

Emprende CRFA

MI PLAN DE NEGOCIO

CUADERNO DE TRABAJO



PERÚ

Ministerio
de Educación

Adaptado del proyecto
Finanzas para emprender,
ejecutada por CEFI



Emprende CRFA

MI PLAN DE NEGOCIO

CUADERNO DE TRABAJO





MINISTERIO DE EDUCACIÓN

Dirección General de Educación Básica Alternativa, Intercultural Bilingüe
y de Servicios Educativos en el Ámbito Rural

Dirección de Servicios Educativos en el Ámbito Rural

CUADERNO DE TRABAJO Y FICHA PARA PLANES DE NEGOCIO SA

©Ministerio de Educación
Calle del Comercio 193, San Borja
Lima, Perú
Teléfono: 615-5800
www.gob.pe/minedu

Elaboración de contenido

Centro de Estudios Financieros - CEFI de la Asociación de Bancos del Perú
Fernando Guillen Ayala
Rosa Sánchez Zavala

Revisión pedagógica

Fernando Guillen Ayala
Rosa Sánchez Zavala

Diseño y diagramación

Centro de Estudios Financieros - CEFI de la Asociación de Bancos del Perú

Ilustración

Centro de Estudios Financieros - CEFI de la Asociación de Bancos del Perú

Corrección de texto

Andrea Ramos Lachi
Gerson Rivera Cisneros

Primera edición: 2019
Tiraje: 1077 ejemplares

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2019 - 10802

Se terminó de imprimir en septiembre del 2019 en los talleres gráficos de
Corporación Gráfica Navarrete S. A., sito en Carretera Central 759 Km 2, Santa Anita, Lima-Perú
Teléfono: 3620606 RUC: 20347258611

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de este documento
sin permiso del Ministerio de Educación.

Impreso en el Perú / *Printed in Peru*

PLAN DE NEGOCIO

NOMBRES Y APELLIDOS:

NOMBRE DEL CRFA:

PRODUCTO O SERVICIO QUE OFRECERÁ:

DIRECCIÓN:

TELÉFONO:

CELULAR:

CORREO ELECTRÓNICO:

Bienvenidos

Te damos la más cordial bienvenida al Programa Emprende CRFA, el cual se ha elaborado con la finalidad de brindarte todas las herramientas necesarias para iniciar tu camino como una persona emprendedora y gestionar eficientemente las finanzas de tu iniciativa.

El desarrollo de las sesiones de aprendizaje se realizará con el apoyo del texto que ahora tienes en tus manos, denominado *Emprende CRFA. Mi plan de Negocio*. Este material se ha diseñado con base en las visitas realizadas a algunos de los participantes del programa, las que se llevaron a cabo con la finalidad de contextualizar y acompañar los aprendizajes de cada sesión.

En este cuaderno de trabajo podrás encontrar los principales contenidos de cada una de las sesiones, los cuales serán desarrollados por un equipo de profesionales. Asimismo, en cada sesión encontrarás actividades de aprendizaje que te permitirán aplicar con mayor facilidad lo aprendido en las sesiones y llevarlo a la práctica en tu emprendimiento.

Durante el desarrollo de las sesiones contarás con un profesor, quien te acompañará durante todo el programa y será el encargado de resolver tus dudas e inquietudes sobre los contenidos que se vayan trabajando sesión a sesión.

Estamos seguros de que este programa será una excelente oportunidad para despertar en ti el espíritu emprendedor que llevas dentro y poner en práctica la idea de negocio que hayas identificado.

Antes de iniciar el desarrollo de este cuaderno, te sugerimos que revises el título de las sesiones del programa y la estructura metodológica de las sesiones.

Te presentamos un espacio donde podrás realizar apuntes, dudas y aportes que trabajarás en cada sesión.

Al finalizar cada sesión serás participe de tu propia evaluación.



Nota: Consideramos que el lenguaje escrito no ha encontrado aún una manera satisfactoria de nombrar tanto a mujeres como a varones con una sola palabra. Sin embargo, en este cuaderno hemos optado por acercarnos a lo dispuesto por la Real Academia Española y la Asociación de Academias de la Lengua Española, y emplear términos de género masculino de carácter colectivo o genérico para referirnos a mujeres y varones.

SESIONES DE APRENDIZAJE

Sesión 1
**NADA ME
LIMITA**



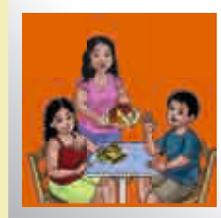
Sesión 2
**¡ESTUDIA EL
MERCADO!**



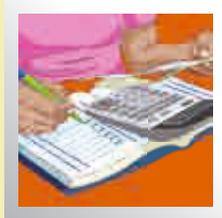
Sesión 3
MARKETÉATE



Sesión 4
**HAZ TU
PLAN DE
PRODUCCIÓN**



Sesión 5
**PONLE
PRECIO**



Sesión 6
**PLAN
FINANCIERO DE
TU NEGOCIO**



Sesión 7
**ELABORA EL
FLUJO DE CAJA
PROYECTADO**



Sesión 8
**INVERSIÓN
INICIAL Y
FINANCIAMIENTO**



Índice

Bienvenida	4
SESIÓN 1. ¡NADA ME LIMITA!	
Soy una persona emprendedora.....	10
¿Qué es una idea de negocio?.....	11
Debe generar ganancias	13
Cuestionario.....	15
¿Cuáles son las habilidades básicas de una persona emprendedora.....	17
Retos de la sesión	19
Mi autoevaluación	27
SESIÓN 2. ¡ESTUDIA EL MERCADO!	
Pero... ¿qué es el mercado?.....	31
¿Cómo se realiza un estudio de mercado?	32
Retos de la sesión	39
Modelos de entrevista	41
Mi autoevaluación	49
SESIÓN 3. MARKETÉATE	
¿Qué es el plan de <i>marketing</i> ? ¿Para qué sirve?	53
Retos de la sesión	58
Mi autoevaluación	65
SESIÓN 4. HAZ TU PLAN DE PRODUCCION	
¿Qué es un plan de producción? ¿Para qué sirve?.....	68
¿Cómo se desarrolla el plan de producción?.....	69
Retos de la sesión	78
Mi autoevaluación	87

