a pensar en la transformación de un producto en otro o, en algunos casos, a recibir un producto y darle valor para luego comercializarlo; sin embargo, en términos técnicos, la producción u operación en clave empresarial hace referencia a toda actividad que involucre materiales, maquinaria, equipos, personas, y que se orienta a definir los productos y servicios a ofrecer en la unidad de negocios.

La interrelación de todos y cada uno de estos factores garantizará los buenos resultados de su unidad de negocios.

¿Cuáles son los factores que intervienen en la producción de un bien o servicio?



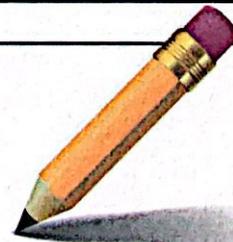
OBJETIVOS

- Comprender la operatividad de la unidad de negocios, con el fin de tomar decisiones acertadas en la optimización de recursos.
- Identificar los elementos propios de la operatividad de la unidad de negocios.

ACTIVIDAD INICIAL

Los ejercicios de ejemplo de formación le servirán para realizar el siguiente cuadro:

	LO QUE TIENE	LO QUE REQUIERE
Materia prima		
Maquinaria		
Mano de obra		
Mercadeo		
Ventas		



CONCEPTUALIZANDO

Definición y comprensión de los principales conceptos.

Para ello, tomaremos el concepto de las 6M o análisis de dispersión, este método permite organizar los elementos principales de la unidad de negocio y evitar así pérdidas de tiempo y reprocesos.

Los 6m son los siguientes:

ELEMENTO	EJEMPLO
<p>Materias primas: Insumos necesarios para la elaboración de los productos o de los servicios ofrecidos por la unidad de negocios.</p>	
<p>Mano de obra: Se refiere al esfuerzo físico realizado por las personas vinculadas con la unidad de negocios, la producción o la prestación del servicio.</p>	
<p>Método de trabajo: Los procedimientos que se deben seguir para el cumplimiento del propósito. Esto incluye los protocolos que se establezcan al interior de la unidad de negocios.</p>	
<p>Maquinaria: Equipos necesarios para el cumplimiento de los objetivos o de la prestación de servicios.</p>	
<p>Medio Ambiente: Se refiere al manejo adecuado de los residuos y elementos biológicos o medioambientales como disposición final de desechos, residuos generados por la producción, uso de recursos no renovables, etc.</p>	
<p>Medición: Este factor incluye todos los ejercicios de medición y evaluación de la productividad u operatividad del negocio, o de la prestación del servicio.</p>	

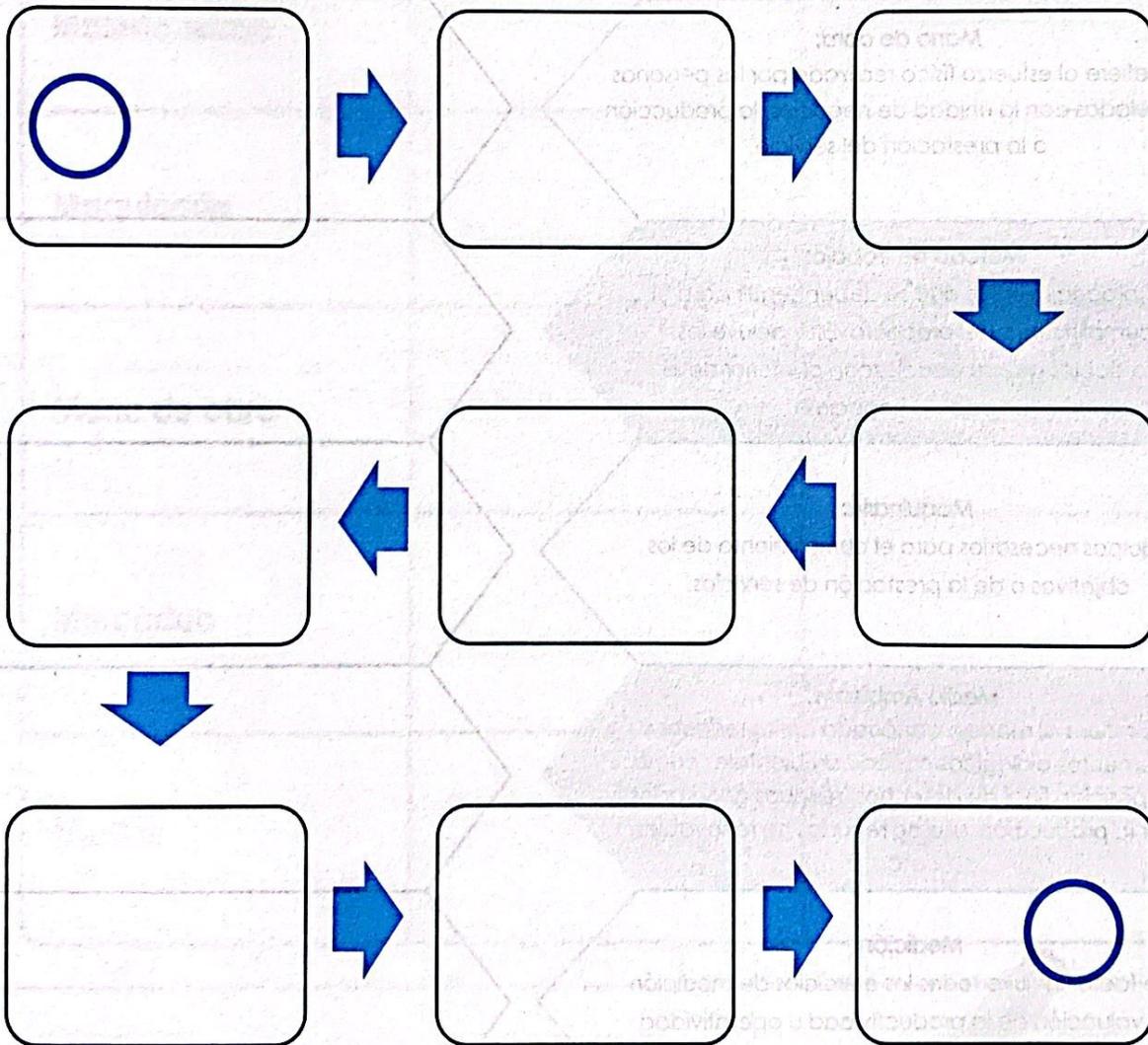
DIAGRAMACIÓN DE PROCESOS

Construyendo mi proceso operativo.

Para continuar con el ejercicio de construcción de la unidad de negocios, es importante definir cada uno de los elementos del proceso de producción o de prestación de servicios.

En este ejercicio deberá marcar con un punto verde el inicio y con un punto rojo el final del proceso. En cada casilla incluya los elementos que considere debe ir en su proceso operativo.

¡Así funciona mi negocio!



PLAN DE PRODUCCIÓN

- Para realizar el plan de producción es necesario definir los recursos a emplear: máquinas, personas, equipos o materias primas.
- Lo segundo es definir los procesos con los cuales se transforma la materia prima o con los cuales se presta un servicio.
- Finalmente, es necesario definir un plan de ventas.



ESTRATEGIA DE VENTAS

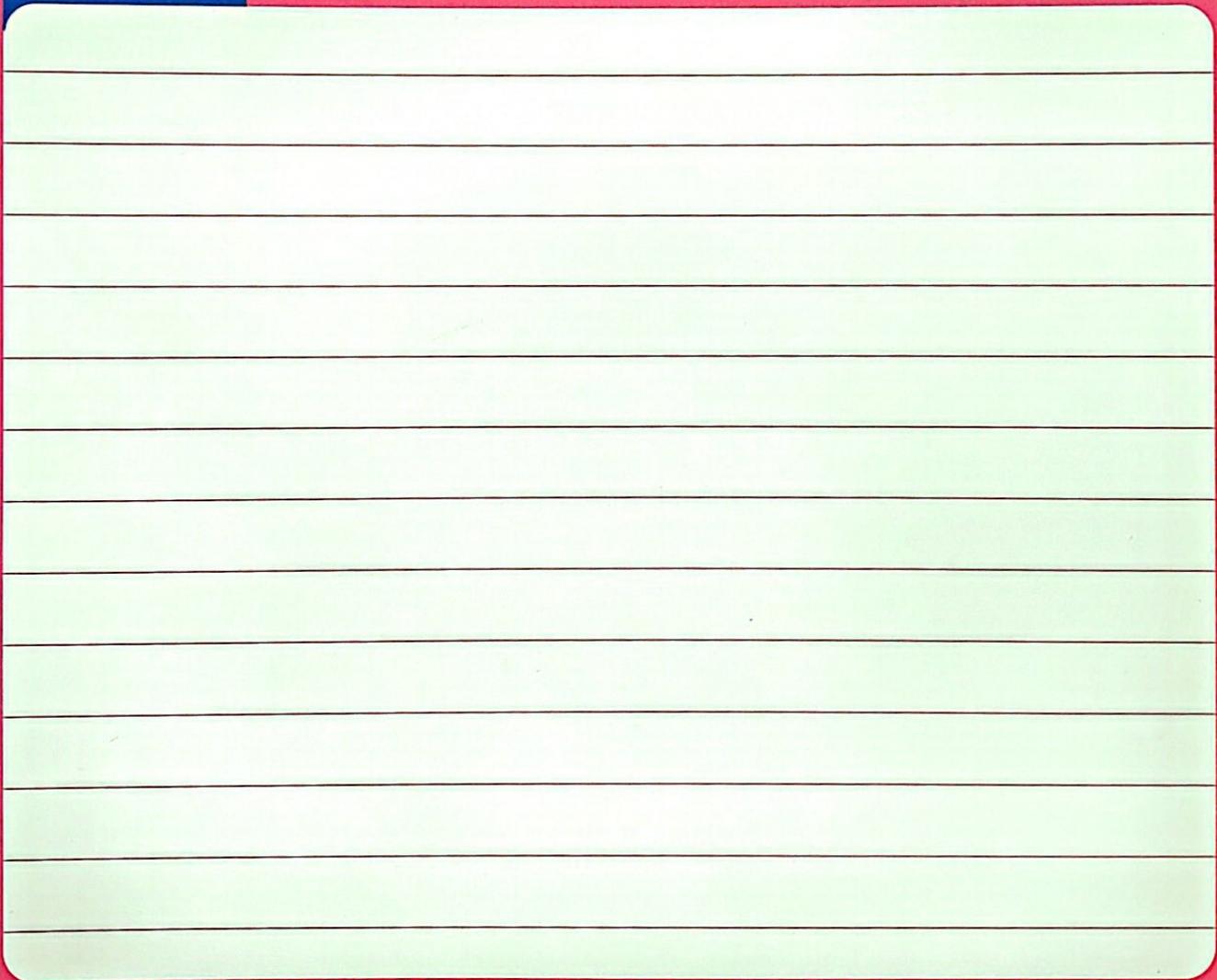
Vamos a definir la estrategia de ventas a utilizar. Con base en el ejercicio previo de estudios de mercados que se ha realizado, compare su estrategia de ventas con la de la competencia.

Describa la estrategia que utiliza la competencia para vender sus productos o servicios.

Describa la estrategia que utilizará para vender sus productos o servicios.

Notas

Reflexiones del segundo encuentro.



ENCUENTRO 2

IMPORTANCIA

DE LA BUENA COMUNICACIÓN

DURACIÓN	1 HORA
DEFINICIÓN	La comunicación adecuada ayuda a que las personas emprendedoras puedan ofrecer de forma más adecuada sus productos o servicios.
OBJETIVO	Identificar la estrategia para tener una buena comunicación alrededor del proyecto productivo.

La comunicación comprende la emisión y recepción de información (ideas, opiniones, emociones), lo cual permite que las personas se relacionen y comprendan los intereses de los demás a través de expresiones verbales, escritas, audiovisuales y tecnológicas. Es también un elemento de vinculación que nos permite participar en el grupo, en la comunidad y en la sociedad; de manera que se propende por establecer una comunicación adecuada y efectiva que dé soporte a nuestras relaciones en distintos ámbitos: social, familiar, productivo, educativo.

Este modelo de formación y gestión de emprendimiento busca promover un estilo de comunicación asertivo que aporte a la puesta en marcha y sostenibilidad de los proyectos productivos de cada uno de sus participantes. La buena comunicación es clave para que los socios, empleados, auxiliares y proveedores puedan resolver sus conflictos pacíficamente, establecer relaciones de trabajo eficientes, organizar los procesos propios del proyecto y acordar roles y funciones.

Ahora veamos unas deficiones importantes:

COMUNICACIÓN ASERTIVA

Es la capacidad para transmitir de manera apropiada mensajes, opiniones, necesidades y emociones tomando decisiones acertadas sobre los medios a utilizar, teniendo en cuenta el contexto y comprendiendo lo que otras personas buscan.

ASERTIVIDAD

Es la habilidad para expresar opiniones y sentimientos en el momento oportuno, de manera adecuada y respetando los derechos de los otros.

ESCUCHA ACTIVA

Es la habilidad para ser receptivos ante las propuestas o posiciones de los demás. Las respuestas verbales o no verbales demuestran al interlocutor si está o no siendo escuchado y comprendido. Involucra diversos comportamientos que comunican al otro que se le está escuchando y comprendiendo.

ARGUMENTACIÓN

Es la capacidad para dar razones o pruebas aceptables para sustentar una idea o punto de vista propio o, contradecir o apoyar las opiniones de otras personas.

EXPRESIÓN ORAL

Es la capacidad para transmitir claramente un mensaje teniendo manejo adecuado de la pronunciación, las palabras apropiadas, el orden gramatical y el contexto en el que se desarrolla el discurso.

COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

Son las habilidades que tienen las personas para hacerse entender, y comprender los mensajes de los otros, ya sea por medio de mensajes verbales, no verbales y escritos.

ACTIVIDAD INICIAL: SABERES PREVIOS

Dibuje o escriba por qué son importantes estos conceptos en su proyecto productivo.

CONCEPTO	PROYECTO PRODUCTIVO
Comunicación	
Aserividad	
Escucha activa	
Expresión oral	
Argumentación	
Competencias comunicativas	

ACTIVIDAD FINAL

Describe en el siguiente espacio cómo se visualiza en su propio negocio y explique, en un tiempo no mayor a 5 minutos, los siguientes aspectos:

- ¿Cuáles son las principales características de su producto o servicio?
- ¿En dónde va a funcionar su negocio?
- ¿Cómo lo va a realizar?
- ¿Cuál es el propósito de su negocio?
- ¿Qué espera de su negocio a futuro?



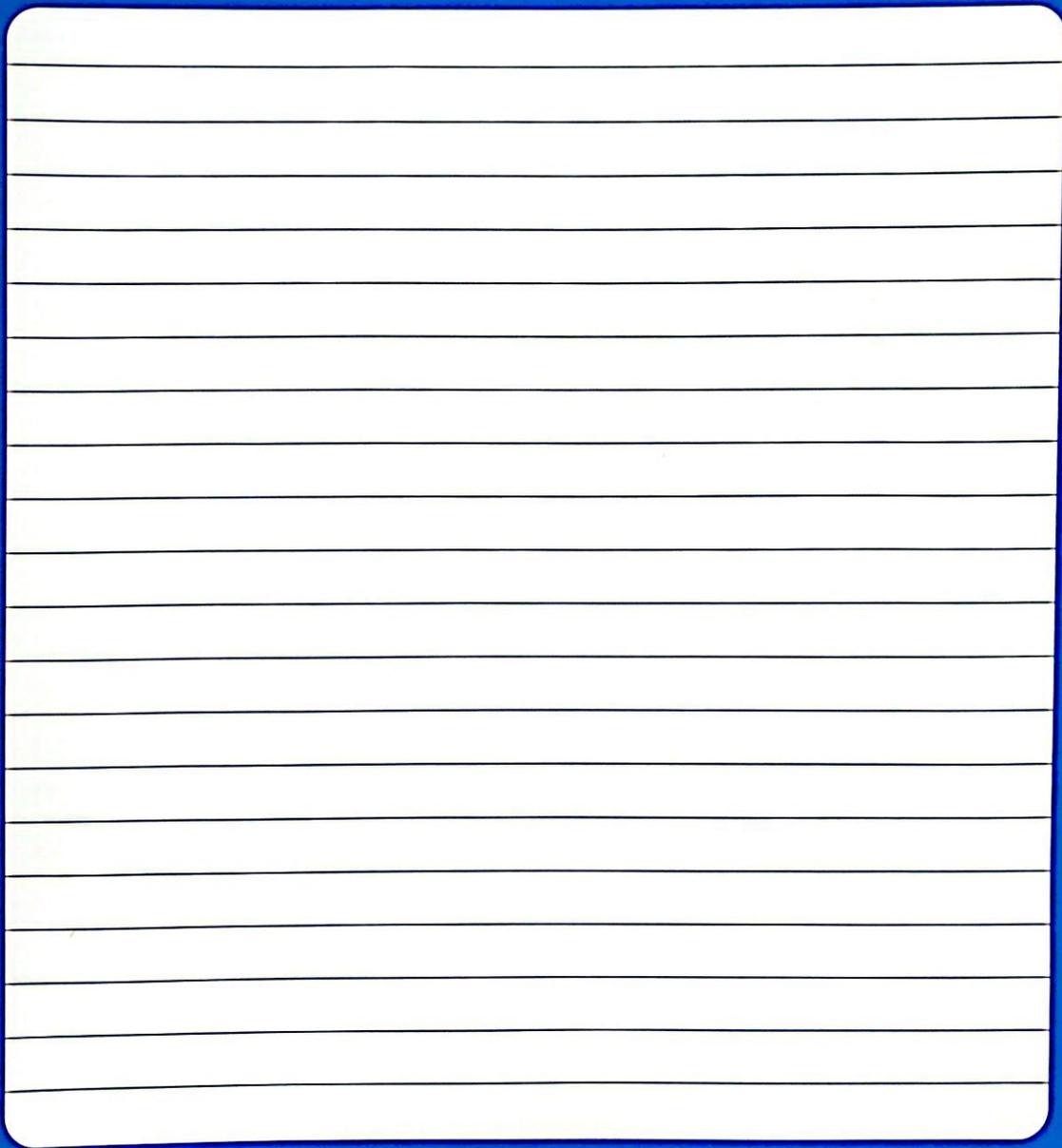
MERCADO

Handwritten text: *MERCADO*

Large empty lined area for writing the response.

Notas

MERCADEO 1





«El mercadeo permite conocer a los clientes y hacer visible el negocio para aumentar las ventas»

GLOSARIO

Mercadeo: conjunto de actividades para diseñar productos satisfactorios para el cliente, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados deseados.

Ventaja competitiva: es la capacidad que hace que un producto o servicio sea mejor que otro del mismo tipo.

Insumo: es toda la materia prima necesaria para el proceso de elaboración y prestación o venta del producto o servicio.

Calidad: se refiere a las características que cumplen mayores necesidades y que se ajustan a lo que busca el cliente. La calidad es una medida que se construye teniendo en cuenta lo que los clientes esperan del producto.

Competencia: es el conjunto de empresas que ofrecen productos o servicios iguales a los míos, y que pueden reemplazarlos porque satisfacen las mismas necesidades. Esto impide que la gente compre mis productos porque la desplaza hacia otros lugares.

Competencia indirecta: es la forma en que los negocios intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, y que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente.

Competencia directa: se refiere a las empresas que actúan dentro del mismo sector y tratan acerca de:

- ¿Para qué sirve el producto o servicio?
- ¿Cómo funciona?
- ¿Cuáles son sus materiales?
- ¿A quién está dirigida su venta?

Valor agregado: es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial. Generalmente se trata de un rasgo o servicio que le da al negocio o empresa cierta diferenciación respecto al producto de la competencia.

Ejemplo: La entrega a domicilio sin costo adicional de productos como muebles.

Mercado: total de personas cuyas necesidades se pueden satisfacer con la compra de mis productos y servicios.

Segmentación del mercado: el mercado es muy amplio, por ello hay que escoger una parte de este y dedicarse a atenderla; esto quiere decir, dividirlo en partes lo más homogéneas posibles.

Ejemplo:

El mercado del calzado es el conjunto de personas que usan zapatos, pero no todas usan el mismo tipo de calzado, por eso se divide en varios segmentos según los tipos de personas que usan diferentes tipos de este producto: infantil, hombre, mujer, deportivo, entre otros.

ACTIVIDAD 1

IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS, CLIENTES Y COMPETIDORES

Esta actividad busca construir las características y descripción del producto o servicio. Se identificarán a los competidores desde un ejemplo que será realizado por el emprendedor.

IDEA DE NEGOCIO



1. ¿Qué emprendimiento tiene o desearía tener?

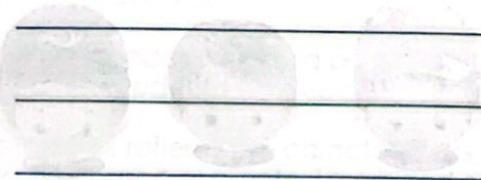
2. ¿Qué productos o servicio tiene? Si no tiene un emprendimiento, ¿cómo se los imagina?

3. ¿Existen otros negocios similares o iguales a este?

4. ¿Para qué sirve mi producto o servicio?

5. ¿Cómo funciona?

6. ¿Cuáles son sus materiales?



7. ¿A quién va dirigida su venta?



CASO: LAS EMPANADAS DE CARLOS

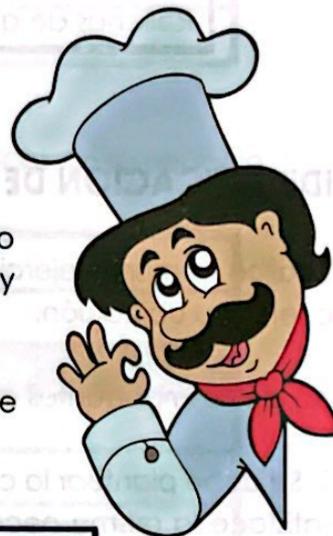
Carlos dice tener la mejor receta de todas para preparar empanadas. Está organizando su plan para venderlas y para esto decide identificar primero sus características: materiales, insumos, color, entre otras. Esto lo enfoca siempre pensando en sus clientes, analizando sus edades, en donde se ubican, si asisten a algún colegio del barrio, si pasan a cierta hora, etc.. Por último, identifica la competencia en sus zonas de influencia, de modo que Carlos recorre el sector y hace una tabla para saber qué tanto le afecta la presencia de esos competidores

DEFINICIÓN DE CARACTERÍSTICAS

En el ejemplo, Carlos define su producto:

"La empanada tiene unas características que son definidas por el insumo utilizado (masa de maíz), el color (amarillo), el relleno (carne, pollo y queso) y aspectos que diferencian mi producto (poco aceite).