SESIÓN 5. PONLE PRECIO	
¿Cómo calcular el precio?	91
Retos de la sesión	94
Mi autoevaluación	101
SESIÓN 6. PLAN FINANCIERO DE TU NEGOCIO	
Plan financiero de tu negocio.....	105
Retos de la sesión	110
Mi autoevaluación	116
SESIÓN 7. ELABORA EL FLUJO DE CAJA PROYECTADO	
Elabora el flujo de caja proyectado.....	119
Retos de la sesión	129
Mi autoevaluación	137
SESIÓN 8. INVERSION INICIAL Y FINANCIAMIENTO	
Inversión inicial y financiamiento	141
Retos de la sesión	144
Mi autoevaluación	151
FORMATOS	
SESIÓN 1. Idea de negocio	154
SESIÓN 2. Estudio de mercado	157
SESIÓN 3. Plan de <i>marketing</i>	160
SESIÓN 4. Plan de producción	162
SESIÓN 5. Asignación del precio y cálculo de ganancia	165
SESIÓN 6. Plan financiero	167
SESIÓN 7. Financiamiento de mi negocio.....	169



¡NADA ME LIMITA!



Retos de la sesión

- Inicia tu plan de ahorro.
- Conoce tus habilidades para emprender.
- Identifica la información general del plan de negocio.



SESIÓN ①

¡Nada me limita!

SOY UNA PERSONA EMPRENDEDORA

“¡Hola, soy Juanita! Desde pequeña siempre me he “cachueleado” vendiendo chocolates y queques. Poco a poco me di cuenta de que lo mío era el negocio de la comida”.

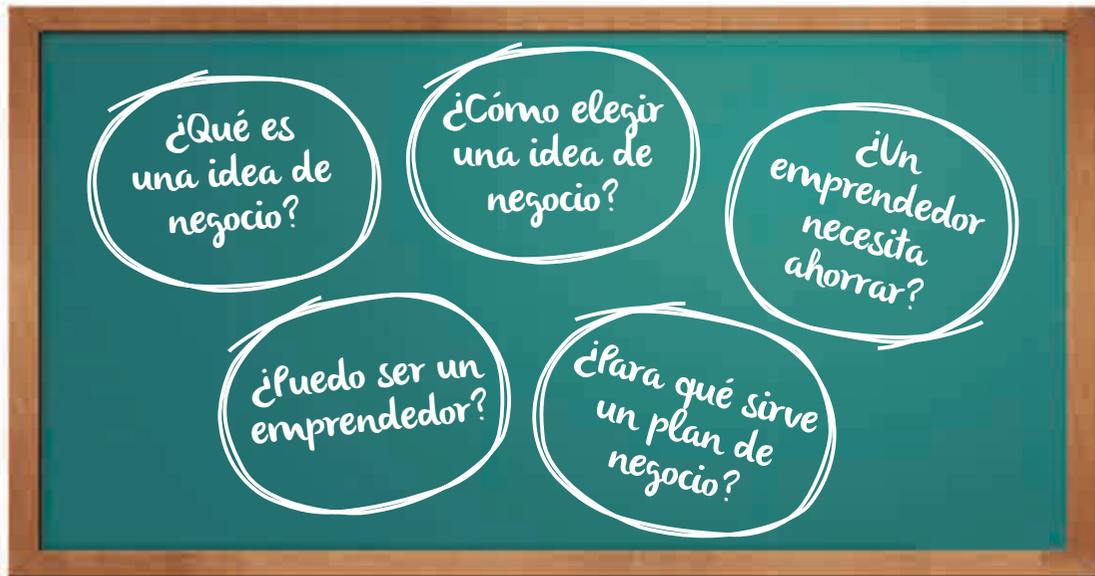
“Yo soy Joel, he trabajado en la chacra de mi papá desde niño y he aprendido a cultivar el cacao. Junto a Juanita, durante cada sesión, te iremos contando cómo logramos tener nuestro primer restaurante de comida local”.

¡Bienvenido!





Es normal que toda persona emprendedora inicie la formulación de sus ideas de negocio con muchas dudas, aquí algunas de las inquietudes que iremos resolviendo en esta primera sesión:



OPINA

Así como Juanita, existen muchos casos de personas emprendedoras con diversas motivaciones y habilidades que han logrado que sus negocios salgan adelante. ¿Te has preguntado cómo eligieron su idea de negocio? ¿Cómo lograron llevarla a cabo y no fracasar? Empezaremos preguntándonos: “¿Qué es una idea de negocio?”.

**¿Qué es una idea de negocio?
Una idea de negocio es el producto
o servicio que quiero ofrecer.**

Es importante que los planes de negocio consideren aspectos éticos y culturales de la localidad y que busquen generar resultados sociales y ambientales positivos en su entorno inmediato.