Carlos organiza sus reflexiones en la tabla y la presenta de la siguiente manera:



PRODUCTO	Empanada	
NECESIDAD	Las personas tienen hambre o antojo de comer	
CARACTERÍSTICAS	CLIENTES	COMPETENCIA
Masa de maíz		
Color amarillo		
Poco aceite		
Rellenas de carne		
Rellenas de queso		

¿QUIÉNES SON SUS CLIENTES?

Los clientes presentados son estudiantes, trabajadores y personas cercanas (familia, vecinos y amigos) que pueden ubicarse en diferentes lugares, ya sea en el municipio, vereda, en un colegio cercano, una fábrica, entre otros.

Carlos organiza estas reflexiones en la tabla y queda presentada de la siguiente manera:

PRODUCTO	Empanada	
NECESIDAD	Las personas tienen hambre o antojo de comer	
CARACTERÍSTICAS	CLIENTES	COMPETENCIA
Masa de maíz	Estudiantes	
Color amarillo	Trabajadores	
Poco aceite	Cientes naturales	
Rellenas de carne		
Rellenas de queso		

IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Realice el mismo ejercicio identificando a la competencia. Para ello, analícela teniendo en cuenta su ubicación.

Aspectos importantes a tener presente:

1. Se debe plantear la competencia como aquellos que venden el mismo producto u otro que satisface la misma necesidad del negocio a realizar. En este ejercicio se identifican primero otros vendedores que puedan realizar la producción y comercialización de manera similar al nuestro.
2. Observar dónde se localiza la competencia, ya que podría encontrarse en una zona que afecte nuestro negocio.
3. Se recomienda revisar su antigüedad y evaluar si ya tienen un grupo de clientes consolidados.
4. Adicionalmente se plantean otros tipos de negocio como restaurantes, tiendas, panaderías que vendan este mismo producto o similar.

Para el caso de Carlos, estas fueron sus reflexiones:

"La competencia son todos aquellos que venden productos iguales o similares al mío en diferentes puntos. Por eso, las panaderías y tiendas que venden empanadas cerca al colegio, así como restaurantes y otros vendedores de comida rápida en la zona cerca de mi negocio, son mi competencia. Identificar su ubicación es importante para conocer los posibles clientes y la zona de influencia de este competidor".

Carlos organiza estas ideas en la siguiente tabla:

PRODUCTO	Empanada	
NECESIDAD	Las personas tienen hambre o antojo de comer	
CARACTERÍSTICAS	CLIENTES	COMPETENCIA
Masa de maíz	Estudiantes	Otros vendedores
Color amarillo	Trabajadores	Restaurantes
Poco aceite	Cientes naturales	Tiendas
Rellenas de carne		Panadería
Rellenas de queso		

Ahora diligencie la siguiente tabla teniendo en cuenta las características de su negocio:

PRODUCTO		
NECESIDAD		
CARACTERÍSTICAS	CLIENTES	COMPETENCIA

Expectativas de los clientes y valor agregado

Ahora piense en su negocio y responda las siguientes preguntas:



PREGUNTAS	IDEA DE NEGOCIO 1	IDEA DE NEGOCIO 2	IDEA DE NEGOCIO 3
¿Cómo esperaría que fuera su producto o servicio en cuanto al tamaño, cantidad y limpieza, entre otras características?			
¿Cómo cree que les gustaría a sus clientes que les entregaran el producto o servicio?. Por ejemplo, en una caja, servilleta, etc. Con qué características?			
¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto o servicio como cliente?			
¿Cómo sería la atención al cliente y qué valor agregado esperaría brindar con su producto o servicio? (Valor agregado: beneficios adicionales o extras al producto o servicio)			
¿Cómo se imagina que debe ser la ubicación de su negocio? (calle, tienda u otro)			

¿Por qué deben comprar en mi negocio?

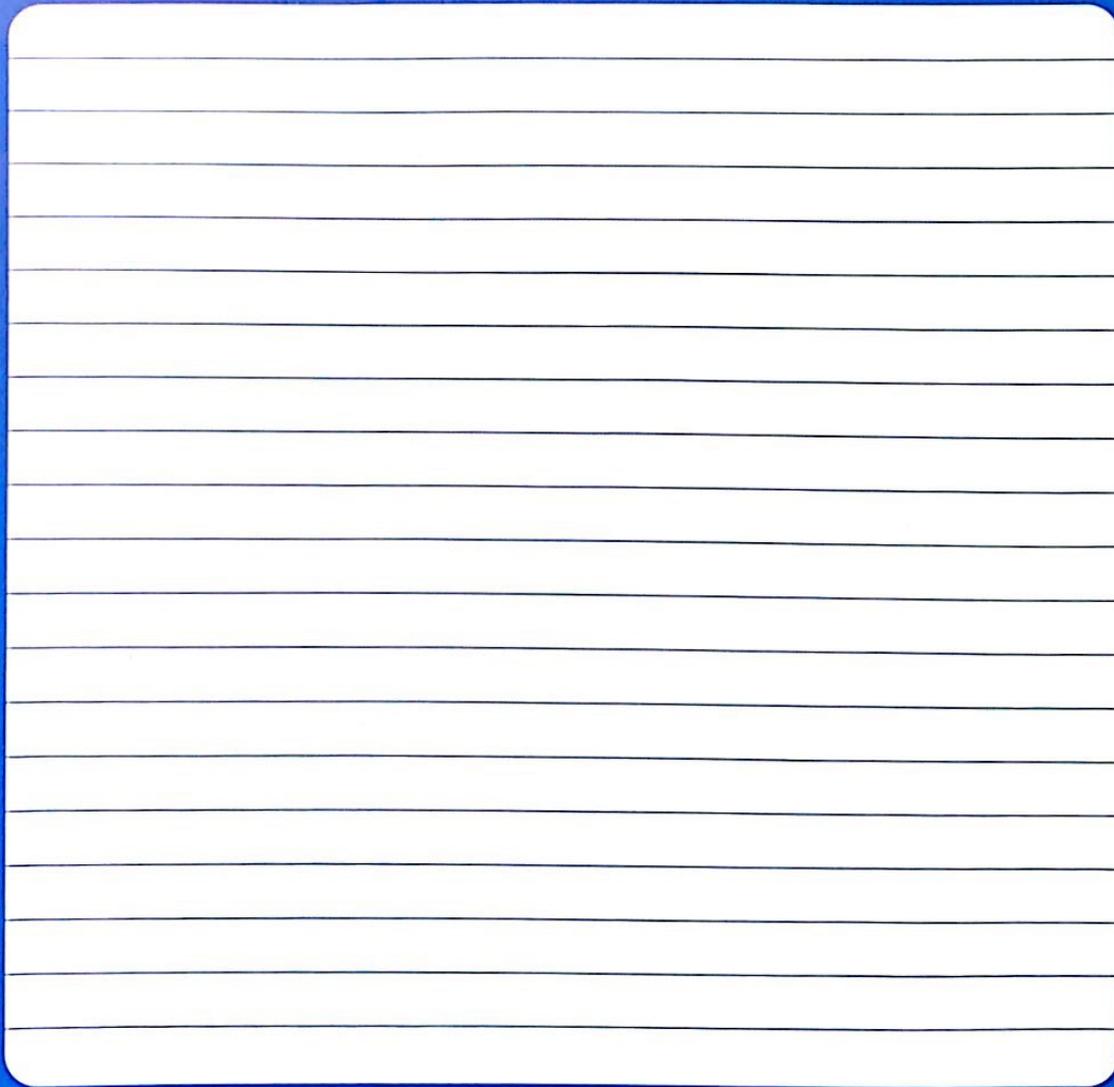
En un párrafo de máximo cinco líneas, explique las características del producto o servicio que lo hacen mejor con respecto a los demás.

Por ejemplo: Todas las personas deben comprar nuestras empanadas porque están hechas con maíz orgánico de pipián, pollo criollo y carne fresca y de buena calidad. Estas empanadas serán acompañadas con salsas de buena calidad y jugos naturales de fruta hechos en el momento de la venta.

Las podrán encontrar recién hechas, calientes, en un local cómodo, limpio y con facilidad de acceso, los clientes serán atendidos de manera cordial y teniendo en cuenta a las personas en sus diferentes edades y gustos.

Notas

ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO



ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO



El propósito fundamental de estos cuatro procesos es lograr los objetivos o metas del negocio de manera organizada, eficiente y eficaz.

Si bien la creación de empresa busca en primera instancia la generación de ingresos y mejorar las condiciones de vida, también debe promover el aprendizaje y la transferencia de conocimiento a las nuevas generaciones.

La administración de negocios implica valores como el arrojo, la responsabilidad y la creatividad. ¿Qué otros valores crees necesarios para una adecuada administración de negocios?

OBJETIVOS

- Incentivar la cultura del emprendimiento y el desarrollo de habilidades administrativas en beneficio de la unidad de negocios.
- Definir misión y visión de la unidad de negocios.
- Reflexionar acerca de la administración del negocio en pro de un mejor ejercicio empresarial.

ATERRIZANDO CONCEPTOS

Luego de la explicación hecha de por el tallerista, reflexiono acerca de los siguientes conceptos y su definición:

CONCEPTO

DEFINICIÓN

Empresa

Negocio

Organización

Responsabilidad

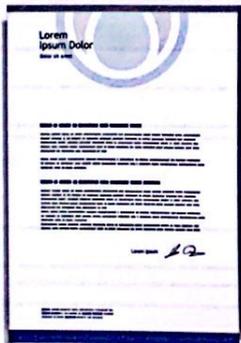
Valor

Acción colectiva

Rol

CARACTERÍSTICAS DE MI EMPRESA

Según los conceptos trabajados, describo las características que mejor definen mi empresa:



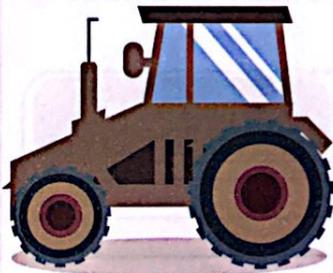
FORMA JURÍDICA

- Individual → Empresa Unipersonal
- Sociedades → Comerciales. Financieras. De valores. De seguros.
- Solidaria → Cooperativa. Asociaciones. Cajas de compensación. Corporaciones. Fundaciones.



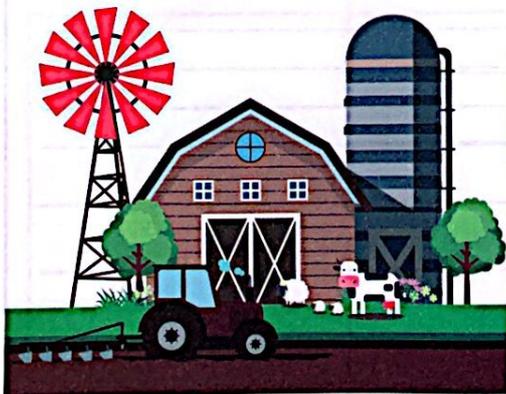
ORIGEN DE CAPITAL

- Privadas → Aportes de personas o entidades particulares
- Públicas → Aportes del Estado
- Mixtas → Aportes del Estado y de particulares



ACTIVIDAD

- Industrial → Transforman materias primas
- Comercial → Compran y venden productos
- Servicios → Satisfacen necesidades
- Minerías → Recursos del subsuelo
- Agropecuarias → Producen bienes agrícolas y pecuarios



- Famiempresa → 1 a 5
- Microempresa → 1 a 10
- Pequeña empresa → 11 a 49
- Mediana empresa → 50 a 249
- Grande empresa → Más de 250

MISIÓN Y VISIÓN

La misión y la visión son el presente y el futuro de la empresa.

Definamos la MISIÓN (Presente)

1. ¿Quiénes somos?

2. ¿Cuál es nuestro producto?

3. ¿Qué determina la calidad de nuestro producto?

4. ¿Qué tiene nuestro producto/servicio que no tiene nuestra competencia?

Definamos nuestra VISIÓN (Futuro)

1. ¿Cómo imagina su empresa en 1, 3 y 5 años?

2. ¿Por qué va a ser reconocida su empresa en el futuro?

3. ¿Qué actividades desarrollarán en el futuro?

Definamos los VALORES de la unidad de negocios.

El siguiente ejercicio invita a pensar en los principales valores que identificará a su unidad de negocio y cómo estos se relacionan con sus productos o servicios.

VALORES	PRODUCTO Y SERVICIO

DEFINAMOS ROLES Y RESPONSABILIDADES

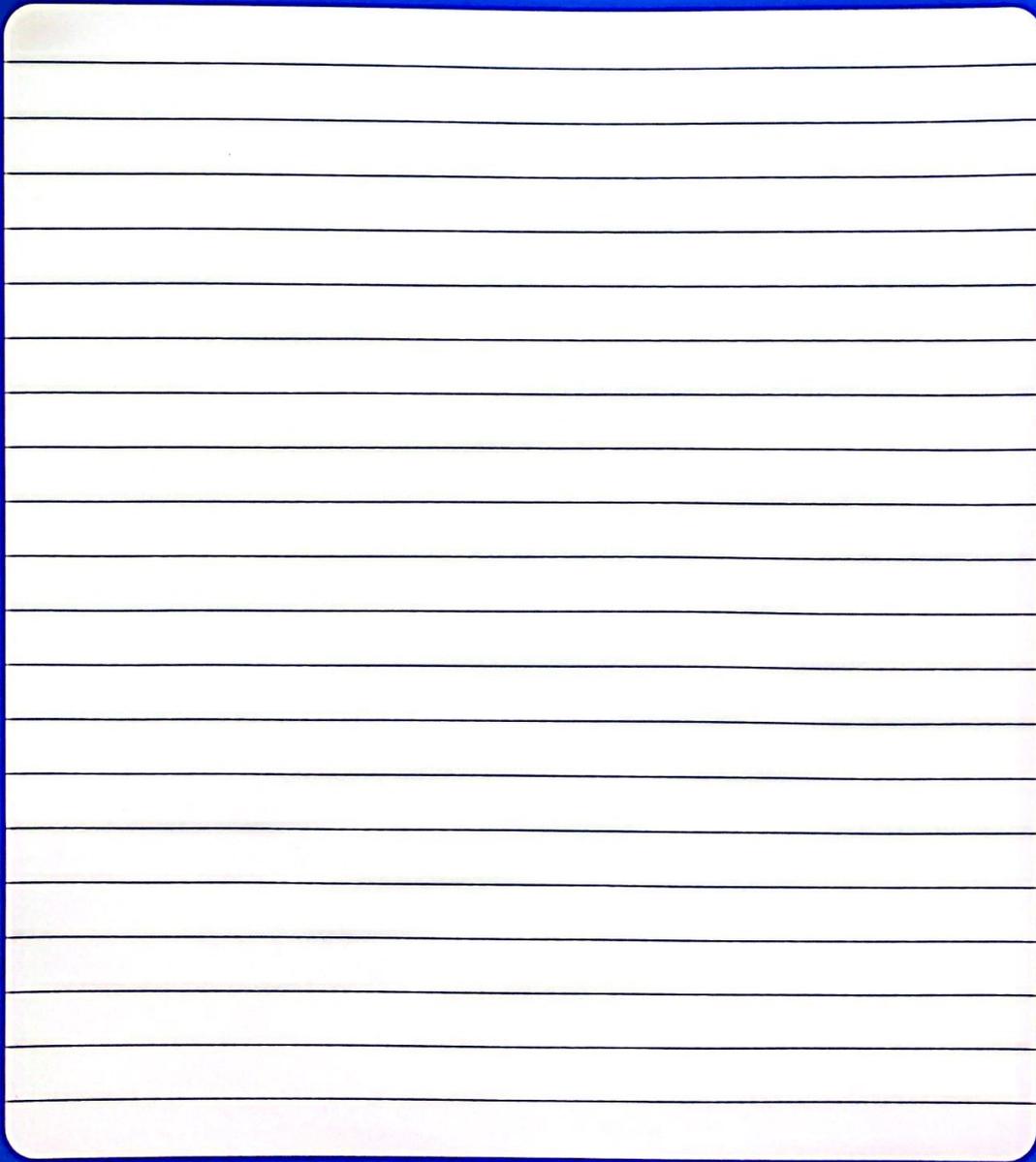
Los roles a nivel empresarial hacen referencia a las actitudes, aptitudes y responsabilidades que se esperan de las personas vinculadas con la unidad de negocio.

De acuerdo a ello, y según las recomendaciones del tallerista, defina los roles y responsabilidades que cumpliría cada uno de los colaboradores.

PROCESO	ROL	RESPONSABILIDAD	NOMBRE

Notas

FINANZAS 1



FINANZAS 1

DURACIÓN	3 HORAS
DEFINICIÓN	Los aspectos financieros y contables de un negocio son todos aquellos que nos ayudan a tener una mejor organización del mismo y a desarrollar la actividad principal de forma adecuada, ya sea la elaboración de un producto o la prestación de un servicio.
OBJETIVO	Desarrollar competencias y conocimientos que permitan utilizar herramientas básicas para la interiorización de hábitos financieros y contables del negocio.



«Conocer las finanzas y la contabilidad en tu negocio te ayudará a organizar los ingresos para cumplir con los sueños propuestos»

GLOSARIO

Costos: son todos los gastos económicos que se tienen en el momento de fabricar un producto o prestar un servicio.

Costos variables: son aquellos que varían de acuerdo con el volumen de la producción del negocio. Por ejemplo: el costo destinado a la harina para arepas cambia dependiendo de la cantidad de arepas por hacer.

Costos fijos: son aquellos que no dependen del nivel de producción del negocio. Estos se deben pagar, en su mayoría, mensualmente, ya sea que el negocio o la empresa funcione o no.

Por ejemplo: valor del arriendo por el lugar en el que trabaja.

Materia prima: son todos los elementos que se requieren para la elaboración de un producto o prestación de un servicio. Estos elementos requieren de un proceso de transformación productiva para convertirse en un producto o servicio final.

Por ejemplo: para un negocio de arepas se necesita de harina, queso, carne, otros.

Insumo: son todos los elementos que se requieren para la elaboración de un producto o servicio. Estos, a diferencia de la materia prima, no necesitan transformación.

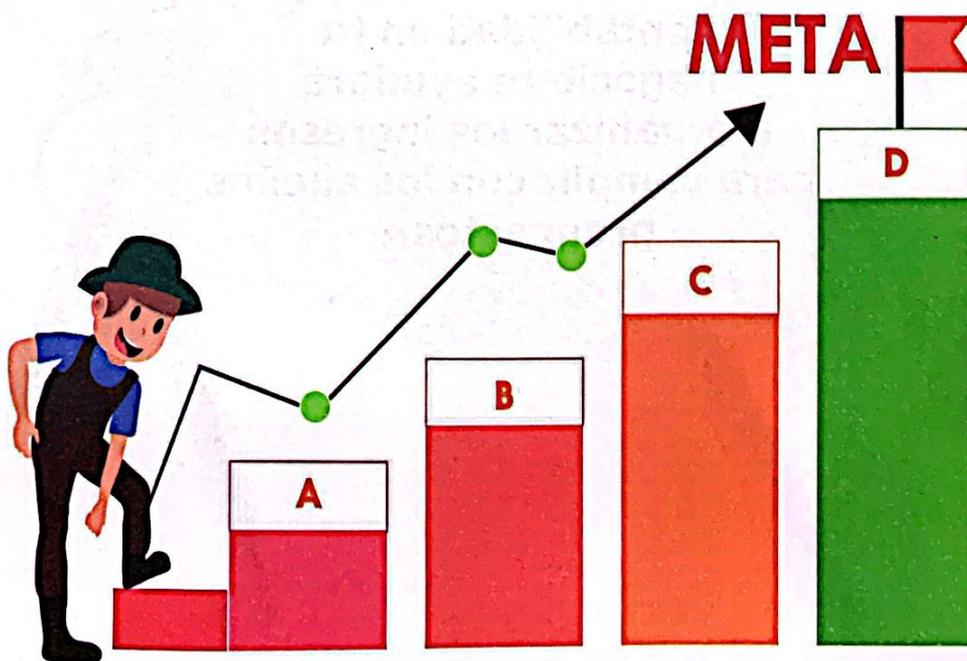
Inventario: es la mercancía; productos ya elaborados que se tienen almacenados o a la venta en un negocio.

Por ejemplo: en una tienda se necesita comprar arroz por libras, granos, azúcar, sal y demás productos necesarios para vender.

Mano de obra: es el trabajo realizado por las personas para la elaboración de productos o servicios.

Precio de compra: es el trabajo realizado por las personas para la elaboración de productos o servicios.

Precio de venta: es el valor que se le asigna a los productos o servicios que se tienen para la venta.



EJEMPLO DE FICHA DE COSTOS: NEGOCIO DE PRODUCCIÓN

MATERIAS PRIMAS							
Nombre materia prima	Presentación en la que se compra la materia prima	Costo de la materia prima en la presentación que se compra	Cantidad que trae la presentación	Unidad de medida de la presentación que se compra	Cantidad de materia prima que se usa para fabricar el producto	Unidad de medida que se usa	Costo de la materia prima usada en el producto (A*C)/B
Harina	bulfo	\$ 90.000	0	gramos	70	gramos	\$ 126
Agua	garrafa	\$ 6.000	5000	mililitros	70	-mililitros	\$ 84
Azúcar	bulfo	\$ 110.000	50000	gramos	10	gramos	\$ 22
Sal	bolsa	\$ 6.000	3000	gramos	2	gramos	\$ 4
Costo total materia primas							\$ 236
MANO DE OBRA							
	Cargo		Pago por un día de trabajo	Pago por una hora de trabajo (Días de 8 horas)	Pago por un minuto de trabajo (Horas de 60 minutos)	Minutos que trabaja en la fabricación del producto costeadado	Costo de mano de obra por minuto
	Cocinero		\$ 40.000	\$ 5.000	\$ 83	\$ 2	\$ 166
Costo total mano de obra							\$ 166
COSTOS FIJOS							
	Costos fijos	Valor de un mes	Valor de un día (Meses de 30 días)	Valor de una hora (Días de 8 horas)	Valor de un minuto (horas de 60 minutos)	requieren para la fabricación del producto costeadado	Inversión en costos fijos por minuto
	Luz	\$ 50.000	\$ 1.667	\$ 208	\$ 3	10	\$ 30
	Gas	\$ 10.000	\$ 333	\$ 42	\$ 1	10	\$ 10
	Arriendo	\$ 200.000	\$ 6.667	\$ 833	\$ 14	10	\$ 140
Costos fijos							\$ 180
Costo total							\$ 582

A. Materia prima: la harina

Para definir su costo, se debe multiplicar la cantidad de materia prima que se usa para fabricar el producto por el costo de la materia prima en la presentación que se compra, y ese valor dividirlo por la cantidad que trae la presentación.