¿Cómo debe ser esta idea de negocio?

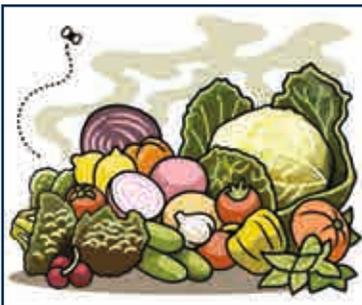
- Debe ser una respuesta creativa a una necesidad.
Te sugerimos idear nuevas soluciones para problemas ya existentes.

ACTIVIDAD

1. Revisa cada una de las siguientes imágenes, identifica qué problemas se muestran y completa los siguientes recuadros:

¿Qué problemas puedes identificar?

¿Qué idea de negocio podrías proponer que solucione la necesidad identificada?



Dibuja un problema de tu localidad

- **Debe generar ganancias**

Un negocio debe darte ingresos mayores a los que has invertido inicialmente y, para saberlo, debes llevar el control de las finanzas.

Revisa los siguientes casos:

Caso 1

Yessi tiene un negocio de venta de zapatos.

Ha comprado 50 pares de zapatos importados y el total de sus costos es de S/ 4000. Cada par de zapatos los está vendiendo a S/ 80.

¿Estará ganando? ¿Cuánto está ganando?

Caso 2

Julio tiene un negocio de decoración infantil.

Le han pedido su servicio para este sábado y sus costos en materiales e insumos es de S/ 2500. Julio le ha dicho a su cliente que el precio final por todo el servicio es de S/ 3200.

¿Consideras que su negocio está generándole ganancias?

Comenta cada caso y responde las siguientes preguntas:

- **¿Cómo sé si mi negocio genera ganancias o no?**

- **¿Qué le sucede a un negocio si no genera ganancias?**



- **Debe tener la posibilidad de crecer**

Es importante que la idea de negocio se inicie considerando las posibilidades de crecimiento que tendría, lo cual se hace presente en la definición de la **visión**.

- **Deben considerarse las implicancias éticas, sociales y ambientales**

¿Qué es la visión de un negocio?

Es el objetivo a largo plazo que se plantea la persona que tiene un negocio o dirige una empresa. La **visión** señala hacia dónde va, lo cual la ayuda a crecer, a no desviarse y a no perder de vista su sueño.

Observa las siguientes imágenes:



¿Qué negocio es?



¿Cómo se ve el negocio en el futuro?



¿Cómo elegir una idea de negocio?

Es probable que tengas muchas ideas para emprender un negocio, sin embargo, es importante que elijas una de ellas, en la cual concentrarás toda tu energía para poder validarla. Por ello, te sugerimos que utilices el siguiente cuestionario para seleccionar la idea de negocio que tenga mejores condiciones para iniciar.

Cuestionario

Evaluando mi idea de negocio

Marca la respuesta que más se ajusta a cada pregunta, de acuerdo con tu idea de negocio. Debes quedarte con la idea que más "Sí" obtuvo: esa es la idea de negocio que tiene las mejores condiciones para desarrollarse.

Preguntas orientadoras		Idea 1: _____		Idea 2: _____	
		Sí	No	Sí	No
1.	¿La idea me gusta y estoy motivado a ponerla en práctica?				
2.	¿He identificado una necesidad por satisfacer en mi localidad?				
3.	¿He identificado un mercado potencial para este producto o servicio?				
4.	¿Hay materias primas disponibles para fabricar y/o ofrecer este producto o servicio?				
5.	¿Puedo superar a la competencia?				
6.	¿Este negocio me permitirá obtener ganancias?				
7.	¿Me será posible producir este producto o servicio en mi localidad?				
8.	¿Las personas que son potenciales clientes me podrían preferir sobre la competencia?				
9.	¿Existen personas (potenciales clientes) que podrán consumir mi producto o servicio?				
10.	¿Es sencillo poder implementar este negocio?				
11.	¿Cuentas con las herramientas o equipos necesarios?				
12.	¿Cuentas con los recursos económicos para llevarlo a cabo?				
13.	¿Cuentas con la capacidad de calcular los costos?				
14.	¿Realmente la idea te gusta?				
15.	¿Cuentas con alguna experiencia previa en ese negocio?				
Totales					

¿Qué idea de negocio tiene las mejores condiciones para emprender?

Ahora que ya has elegido la idea de negocio que vas a desarrollar, es importante que realices todas las actividades que se propondrán durante las siguientes sesiones, pues te ayudarán a validar tu idea de negocio y a replantearla si es necesario, para que responda a una necesidad y a un público específico.

A lo largo de las sesiones iremos, trabajando diversos aspectos que forman parte de tu plan de negocio.