Ejemplo:

$$\begin{aligned} \text{Costo de la materia prima usada en el producto} &= 70 \times \$90.000 \\ &= 50.000 \\ \text{Costo de la prima usada en el producto} &= \$126 \end{aligned}$$

B. Mano de obra: el cocinero

Para definir el costo de mano de obra se debe multiplicar los minutos que trabaja en la fabricación del producto costeados por el pago de un minuto de trabajo.

Ejemplo para el caso del cocinero

$$\begin{aligned} \text{Costo de la mano de obra} &= 2 \times \$83 \\ \text{Costo de la mano de obra} &= \$166 \end{aligned}$$

C. Costos fijos: servicio de luz

Para definir la inversión en costos se debe multiplicar los minutos que se requieren de luz para la fabricación del producto, costeados por el valor de un minuto.

Ejemplo para la energía eléctrica

$$\begin{aligned} \text{Inversión en costos fijos} &= 10 \times \$3 \\ \text{Inversión en costos fijos} &= \$30 \end{aligned}$$

D. Resumen de costos

Costos variables = materia prima + mano de obra

$$\text{Costos variables} = \$236 + \$166$$

Costos variables = \$402

Costos fijos = servicios públicos + arriendo + mantenimiento

$$\text{Costos fijos} = \$30 + \$10 + \$140$$

Costos fijos = \$180

Costos total = costos fijos + costos variables

$$\text{Costos total} = \$180 + \$402$$

Costos total = \$582



EJEMPLO DE FICHA DE COSTOS: NEGOCIO DE SERVICIOS

MATERIAS PRIMAS						
Nombre materia prima	Presentación en la que se compra la materia prima	Costo de la materia prima en la presentación que se compra	Cantidad que trae la presentación	Unidad de medida de la presentación que se compra	Cantidad de materia prima que se usa para fabricar el producto	Unidad de medida que se usa
Tinte	porción	\$ 8.000	1	porción	1	porción
Oxigenta	porción	\$ 8.000	1	porción	1	porción
Acondicionador	tarro	\$ 10.000	1000	mililitros	10	mililitros
shampoo	tarro	\$ 10.000	1000	mililitros	10	mililitros
Costo total materia primas						\$ 16.200
MANO DE OBRA						
Cargo		Pago por un día de trabajo	Pago por una hora de trabajo (Días de 8 horas)	Pago por un minuto de trabajo (Horas de 60 minutos)	Minutos que trabaja en la fabricación del producto costeados	Costo de mano de obra por minuto
				A	B	A*B
Costo total mano de obra						\$ 0
COSTOS FIJOS						
Costos fijos	Valor de un mes	Valor de un día (Meses de 30 días)	Valor de una hora (Días de 8 horas)	Valor de un minuto (horas de 60 minutos)	requieren para la fabricación del producto costeados	Inversión en costos fijos por minuto
Luz	\$ 50.000	\$ 1.667	\$ 208	\$ 3	50	\$ 150
Gas	\$ 60.000	\$ 2.000	\$ 250	\$ 4	10	\$ 40
Arriendo	\$ 200.000	\$ 6.667	\$ 833	\$ 14	50	\$ 700
					Costos fijos	\$ 890
					Costo total	\$ 17.090

EJEMPLO DE FICHA DE COSTOS: NEGOCIO DE COMERCIALIZACIÓN

Descripción del producto	Precio de compra A	Precio de venta B	Ganancia por producto B-A	Número de unidades a vender en el mes C	Valor total del producto comprado en el mes $A \cdot C = E$	Valor total de las ventas del producto en el mes $B \cdot C = D$	Ganancia total E-D
Arroz	\$ 500	\$ 800	\$ 300	100	\$ 50.000	\$ 80.000	\$ 30.000
Panela	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 500	200	\$ 200.000	\$ 300.000	\$ 100.000
Gaseosa	\$ 1.600	\$ 2.100	\$ 500	30	\$ 40.000	\$ 63.000	\$ 15.000
Azúcar	\$ 1.200	\$ 1.600	\$ 400	60	\$ 72.000	\$ 96.000	\$ 24.000
Sal	\$ 800	\$ 1.300	\$ 500	70	\$ 56.000	\$ 91.000	\$ 35.000
Carne	\$ 2.000	\$ 3.000	\$ 1.000	150	\$ 300.000	\$ 450.000	\$ 150.000
Totales			\$ 3.200		\$ 726.000	\$ 1.080.000	\$ 354.000

EJEMPLO DE FICHA DE COSTOS: NEGOCIO RURAL

Se tiene el ejemplo de una idea de negocio: un galpón de pollos. Se calcula el costo de producción teniendo en cuenta que un pollo se demora engordando 12 semanas aproximadamente, es decir, 3 meses.



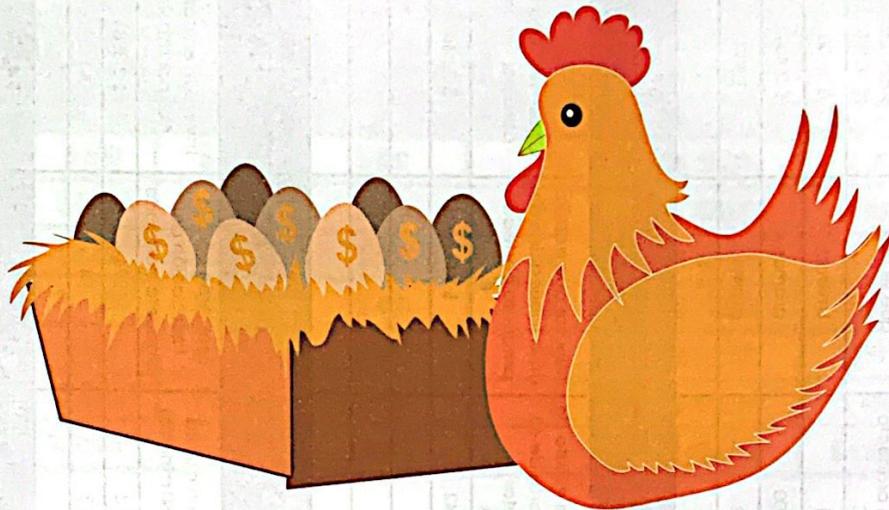
EJEMPLO DE FICHA DE COSTOS: NEGOCIO DE COMERCIALIZACIÓN

Descripción del producto	Precio de compra A	Precio de venta B	Ganancia por producto B-A	Número de unidades a vender en el mes C	Valor total del producto comprado en el mes $A \cdot C = E$	Valor total de las ventas del producto en el mes $B \cdot C = D$	Ganancia total E-D
Arroz	\$ 500	\$ 800	\$ 300	100	\$ 50.000	\$ 80.000	\$ 30.000
Panela	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 500	200	\$ 200.000	\$ 300.000	\$ 100.000
Gaseosa	\$ 1.600	\$ 2.100	\$ 500	30	\$ 40.000	\$ 63.000	\$ 15.000
Azúcar	\$ 1.200	\$ 1.600	\$ 400	60	\$ 72.000	\$ 96.000	\$ 24.000
Sal	\$ 800	\$ 1.300	\$ 500	70	\$ 56.000	\$ 91.000	\$ 35.000
Carne	\$ 2.000	\$ 3.000	\$ 1.000	150	\$ 300.000	\$ 450.000	\$ 150.000
Totales			\$ 3.200		\$ 726.000	\$ 1.080.000	\$ 354.000

EJEMPLO DE FICHA DE COSTOS: NEGOCIO RURAL

Se tiene el ejemplo de una idea de negocio: un galpón de pollos. Se calcula el costo de producción teniendo en cuenta que un pollo se demora engordando 12 semanas aproximadamente, es decir, 3 meses.





ACTIVIDAD EN CASA

Realizar la tabla de costos para el caso particular del negocio a crear. Tenga en cuenta la tabla que se presenta, además el tipo de negocio que va a crear si es de comercialización, servicio, o de tipo rural.



¡RECUERDE!
Utilizar lápiz y calculadora

Notas

Reflexiones del tercer encuentro.



ENCUENTRO 3

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

DURACIÓN	1 HORA
DEFINICIÓN	Situación en las que dos o más personas entran en oposición o desacuerdo porque sus posiciones, intereses, necesidades, deseos o valores son incompatibles, o son percibidos como tal. Se pretende conocer las situaciones y actitudes que se deben tomar para solucionar los conflictos que se presentan a diario.
OBJETIVO	Facilitar al participante herramientas que le permitan acercarse a la resolución de conflictos como una competencia para mejorar sus relaciones interpersonales y su calidad de vida.

Los conflictos son parte de nuestra vida cotidiana y una gran fuente de aprendizaje. Aprender a manejarlos y evitar sus efectos negativos se convierten en constantes retos, sin embargo, todos tenemos recursos innatos que nos permiten abordarlos, el ser humano sobrevive gracias a ello, pero podemos mejorar nuestra capacidad de respuesta ante el conflicto. Hoy en día existe mayor comprensión de nuestra condición humana y es por eso que podemos tener estrategias más acertadas y útiles para manejar los conflictos que las que tuvieron las generaciones anteriores; los conflictos cambian y por ello es importante que también cambiemos nosotros.

Si miramos nuestro entorno, quizás veamos que las personas adultas con los que hemos crecido no tienen tan desarrolladas estas habilidades, y es probable que no hayan sido un modelo adecuado de orientación. Tal vez por esa razón nos es complejo abordar las dificultades que surgen en las relaciones personales, y que debido a esto nos dé temor dar nuestras opiniones, evadamos la discusión, imponemos nuestro criterio sin escuchar, o tengamos dificultad para ceder y ponernos en el lugar del otro, etc. Luego es importante pensar y hablar del conflicto en la dimensión de las relaciones interpersonales porque en este caso nos disponemos a asociarnos con otros para la acción colectiva, que no es otra cosa que la decisión libre y voluntaria de emprender juntos un negocio.

ACTIVIDAD: JUEGO DE ROLES

Defina una situación problema o conflicto que se pueda presentar en una comunidad, empresa u otro sitio.

- Defina los roles (personas) que intervienen en esa situación problema.
- Defina las causas o conflictos que se presentan en la situación problema.
- ¿Cuáles serían los principales puntos que podría mejorar en estas situaciones?
- Si usted fuera parte de este conflicto, ¿cuál sería su posición ante la situación?
- Realice conclusiones de esta actividad.

Resolución de conflictos

Nuestro punto de partida puede ser el siguiente: Para afrontar las diferencias con los otros hay que tener confianza en uno mismo y en los demás. Significa que cada uno de nosotros puede alcanzar las metas que se propone y responder a sus necesidades, usando las habilidades sociales de manera eficaz y adecuada sin tener que irrespetar el proceso de los otros.

Cuando hay un conflicto nos encontramos frente a situaciones en las cuales puede haber intereses contrapuestos o en las que nos sentimos irrespetados. Las emociones básicas que se experimentan cuando se vive un conflicto son la rabia, la tristeza y el miedo. A veces de forma independiente y otras veces, todas a la vez.

El camino de la resolución de conflictos no es otra cosa que la expresión adecuada de nuestras emociones, la escucha efectiva de estas en los demás y la búsqueda de alternativas válidas para que los miembros que experimentan el conflicto establezcan acuerdos.



MOMENTO PARA REFLEXIONAR

Tómese el tiempo necesario para reflexionar sobre las siguientes preguntas, las cuales le ayudarán a entender la ruta para comunicarse mejor en la resolución de un conflicto:

1. Reconocer y aceptar las propias emociones:

¿Cuáles de mis necesidades no se han satisfecho en una situación determinada y me han llevado a experimentar tristeza, miedo o rabia?