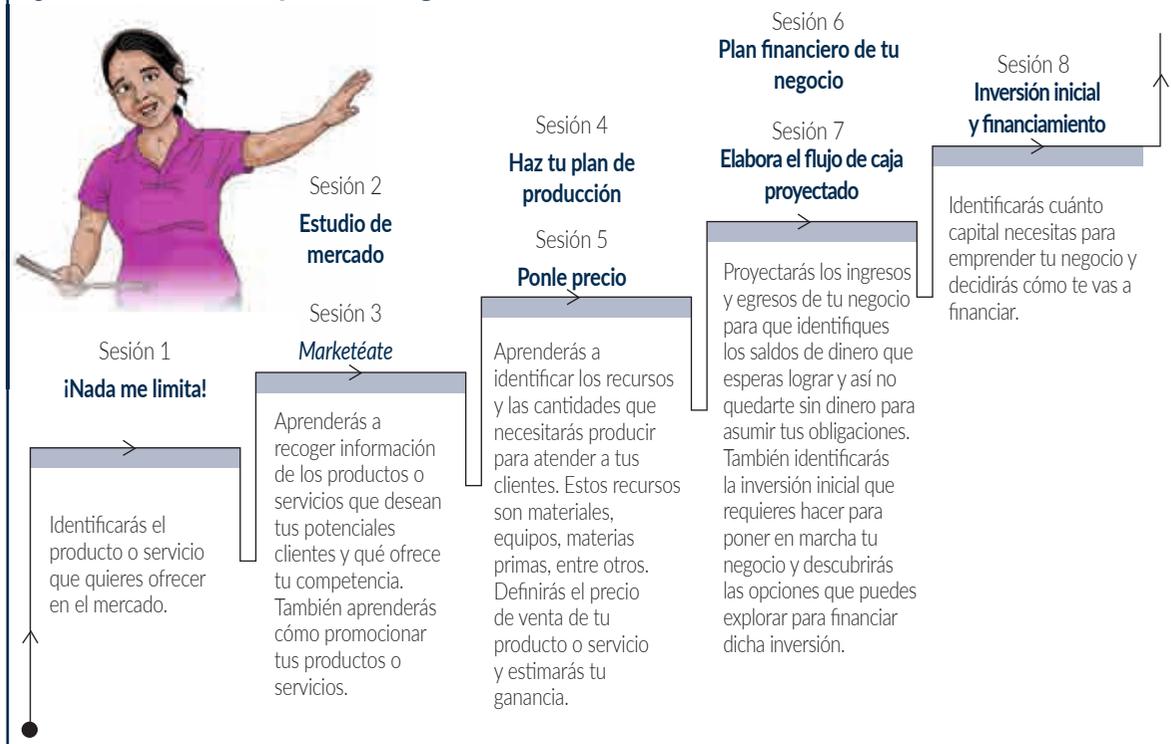
¿Qué es un plan de negocio?

Es un documento a través del cual la persona que va a emprender describe el detalle de cómo funcionará su negocio y todo lo que necesita para ponerlo en marcha.

¿Para qué sirve un plan de negocio?

- Plasmar tu idea de negocio.
- Evaluar tu negocio.
- Comunicar en qué consiste tu negocio.
- Identificar las posibilidades de éxito que tiene tu negocio.
- Gestionar un préstamo para iniciar tu negocio.

¿Qué contiene un plan de negocio?



* En el presente material se ha considerado una propuesta de plan de negocio adaptada para este proyecto.

Así como es importante contar con una buena idea de negocio, también es igual de necesario contar con un emprendedor con todas las habilidades que pueda ejecutarlo de la mejor forma.

¿Cuáles son las habilidades básicas de una persona emprendedora?



ACTIVIDAD

¿Cómo están tus habilidades para emprender? Realiza el siguiente cuestionario:

Cuestionario

Mis habilidades para emprender

Indicaciones: lee cada enunciado y marca con una \times la opción que represente mejor tu respuesta. Responde todas las preguntas.

		Sí	Bastante	Algo	No
		Siempre	Con frecuencia	Alguna vez	En lo absoluto
1.	¿Consideras que te puedes adaptar a los cambios?				
2.	¿Te gusta conocer/probar cosas nuevas?				
3.	¿Conoces tus fortalezas personales?				
4.	¿Confías en tus habilidades para lograr lo que te propongas?				
5.	¿Cumples todo a lo que te comprometes?				
6.	¿Eres de las personas que le gusta dar ideas diferentes?				
7.	¿Te consideras responsable?				
8.	¿Ahorras con frecuencia?				
9.	¿Te gusta hacer las cosas de forma diferente siempre?				
10.	¿Tienes un presupuesto para tus gastos personales?				
11.	Si algo no sale como lo esperabas, ¿lo intentas nuevamente?				
12.	Si te sientes inseguro de iniciar algo, ¿te arriesgas a intentarlo?				
13.	¿Te consideras bueno en lo que sabes hacer?				
14.	Si necesitas ayuda, ¿buscas el apoyo de otras personas?				
15.	¿Sacrificarías tu tiempo libre para lograr tus objetivos?				
16.	¿Eres bueno organizando actividades personales, familiares o de tu comunidad?				
17.	Cuándo tienes un problema, ¿avanzas hasta resolverlo?				
18.	¿Sabes en qué eres realmente bueno?				
19.	¿Sientes que el dinero te alcanza?				
20.	¿Tienes facilidad para comunicar ideas?				

Ahora que has respondido todas las preguntas, identifica (pinta o resalta) aquellas preguntas en las que respondiste:

Algo	No
Alguna vez	En lo absoluto

Consulta con tu profesor algunas actividades para que puedas empezar a trabajar tus respuestas. Colócalas en tu plan de mejora personal.

¿Qué es un plan de mejora personal?

Es un documento donde registrarás las actividades que realizarás para desarrollar las habilidades necesarias para ser una persona que emprende un negocio.

A continuación, te presentamos algunas de las habilidades de una persona emprendedora:

- Confía en sus capacidades para emprender.
- Conoce sus debilidades y fortalezas.
- Busca formas distintas de hacer las cosas.
- No se desanima ante los problemas.
- Cuida sus finanzas personales: tiene un plan de ahorro.

¿Qué es un plan de ahorro?