2. Identificar y respetar las emociones de los demás:

¿Cuáles emociones reconozco en mis vecinos u otros miembros de la comunidad? ¿Cómo respeto sus emociones? ¿Cómo manejan ellos sus emociones negativas?

3. Identificar los pensamientos que genero ante los problemas:

¿Cómo me siento cuando se me presenta un problema? ¿Qué pensamientos me vienen a la mente?

4. Expresar con afecto y calma:

¿Cómo me expreso con mis vecinos y otros miembros de mi comunidad cuando tengo emociones negativas como miedo, rabia o tristeza?

Actividad: El globo

- Tome un globo.
- Piense en una situación de conflicto que se pueda presentar en su proyecto productivo.
- Infle el globo.
- Describa con una palabra la situación en el globo con un marcador.
- Espere que el facilitador pinche su globo.
- Siga la reflexión que propone el facilitador.



- Busque un ambiente adecuado para hablar, que sea tranquilo, íntimo, neutral y que facilite el diálogo.
- Escuche al otro cuando habla; respete su palabra, no lo interrumpa.
- Cuide la comunicación no verbal: mire a los ojos cuando le hablen, muestre respeto por la opinión y sentimientos del otro.
- Pida las cosas de manera amable, es decir, haga una petición, no una exigencia.
- Haga preguntas y sugerencias, no acusaciones, con esto solo se consiguen actitudes de ataque y defensa que impiden llegar a soluciones.
- No adivine el pensamiento del otro. Pregúntele. Concéntrese en el tema de la discusión. No saque a relucir asuntos pasados.
- Plantee los problemas en su momento, no los acumule. El resentimiento le hará explotar en el momento menos oportuno.
- Acepte las responsabilidades propias. No culpe de todo a los demás.
- Ofrezca soluciones. Trate siempre de llegar a un acuerdo.
- Haga ver al otro que lo ha entendido, destacando aquello en lo que esté de acuerdo. Exprese también lo que le agrada del otro.
- Evite la crítica inadecuada, comentarios negativos, el sarcasmo o la ironía. Esto solo responde al deseo de castigar al otro o de humillarlo, es una venganza, no una búsqueda de soluciones.
- Pregunte al otro qué se puede hacer para mejorar las cosas.
- Interésese por las actividades del otro.

Notas

MERCADEO 2

A large rectangular area with horizontal lines, intended for writing notes. The lines are evenly spaced and cover most of the page's width and height.

Mercadeo 2

MERCADEO DOS

DURACIÓN	3 HORAS
DEFINICIÓN	En esta sesión se buscará la creación de valor agregado en los negocios analizando las fortalezas y debilidades de los emprendedores frente a la competencia que tienen.
OBJETIVO	Identificar potenciales clientes y competidores para promocionar el negocio y aumentar las ventas, lo que permitirá cumplir el mapa de sueños definido por el emprendedor.

«Con las herramientas de mercadeo puede organizar sus ideas para promocionar el negocio y aumentar las ventas»



ACTIVIDAD

Quiénes me compran y qué vendo

Esta actividad pretende aplicar lo aprendido en el caso de las empanadas de Carlos visto en la sesión anterior.

En el siguiente cuadro dibuje su producto o servicio y debajo descríballo brevemente. Resalte sus características más importantes y responda ¿Qué ve en los globos alrededor del espacio a dibujar?

- Si va a trabajar sobre un producto tenga en cuenta factores como: materiales, tamaño, apariencia, textura, sabor, frescura, tiempo de duración, empaque, entre otros.
- En el caso de un servicio considere la forma en que se presta, las características de los materiales que usa para prestarlo, sus beneficios, el tiempo necesario para ofrecerlo, la atención al cliente o las particularidades del lugar donde se presta el servicio.
- Si va a comercializar un producto tenga en cuenta sus características, proveedores y condiciones, canales de distribución, almacenamiento del producto, empaque, etc.
- Resalte los aspectos que diferencian a su producto o servicio de otros.

EJEMPLO 1: Doña Marta vende perros calientes para unos colegios.

Salchichas
Pan para perro
Salsas
Papas fritas

Costo de producción
normal \$800
especial \$1000
precio normal \$1200
perro especial \$1800

Perro especial con pan americano 30 cm y perro normal con pan tradicional 15 cm, papas fritas

Las salsas y las papas fritas encima le dan un toque especial

Cajita de cartón para llevar en forma de perro caliente, Servilletas con logo.

Limpio y muy provocativo con la caja y las servilletas con el logo.

7 minutos en preparar un perro caliente en promedio

EJEMPLO 2: Diana presta el servicio de peluquería a domicilio.

DIBUJE Y ESCRIBA

Tijeras, secador, peinitas, plancha, cepillos, rulos, tinte de pelo

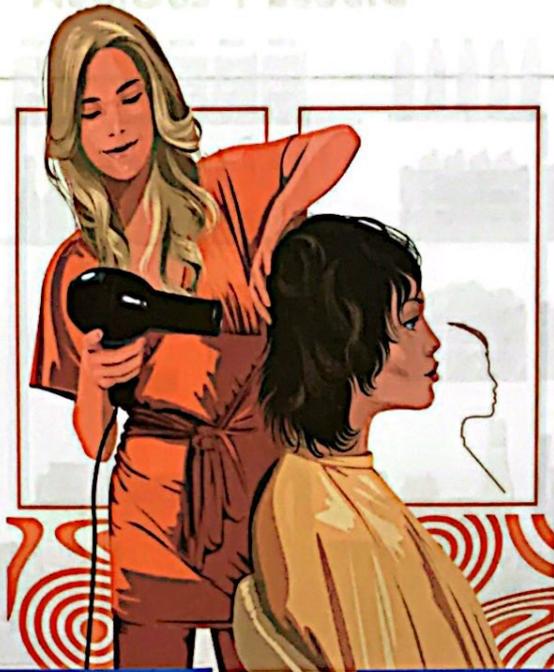
\$300 cepillado
\$5.000 corte
\$15.000 tinte

A domicilio en casa de mis clientes

El servicio a domicilio e implementos limpios

No tiene que moverse de su casa
Puntualidad

Una hora por cliente en promedio



Lo que voy a vender

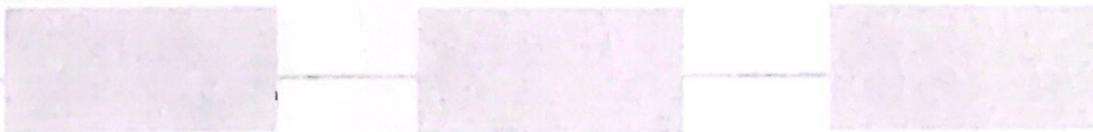
Instrucción:

- En el siguiente cuadro haga un dibujo del producto o servicio y debajo escriba de qué se trata.
- En los espacios que se encuentran alrededor del cuadro describa los detalles más importantes del producto o servicio.

Por ejemplo:

- Empaque que conserva bien el producto.
- fácil de abrir.

Tenga en cuenta si se trata de un producto o servicio para especificar los aspectos que considere necesarios.





COMPLETE EL SIGUIENTE CUADRO: DIBUJE Y ESCRIBA

¿Qué materiales o insumos necesita?

¿Cuál es su costo?
¿Cuál es su precio?

¿Que tamaño va tener?

¿Cuál es la principal característica?

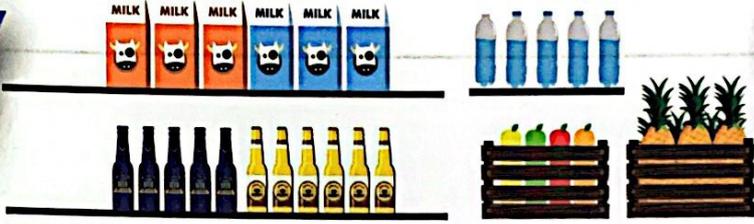
¿Cómo es el empaque?

¿Cómo se ve mi producto?

¿Cuál es el tiempo de producción?

EJEMPLO 3: Sara tiene una tienda en su barrio

Un espacio ordenado con los productos exhibidos. Caja registradora



Tengo una tabla dónde ordeno todos los productos con el costo y el precio especificando la ganancia

Tengo un local pequeño que utilizo para la tienda. También se hacen domicilios



La gran variedad de productos y el servicio a domicilio

Todo tipo de alimentos en paquetes y algunas verduras, huevos y leche

Todos los días de 8:00 am a 8:00 pm
El domingo hasta las 6:00 pm





COMPLETE LOS SIGUIENTES CUADROS: DIBUJE Y ESCRIBA

¿Qué necesita para prestar el servicio?

¿Cuál es su costo?
¿Cuál es su precio?

¿Cómo prestas el servicio?

¿Cuál es la principal característica?

¿Cuáles son sus beneficios?

¿Cuál es el tiempo de prestación del servicio?

¿Quiénes me van a comprar?

Con dibujos, fotos o recortes elabore un 'mapa' para saber dónde y quiénes son los clientes naturales y potenciales de su producto o servicio. Para esta actividad tenga presente las categorías del siguiente cuadro:

Marque con una **X** las características de los potenciales compradores. Puede señalar más de una opción.

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN	
¿Quiénes son mis clientes?	Vecinos, conocidos, amigos	
	familia	
	Comunidad en general	
	Institución (colegios, jardines, iglesias, comunidades, religiosas, centros deportivos, etc.)	
	Otro ¿Cuál?	
¿Quiénes usan mis productos?	Niños (0 a 11 años)	Personas mayores (60 años o más)
	Adolescentes (12 a 18 años)	Familiares
	Adultos (18 a 59 años)	Otro ¿Quién? _____
	Calles del barrio	Plaza o feria comercial del municipio
¿A dónde les voy a vender a los clientes	Vereda	Otro municipio vecino
	En mi hogar	Negocio de un conocido
	Local propio	Otro
¿Cada cuánto tiempo estimas que los clientes compran el producto o servicio?	Diario	Quincenal
	Dos a tres veces a la semana	Manual
	Semanal	Semestral

La competencia

Esta actividad tiene como propósito identificar los competidores y determinar cómo puede diferenciarse el negocio para atraer más clientes.

Entendiendo el concepto de ventajas ante la competencia

Cada uno de los participantes deberá relacionar las características de sus competidores.

En esta tabla se identifican las fortalezas que tiene el competidor con respecto al negocio del emprendedor. Por ejemplo: si mi competidor tiene precios más económicos tendrá una ventaja en este aspecto con respecto a mi producto, así que se debe marcar X en este campo. De igual manera si su calidad es mayor o tiene mayor surtido, representa ventajas frente a mi proyecto.

CARACTERÍSTICAS. EL COMPETIDOR...	NOMBRE COMPETIDOR 1	NOMBRE COMPETIDOR 2	NOMBRE COMPETIDOR 3
Tiene una marca o nombre reconocido entre los clientes			
Tiene gran variedad de productos			
Se caracteriza por su alta calidad			
Es reconocido por los beneficios a la salud			
Tiene precios de venta competitivos			
Es reconocido por su excelente atención a los clientes			
Tiene un lugar de trabajo de muy buenas condiciones para el negocio			
Tiene un horario de atención más extenso (más días de los que yo atendería)			
Tiene material de publicidad para los clientes			
Presta servicio a domicilio			
Tiene ubicación reconocida y central de negocio			
TOTAL (suma las X)			

Las siguientes tablas deben caracterizar a su competencia en caso de que su negocio sea de tipo pecuario, agrícola, comercial o de servicios.