Es un documento donde registramos el monto de dinero que debemos ahorrar para alcanzar una meta. En este caso tu meta de ahorro será el capital para iniciar tu negocio.

Es importante que guardes tu ahorro en un lugar seguro; tu casa o una alcancía pueden ser fácilmente robadas, y podrías perder lo que tanto te costó tener. Visita y compara los productos de ahorro que ofrece el sistema financiero.

Las personas emprendedoras tienen grandes aspiraciones, están tan altamente motivadas que contagian al resto y son indestructibles ante el fracaso. Cuando un emprendedor piensa en el futuro, no lo ve como algo lejano sino el lugar que está construyendo a partir de las decisiones que tome en el presente.



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

- Tu idea de negocio debe generarte ganancias.
- Abre una cuenta de ahorro para iniciar tu emprendimiento, y si eres menor de edad, pide el apoyo de tus padres.
- Elige una idea de negocio con las mejores condiciones para emprender.



RETOS DE LA SESIÓN

Reto 1: abre una cuenta de ahorro personal para iniciar tu emprendimiento. Utiliza el formato “Plan de ahorro personal” (recuerda que si eres menor de edad deberás pedirle apoyo a tus padres).

Reto 2: trabaja en tus habilidades personales, habla con otros emprendedores, comenta tu idea de negocio, pide opiniones. Utiliza el formato “Plan de mejora personal”.

Reto 3: identifica la información general que utilizarás para tu plan de negocio.

Ficha

Plan de mejora personal

De acuerdo con el cuestionario “Mis habilidades para emprender”, completa en la siguiente tabla las habilidades personales en las que vas a empezar a trabajar para desarrollarte como emprendedor.

Habilidad a desarrollar	Actividades	¿Cómo?	¿Cuándo?	Cumplimiento
Coloca aquí la habilidad priorizada de acuerdo con el cuestionario “Mis habilidades para emprender”.	Coloca aquí una actividad sugerida por la persona que facilita tu grupo para ejercitarte en la habilidad indicada.	Explica cómo realizarás la actividad descrita: ¿en qué forma? ¿Qué características tendrá?	Indicar la frecuencia con la que se realizará la actividad señalada: semanal, quincenal, mensual.	La persona que facilita colocará aquí cómo percibe que estás realizando las actividades sugeridas.
Ejemplo: Comunicación oral	Ejemplo: Salir a participar en todas las sesiones del taller.	Ejemplo: Explicación oral preparada previamente	Ejemplo: Todas las sesiones del taller, en forma quincenal.	Ejemplo: ¡Muy bien!

Ficha

Plan de ahorro personal

Completa en la siguiente tabla las metas de ahorro que te has propuesto y cómo vas a llevarlas a cabo:

Meta de ahorro	¿Cuánto es la meta en soles?	¿Cuánto debo ahorrar al mes?	¿Cuándo?	Prioridad
Coloca aquí la meta de ahorro que te has propuesto.	Coloca aquí la meta equivalente en soles.	Coloca aquí cuanto se ahorrará cada mes.	Indica en qué fecha se sumarán esos ahorros.	Indica qué tan importante es esta meta. Siendo 1 muy importante.
Ejemplo: Capital para emprendimiento	Ejemplo: S/1000	Ejemplo: S/1000	Ejemplo: Enero 2019	Ejemplo: 1
Compra de máquina.	S/800	S/80	Marzo 2019	2

Cuadro comparativo de productos del ahorro

Entidad financiera	Nombre del producto financiero	Condiciones	Desde qué monto	Disponibilidad del dinero	Requisitos

Presupuesto personal

Periodo mensual/semanal

Concepto	Monto
Ingresos	
Ingresos fijos	
Ingresos variables	
Gastos	
Gastos fijos	
Gastos variables	
Ahorro	
Saldo	

The page contains a large rectangular area with horizontal ruling lines, intended for writing a work plan. The lines are evenly spaced and cover the majority of the page's width and height, leaving a margin at the top and bottom.

A large rectangular box containing 25 horizontal lines, intended for writing or drawing.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:



¡ESTUDIA EL MERCADO!



Retos de la sesión

- Realiza un estudio de mercado para validar tu idea de negocio.
- Actualiza tu idea de negocio.

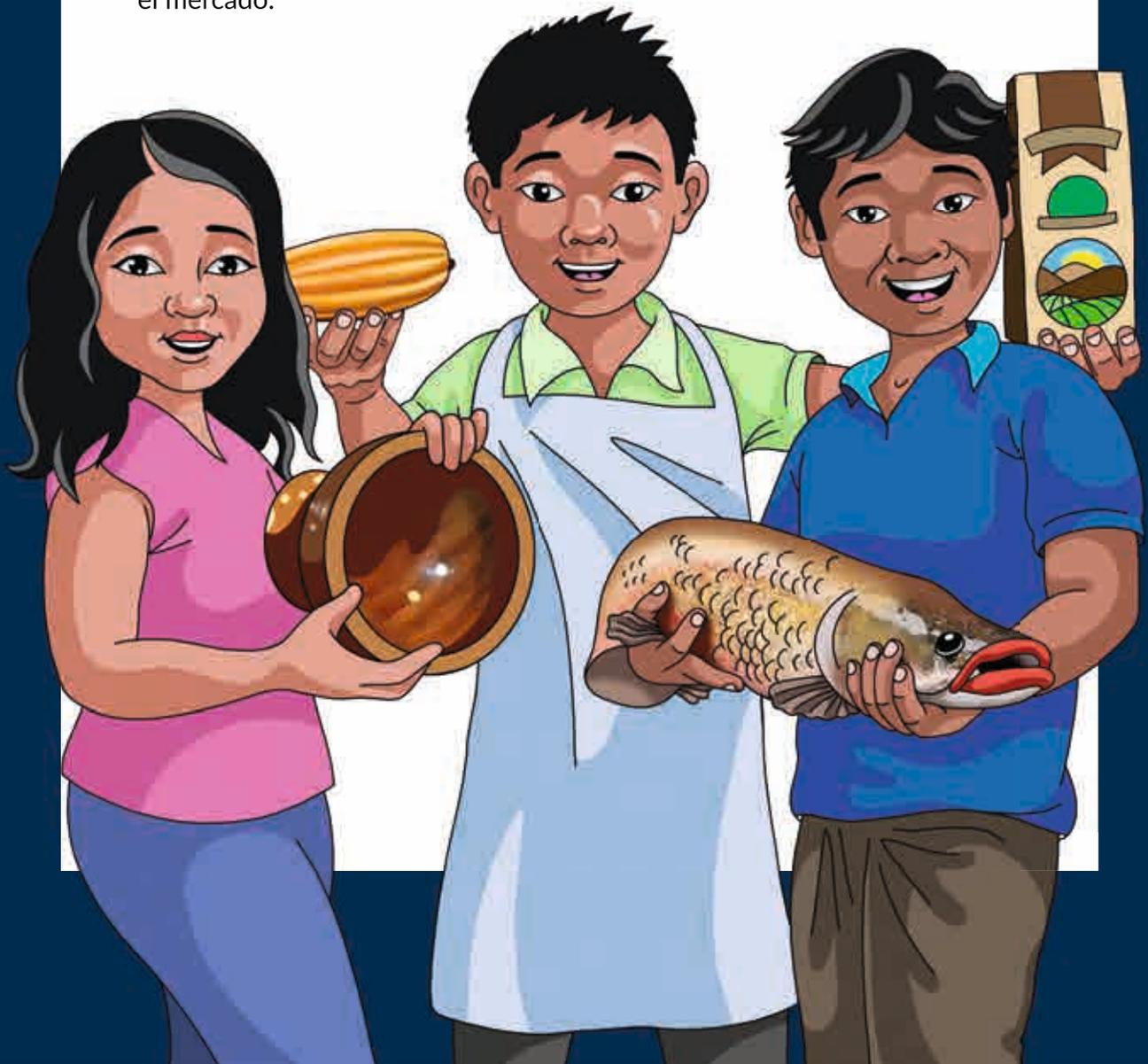


SESIÓN ②

¡Estudia el mercado!

Al igual que tú, cuando inicié mi negocio: un restaurante, empecé con una idea de negocio que poco a poco fui evaluando y validando.

A lo largo de esta sesión te mostraré qué herramientas utilicé para estudiar el mercado.

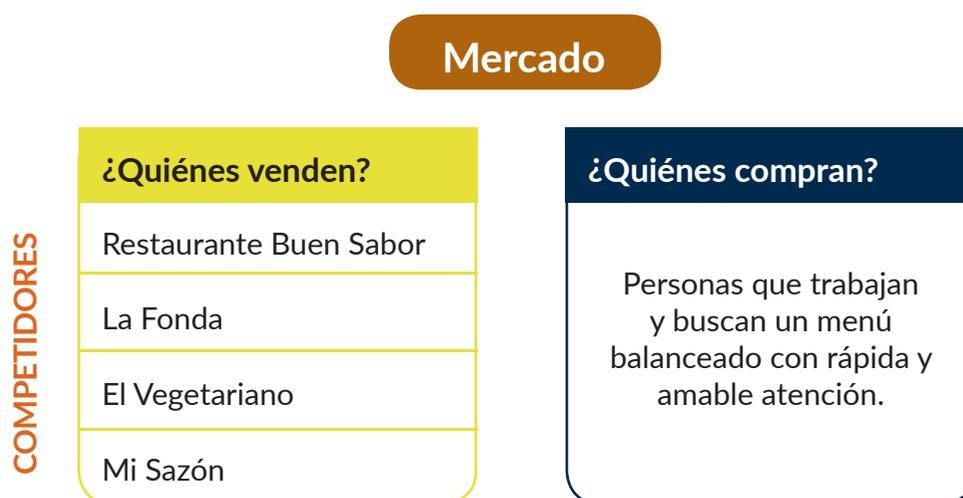


Un error muy común entre los emprendedores es lanzar sus productos o servicios sin investigar el mercado.

Pero... ¿qué es el mercado?

El mercado es el conjunto de actividades de intercambio, como la compra y venta de productos y servicios.

Juanita ha identificado el mercado para sus productos. Veamos:



Identifica quiénes conforman el mercado de tu negocio. Puedes escribirlo, dibujarlo o hacer un esquema.

En la primera sesión te presentamos el contenido de un plan de negocio, el cual incluye el plan de *marketing* como uno de los puntos a elaborar.

Un aspecto clave en un plan de negocio es el plan de *marketing*, este consiste en la realización de un estudio de mercado, el cual recoge información sobre los siguientes temas:

1. Los intereses, los deseos y las necesidades insatisfechas de los clientes o potenciales clientes.
2. Los productos y servicios que ofrece actualmente el mercado en la dinámica de calidad y precio.