CARACTERÍSTICAS PROYECTOS PECUARIOS	NOMBRE COMPETIDOR 1	NOMBRE COMPETIDOR 2	NOMBRE COMPETIDOR 3
Razas			
Tipo de negocio			
Calidad			
Beneficios de los productos o servicios para los clientes			
Precios de venta			
Atención de los clientes (directo, intermediario, etc.)			
Manejo del sistema productivo (tradicional o ecológico)			
Reconocimiento en el mercado			
Ubicación del proyecto (facilidades de transporte, acceso)			
TOTAL (Suma las X)			

CARACTERÍSTICAS PROYECTOS AGRÍCOLAS	NOMBRE COMPETIDOR 1	NOMBRE COMPETIDOR 2	NOMBRE COMPETIDOR 3
Presentación de los productos			
Variedad			
Manejo del sistema productivo (tradicional, limpio y orgánico)			
Beneficios de los productos o servicios para los clientes			
Precios de venta			
Atención de los clientes (directo, intermediario, etc.)			
Ubicación del proyecto			
Reconocimiento en el mercado			
Sistema de distribución			
TOTAL (Suma las X)			

CARACTERÍSTICAS PROYECTOS COMERCIALES/SERVICIOS	NOMBRE COMPETIDOR 1	NOMBRE COMPETIDOR 2	NOMBRE COMPETIDOR 3
Presentación de los productos			
Variedad			
Calidad de los insumos			
Beneficios de los productos o servicios para los clientes			
Precios de venta			
Atención de los clientes (amabilidad, paciencia, negociación, hacer lo posible para que el cliente esté satisfecho)			
Presentación del sitio de trabajo (iluminación, aseo, facilidad para caminar)			
Horario de atención			
Publicidad y promoción			
Ubicación del negocio			
TOTAL (Suma las X)			

¿Qué tiene mi negocio y qué debo hacer para vender más?

Instrucciones

- Analice el negocio de acuerdo con las características que se presentan en la siguiente tabla.
- Marque con una **X** la columna correspondiente.
- Sume las **X** de cada una de las columnas para identificar las fortalezas y debilidades. Esto permite identificar los aspectos a revisar para la formulación de los planes de mejoramiento y proyección.



CARACTERÍSTICAS	FORTALEZA DE MI NEGOCIO	A MEJORAR
Presentación de los productos		
Variedad del surtido		
Calidad de los insumos		
Beneficios de los productos o servicios para los clientes		
Precios de venta		
Atención de los clientes (amabilidad, paciencia, negociación, hacer lo posible para que el cliente esté satisfecho)		
Presentación del sitio de trabajo (iluminación, aseo, facilidad para caminar)		
Horario de atención		
Publicidad y promoción		
Servicio a domicilio		
Ubicación del negocio		
TOTAL (Suma las X)		

¿Qué tiene mi negocio y debo mejorar?

De acuerdo con los resultados del ejercicio anterior, identifique qué aspectos debe mejorar. Por ejemplo:

- Debo ampliar mi variedad de productos.
- Debo realizar volantes más llamativos porque la competencia es reconocida por estos.

Escriba las tres debilidades más importantes:

FORTALEZAS

Identifique qué lo hace ser mejor en su negocio, en qué se destaca. Por ejemplo:

- Tengo un alto reconocimiento por mi calidad entre los clientes.
- Me destaco por la amabilidad en el servicio.
- Soy el único que presta servicio a domicilio.

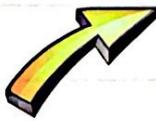
Escriba las tres fortalezas más importantes:

ACTIVIDAD EN CASA

Recorra el barrio o vereda comentando a los vecinos sobre el negocio en construcción. Deben realizar una lista de interesados ¡¡El reto es hacerlos clientes!

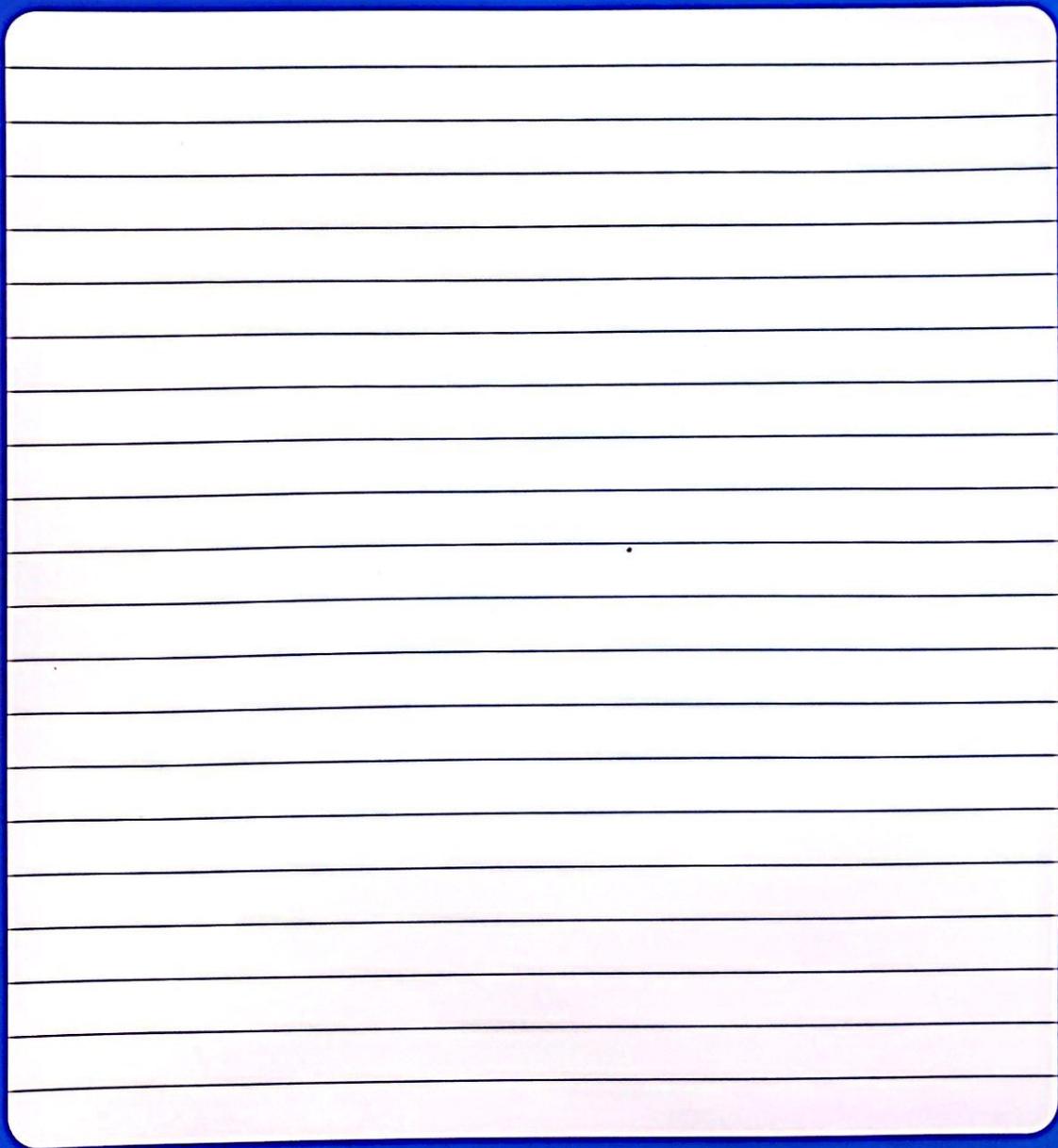
Los emprendedores deben recorrer su barrio generando un voz a voz, y crear un listado de potenciales clientes de sus productos o servicios.

Nombres y Apellidos	Teléfono / Celular	Dirección	Interesado en
Andrea Guzmán	307 4948	Kra 4.134	Zapatos en cuero



Notas

FINANZAS 2



Finanzas 2

Exposiciones

DURACIÓN	3 HORAS
DEFINICIÓN	Saber cómo establecer el precio de los productos que ofrecen en el negocio o de los servicios que prestan de forma correcta, es algo necesario para el buen desarrollo del mismo, ya que esto puede determinar las ganancias o pérdidas del negocio.
OBJETIVO	Desarrollar competencias y conocimientos que permitan utilizar herramientas básicas para la interiorización de hábitos financieros y contables del negocio.

«Definir el precio y el margen de ganancia del negocio ayudará a proyectar de forma correcta las ventas»



GLOSARIO

Precio de venta: es el valor que se le asigna a los productos o servicios que se tienen para la venta.

Costos variables: son aquellos que varían de acuerdo con el volumen de la producción del negocio. Por ejemplo: el costo destinado a la harina para arepas cambia dependiendo de la cantidad de arepas por hacer.

Flujo de caja: es un registro de datos en el que se presentan todos los movimientos financieros, tanto el dinero que entra como el que sale durante un periodo determinado.

Proyección de ventas: es la cantidad de dinero que se espera en un periodo determinado.

Ganancia: es la cantidad de dinero que queda después de pagar todos los costos referidos al producto o servicio vendido.

Punto de equilibrio: es el nivel de las ventas en el cual los costos que se tienen para la producción de un producto o servicio se encuentran cubiertos con los ingresos del negocio.

Definición	Definición
Precio de venta y ganancia En el ejemplo de las arepas de la sesión de finanzas 1, se determinó:	OBJETIVO

Costo total = \$582

El costo total (es igual a la sumatoria de costos fijos más costos variables) de la producción de una arepa es de \$582. La ganancia que esta persona espera tener con la venta de esa arepa y teniendo en cuenta los precios de la competencia, es del 50 % que equivales a \$582. El cálculo es el siguiente:

Precio de venta = Costo total / (1 - %Ganancia esperada)

Precio de venta = $\$582 / (1 - 0.5)$

Precio de venta = \$1.164

Como la arepa no se va a cobrar a \$1.164, se ajusta el precio para que sea más exacto, es decir, el precio de venta sería de \$1.200

La ganancia es la diferencia que hay entre el precio de venta y el costo total, en este caso sería:

$\$1200 - \$582 = \$618$

La proyección de unidades a vender en un periodo de tiempo se define considerando el mercado al cual se le va a ofrecer el producto, el lugar donde se va a ubicar el negocio y la promoción que se va a hacer del producto.

PROYECCIÓN DE VENTAS Y FLUJO DE CAJA

Periodo	Producto	Precio Utilidad A	Proyección Unidades a vender B	Costos variables por utilidad C	Total, venta en pesos del periodo D	Costos fijos por periodo E	Costo variable por periodo B*C=F	Deudas G	Ganancias D-E-F*G	Ahorro (10%)
1er mes	Arepa	\$ 1.200	150	\$ 402	\$ 180.000	\$ 260.000	\$ 60.300		-\$140.300	
2do mes	Arepa	\$ 1.200	240	\$ 402	\$ 288.000	\$ 260.000	\$ 96.400	\$ 20.000	-\$88.480	
3er mes	Arepa	\$ 1.200	259	\$ 402	\$ 310.000	\$ 260.000	\$ 104.118	\$ 20.000	-\$73.318	
4to mes	Arepa	\$ 1.200	351	\$ 402	\$ 421.200	\$ 260.000	\$ 141.102	\$ 20.000	\$ 98	
5to mes	Arepa	\$ 1.200	400	\$ 402	\$ 480.000	\$ 260.000	\$ 160.800	\$ 20.000	\$ 39.200	\$ 3.920
6to mes	Arepa	\$ 1.200	500	\$ 402	\$ 600.000	\$ 260.000	\$ 201.000	\$ 20.000	\$ 119.000	\$ 11.900

El total de la venta en pesos del periodo (D) es la multiplicación de la proyección de unidades a vender y el precio por unidad. $A*B$

Ejemplo 4to mes

Total venta en pesos del periodo = Proyección unidades a vender*precio unidad

Total venta en pesos del periodo=351*\$1200

Total venta en pesos del periodo=\$421.000

Para los costos fijos por periodo (E) debe tener en cuenta la ficha de costos que se utilizó para el producto.