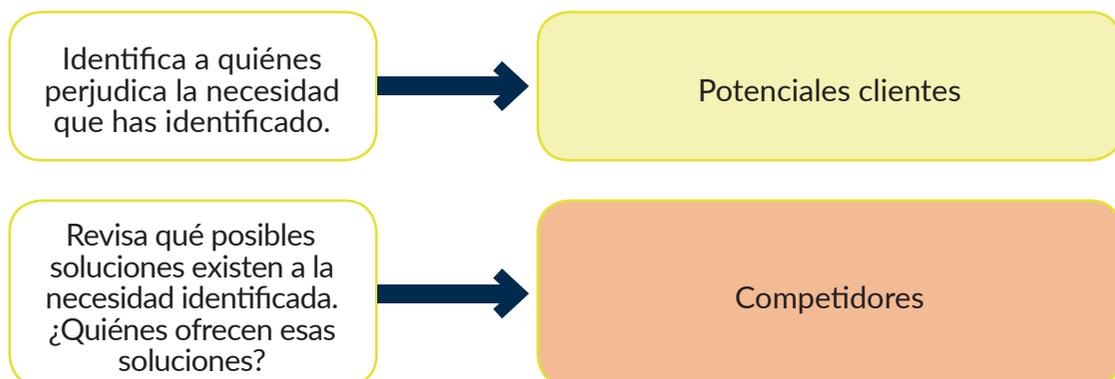


Un estudio de mercado describe lo que quieren los clientes y lo que ofrecen los competidores.

¿CÓMO SE REALIZA UN ESTUDIO DE MERCADO?

PASO 1

Define quiénes serían tus posibles clientes y competidores.



PASO 2

Define qué técnicas utilizarás para recoger información de las personas que serán tus clientes y competidores.

A continuación, te presentamos algunas técnicas que te recomendamos utilizar:



1. Mapa de empatía

Es una técnica que te permitirá profundizar sobre las necesidades, los intereses y las expectativas de tu cliente. Por lo general, se utiliza cuando inicias la definición de la idea de negocio.

¿Cómo se completa?

- Elabora la siguiente plantilla con la información que tienes de tu cliente, asumiendo que estás en su lugar:



¿Cómo se elabora?

1. Para completar el mapa de empatía puedes considerar invitar a posibles socios o amigos que conozcan a tus potenciales clientes, para que con sus opiniones y experiencia te ayuden a construir el mapa de empatía en forma conjunta.
2. Cada participante colocará en la plantilla todas las ideas que respondan a cada una de las partes del mapa: ¿qué piensa? ¿Qué ve? ¿Qué dice y hace? ¿Qué oye? Luego de esta primera etapa, se agrupan las ideas comunes.
3. Se extraen conclusiones.

{TIP}

El mapa de empatía ayuda a caracterizar a las personas del público objetivo. Te sugerimos que lo utilices para profundizar en el conocimiento de tus posibles clientes; sin embargo, también podrías utilizarlo para conocer a las personas que serán clientes o proveedores.



2. Encuesta

Es una técnica de recojo de datos, que reúne un conjunto de preguntas dirigidas a un determinado número de personas que serán clientes y competidores, y que busca obtener información sobre un tema determinado. Se puede utilizar la encuesta para identificar necesidades de los clientes, hábitos de consumo, etc.

Pasos para elaborar una encuesta

Paso 1. Define el objetivo de la encuesta. Es importante que busques validar la necesidad que has identificado en la sesión 1 a la que responde tu idea de negocio

Es muy común entre las personas emprendedoras que las encuestas se orienten a validar si su producto sería aceptado o si lo comprarían. Sin embargo, en este curso, sugerimos verificar primero si realmente existe la necesidad identificada en la sesión 1 y si es relevante para tus potenciales clientes.

Te sugerimos utilizar la encuesta con las personas que serán potenciales clientes y también con otros actores relevantes para tu negocio, pueden ser competidores, exclientes, etc.

Por ejemplo: identificamos si la basura en el barrio de Guadalupe es una preocupación para las familias, en lugar de identificar si las personas contratarían un reciclador para que recojan su basura. En este caso, por ejemplo, la encuesta nos podría ayudar a validar si los diferentes miembros del hogar del vecindario han identificado que existe

acumulación de basura en determinadas zonas, si esa acumulación de basura los afecta directamente y cómo, el tipo de rol que quisieran asumir frente a ese problema, en qué medida se involucrarían, etc.

- Paso 2.** Una vez definido el objetivo de la encuesta, elabora las preguntas que te ayudarán a obtener la información. Te sugerimos elaborar 10 preguntas, de las cuales...
- 9 serán preguntas cerradas (con opciones a elegir por cada pregunta).
 - 1 será pregunta abierta, para que los potenciales clientes se expresen libremente.
- Paso 3.** Identifica a las personas que podrías encuestar. Te sugerimos considerar lo siguiente:
- Las personas que serán usuarias del problema identificado y que serían tus potenciales clientes.
 - Proveedores de posibles soluciones y que serán tus principales competidores.
 - Otros actores que consideres relevantes y que estén vinculados a la problemática, por ejemplo: entidades u organizaciones que estén trabajando en el tema (ONG, Instituciones, empresas, gobiernos locales, etc.).
- Paso 4.** Identifica el medio y el mejor momento para ejecutar la encuesta. Pregúntate:
- ¿Qué medio es el mejor para cada persona identificada? Por ejemplo: una encuesta en línea o una encuesta impresa.
 - ¿Cuál será el mejor momento para aplicar las encuestas?
- Paso 5.** Agenda las actividades con los usuarios seleccionados.