El costo variable por periodo (F) se obtiene de la multiplicación de la proyección de unidades a vender por el costo variable por unidad. $B*C$

La ganancia se calcula restando del total de la venta, en pesos, del periodo y el dinero que adeude en ese periodo.

Ejemplo 4to mes

Ganancia=Total venta en pesos del periodo (D) - Costos fijos por periodo (E) - Costos variables por periodo (F) - Deudas (G)

Ganancia= \$421.000-\$260.000-\$141.102 - \$20.000

Ganancia= \$ 98

El ahorro se debe calcular pensando en el mapa de sueños. Debe ser un valor que le permita alcanzar la cantidad necesaria para que pueda cumplir esos sueños en el tiempo pensado.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es la operación donde sus ventas cubren los costos fijos y variables. No hay pérdida ni ganancia.

arepas vendidas al mes n	Costo Total (Capital de trabajo invertido) \$582*n A	Ingresos por la venta \$1200*n B	Ganancia		Costos fijos Mensuales D	Utilidad o Pérdida C - D
			Total	B-A C		
20	\$ 11.640	\$ 24.000	\$ 12.360		\$ 260.000	-\$ 247.640
40	\$ 23.280	\$ 48.000	\$ 24.720		\$ 260.000	-\$ 235.280
80	\$ 46.560	\$ 96.000	\$ 49.440		\$ 260.000	-\$ 210.560
160	\$ 93.120	\$ 192.000	\$ 98.880		\$ 260.000	-\$ 161.120
320	\$ 186.240	\$ 384.000	\$ 197.760		\$ 260.000	-\$ 62.240
421	\$ 245.022	\$ 505.200	\$ 260.178		\$ 260.000	\$ 178
450	\$ 261.900	\$ 540.000	\$ 278.100		\$ 260.000	\$ 18.100
550	\$ 320.100	\$ 660.000	\$ 339.900		\$ 260.000	\$ 79.900
600	\$ 349.200	\$ 720.000	\$ 370.800		\$ 260.000	\$ 110.800

El costo total (A) es la multiplicación del costo por unidad por el número de arepas vendidas al mes. $\$582 * n$

Los ingresos por la venta (B) es la multiplicación del número de arepas vendidas en el mes por el precio de venta establecido. $\$1.200*n$

La ganancia total (C) es la resta entre los ingresos por la venta y el costo variable total. B-A

Los costos fijos mensuales (D) son los que establecemos al principio (servicios, arriendo, etc.)

La ganancia o pérdida es la resta entre la ganancia total y los costos fijos mensuales.

Ejemplo: 421 arepas vendidas al mes

Costos total = Costo por unidad X número de unidades vendidas al mes

Costo total = $\$582 \times 421$

Costo total = $\$245.022$

Ingresos por venta = número de unidades vendidas al mes X precio de venta establecido.

Ingresos por venta = $421 \times \$1200$

Ingresos por venta=\$505.200

Ganancia total = Ingresos por ventas – Costo variable total

Ganancia total = \$505.200 - \$245.022

Ganancia total= \$260.178

Costos fijos mensuales = luz + agua + arriendo

Costos fijos mensuales = \$50.000 + \$10.000 + \$200.000

Costos fijos mensuales = \$260.000

Ganancia o pérdida = Ganancia total – Costos fijos mensuales

Ganancia o pérdida = \$260.178 - \$260.000

Ganancia o pérdida = \$178

Para este caso el punto de equilibrio se logra vendiendo 421 arepas

ACTIVIDAD EN CASA

Determine el flujo de caja y el punto de equilibrio para su negocio. Tenga en cuenta el tipo de negocio que va a crear si es de comercialización, servicio, o de tipo rural.



Periodo	Producto	Precio Utilidad A	Proyección Unidades a vender B	Costos variables por utilidad C	Total, venta en pesos del periodo	Costos fijos por periodo E	Costo variable por periodo B*C=F	Deudas G	Ganancias D*E*F*G	Ahorro (10%)
1er mes										
2do mes										
3er mes										
4to mes										
5to mes										
6to mes										

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es la operación donde sus ventas cubren los costos fijos y variables. No hay pérdida ni ganancia.

Número de arepas vendidas al mes n	Costo Total (Capital de trabajo invertido) $\$582 \cdot n$ A	Ingresos por la venta $\$1200 \cdot n$ B	Ganacia Total B-A C	Costos fijos Mensuales	Utilidad o Pérdida

¿Qué es el libro diario?

Es el libro en el que se anotan las operaciones comerciales y personales, ya sean ingresos o gastos. Esta herramienta la vamos utilizar para organizar las finanzas del negocio y del hogar.

- Por fecha: Es muy importante organizarlos por fecha para identificar en qué días hay más gastos o ingresos y qué decisiones tomar de manera acertada.
- Por tipo: Diferenciar los gastos y los ingresos es fundamental, pues se debe identificar en dónde se registran entradas o salidas de dinero en el negocio y en el hogar.

GLOSARIO

Fecha: siempre se pone la fecha del movimiento. Se debe escribir en el orden en que realizamos los movimientos para no alterar el saldo real. Se recomienda escribir siempre bajo el mismo formato (por ejemplo: dd-mm-aaaa o dd/mm/aa).

Concepto: es la descripción del movimiento que se realizó, sea ingreso o gasto. Ejemplo: Venta de 50 arepas Panadería la Milagrosa.

Ingresos diarios de la empresa: son los dineros que recibimos por motivo de nuestro negocio, que debemos escribir en números para poder sumar.
Ejemplo: venta de tres gallinas ponedoras o cuatro masajes realizados en el día.

Gastos diarios de la empresa: los dineros para pagar el funcionamiento o la prestación de un servicio, se deben escribir en números para poder restar. Ejemplo: comprar cremas para el negocio de peluquería o concentrado para engordar animales, pago por el alquiler de una maquinaria, entre otros.

Ingresos diarios del hogar: es todo lo que recibimos en dinero que sea producto de los miembros de la familia, el cual debemos escribir en números para poder sumar. Ejemplo: El salario por trabajo del mes de marzo que recibe la madre o un jornal del hijo mayor.

Gastos diarios del hogar: es el dinero que destinamos a cubrir las necesidades de nuestro hogar, el cual debemos escribir en números para poder restar. Ejemplo: Compra de uniformes del colegio de los niños o el pago del servicio de luz.

Saldo es el equivalente a:

Ingresos de la empresa – Gastos de la empresa + Ingresos del hogar – Gastos del hogar.

Es decir, se suman mis ingresos y se restan mis gastos para saber cuál es mi dinero disponible al final de los ingresos y los gastos diarios.

Algunos ejemplos:

Fecha	Cocepto	Ingresos diarios de la empresa	Gastos diarios de la empresa	Ingresos diarios del hogar	Gastos diarios del hogar	Saldo
3/07/2015	Compra de secador			10.000		-10.00
3/07/2015	Compra de silla para peluquería			20.000		-30.000
5/07/2015	Atención 10 clientes	50.000				20.000
7/07/2015	Cuota grupo de ahorro				20.000	0

Doña Marta es peluquera y compra un secador de pelo y una silla a 10000 pesos y 20000 pesos respectivamente, el 3 de julio de 2015. Atiende a 20 clientes a 5000 pesos el servicio, el día 5 de julio de 2015 y de esto ahorra 20000 pesos para una remodelación de su hogar a futuro en un grupo de ahorro todos los días, el día 7 de cada mes.

¿Cómo lo registramos en el libro diario?

Fecha	Cocepto	Ingresos diarios de la empresa	Gastos diarios de la empresa	Ingresos diarios del hogar	Gastos diarios del hogar	Saldo



Notas

**PLANES DE MEJORAMIENTO Y
EXPOSICIONES PLANES DE
NEGOCIO**

A large, empty, lined writing area on a blue notebook page. The lines are horizontal and evenly spaced, providing a space for notes or a business plan.

PLANES DE MEJORAMIENTO Y EXPOSICIÓN DE PLANES DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN

Todo plan en la vida requiere ajustes y mejoras. La vida en sí misma es un proceso constante de transformaciones, por lo que es importante estar abierto al cambio, que es lo único permanente, especialmente en el mundo empresarial.

En esta etapa de creación de la unidad de negocios, evaluaremos y haremos los ajustes necesarios a que haya lugar, con la asistencia de los gestores y talleristas, quienes seguirán acompañando esta gesta, sin olvidar que, una vez concluya esta fase, se debe continuar con el proceso.

OBJETIVOS

- Realizar los planes de mejora establecidos en los pasos anteriores, con el fin de realizar los ajustes necesarios para dejar en el mejor y mayor estado de avance la unidad de negocios.
- Realizar las acciones establecidas en el plan de mejora.
- Preparar la exposición del plan de negocio como parte final del proceso de consolidación de la unidad de negocios.

ACTIVIDAD: PROYECTO DE VIDA

En este punto debemos tomar cada una de las debilidades identificadas previamente en cada uno de los componentes (producción, mercadeo, ventas y administración) y establecer las acciones a desarrollar para potencializarlos y resolverlos asertivamente.

METAS A CUMPLIR POR COMPONENTE

COMPONENTE				
META	PRODUCCIÓN	MERCADEO	VENTAS	ADMINISTRACIÓN
Corto plazo				
Mediano plazo				
Largo plazo				



PLAN DE MEJORA

META	DEBILIDAD	ACCIÓN	ESTRATEGIA	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE	PLAZO

**SERVICIO
A DOMICILIO**



EXPOSICIÓN PLANES DE NEGOCIO



INTRODUCCIÓN

Es el momento de defender nuestros sueños y sustentar el trabajo realizado en los últimos meses para la puesta en marcha de nuestra unidad de negocios. Para ello, y con el acompañamiento de los gestores, presentaremos nuestro plan de negocio como resumen de la unidad de negocios.

OBJETIVOS

- Realizar los planes de mejora establecidos en los pasos anteriores, con el fin de realizar los ajustes necesarios para dejar en el mejor y mayor estado de avance la unidad de negocios.
- Realizar las acciones establecidas en el plan de mejora.
- Preparar la exposición del plan de negocio como parte final del proceso de consolidación de la unidad de negocios.

PRESENTACIÓN PLAN DE NEGOCIOS:

Para esta actividad es importante considerar los siguientes aspectos:

LISTA DE CHEQUEO PLAN DE NEGOCIO

ACTIVIDAD	CUMPLIMIENTO
01 El plan de negocio contiene todos los componentes trabajados en el plan de formación.	
02 Está bien redactado.	
03 Los objetivos y metas de la unidad de negocio son claros.	
04 El plan de ventas y mercadeo es claro y concreto.	
05 Sustenta adecuadamente el plan de negocios ante un comité de evaluación.	
06 El plan de negocios está organizado según las indicaciones de los gestores.	



La equidad
es de todos

Prosperidad
Social