3. Observación

La observación es una técnica complementaria a las encuestas que permite mirar al detalle el comportamiento de las personas que serán potenciales clientes y el desempeño de las personas competidoras; así podrás identificar todo aquello que por lo general no te dicen, ya sea en una encuesta o en una entrevista.

Pasos a seguir

- Paso 1.** Define a quiénes y en dónde realizarás la observación.
- Paso 2.** Elabora una guía de observación, sobre los puntos en los que deberás enfocarte. Por ejemplo:
- Clientes: ¿qué compra? ¿Cómo lo compra?
 - Competidores: ¿cómo trabajan? ¿Qué venden? ¿A qué precios? ¿Qué publicidad utiliza? ¿Cuál es su valor agregado?
- Paso 3.** Visita los lugares que suelen frecuentar tus clientes potenciales.
- Paso 4.** Visita los locales de tu competencia, el mercado, centros comerciales u otros establecimientos.
- Paso 5:** Registra los hallazgos en un documento.



4. Entrevista

La entrevista es otra técnica de recolección de datos que se hace a través de una conversación con tu potencial cliente o con tu competidor en un clima de confianza. Te permitirá conocerlos más, saber cómo se expresan, cómo se sienten. Puedes hacerlas para profundizar la información recogida en las encuestas y en la observación.

Pasos a seguir

Paso 1. Elabora las preguntas abiertas que te permitan indagar emociones de satisfacción y rechazo de los clientes potenciales y la competencia. Te sugerimos elaborar 5 preguntas abiertas.

Paso 2. Identifica a las personas que podrías entrevistar. Te sugerimos considerar:

- Personas dispuestas a responder a tus preguntas.
- Personas (potenciales clientes o competidores) que tengan la necesidad identificada.

Paso 3. Identifica el mejor momento para realizar las entrevistas. Te sugerimos responder lo siguiente:

- ¿Cuál será el mejor momento para entrevistarlos?
- Define la fecha y la hora.

Paso 4. Registra los hallazgos en un documento.

PASO 3

Extrae conclusiones.

En este paso deberás identificar las principales conclusiones del estudio de mercado que se desprendan por cada una de las técnicas utilizadas. Es importante que clasifiques las conclusiones referidas a las personas que serán potenciales clientes y competidores.

1. Mapa de empatía

Consolida la información y responde lo siguiente:

- ¿Cuáles son las necesidades de la persona que será tu cliente?

- ¿Qué le interesa a la persona que será tu cliente?

- ¿Cuáles son sus expectativas?

2. Encuesta

Indica las conclusiones.

Clientes	Competidores

3. Observación

Indica las conclusiones.

Clientes	Competidores

4. Entrevista

Indica las conclusiones.

Clientes	Competidores

A modo de resumen, completa los siguientes cuadros:

1. Caracteriza a tu cliente.

Edad promedio:	
Sexo:	
Ubicación:	
Costumbres/ preferencias:	
Otros que considere relevantes:	

2. Caracteriza a tu competencia.

Indica qué ofrece.

	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Producto/servicio			
Precio			
Valor agregado			
Publicidad			
Otro			

PASO 4

Actualiza tu idea de negocio.

A partir de las conclusiones del estudio de mercado, ¿qué cambios tendrás que realizar en tu producto o servicio? ¿Tus clientes siguen siendo los mismos? ¿Es necesario replantear tu idea de negocio?



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

1. A mayor información, mejor podrás aterrizar tu plan de negocio.
2. Asume un riesgo moderado.
3. Ten varias fuentes de información. Por ejemplo: lo que opinan los clientes y los competidores.



RETOS DE LA SESIÓN

Reto 1

Continúa trabajando en tu ahorro personal para iniciar tu emprendimiento.
¿Abriste tu cuenta de ahorro?



Reto 2

Redefine tu idea de negocio y tus potenciales clientes.





MODELO DE ENTREVISTA

Guía de entrevista a potenciales clientes de desayunos

Nombre: _____

Distrito/provincia: _____

Teléfono: _____ Correo electrónico: _____

Le gustaría recibir degustaciones gratuitas: Sí __ No __

Protocolo de presentación

Hola, mi nombre es _____. Le agradeceré que me pueda brindar unos minutos para hacerle algunas preguntas para un estudio de mercado sobre desayunos.

1. ¿Cuénteme cómo son sus desayunos los fines de semana?
2. ¿Qué es lo que más le gusta de los desayunos los fines de semana?
3. ¿Ha probado nuevas opciones de desayuno, considerando nuevas alternativas que sean nutritivas, energéticas para los niños o de celebración para un momento especial?

¿CÓMO REALIZAR EL PROCESAMIENTO DE UNA ENTREVISTA?

Para procesar los resultados de una entrevista, sigue los siguientes pasos:

Paso 1. Toma las respuestas de cada pregunta y asígnales una categoría.

Pregunta: “¿Cuénteme cómo son sus desayunos los fines de semana?”.

Respuestas	Categorías
R1: “Son bien contundentes, me voy a la casa de mi mamá que prepara chicharrón”.	<ul style="list-style-type: none"> • contundentes • casa de un familiar • chicharrón
R2: “Los fines de semana trato de comer mucha fruta y yogurt, me cansa un poco lo mismo pero sé que es saludable”.	<ul style="list-style-type: none"> • saludable • casa • fruta
R3:” Me gustan los desayunos caseros; preparo pan con lomo o chicharrón, algo especial que les guste a todos”.	<ul style="list-style-type: none"> • contundentes • casa • chicharrón • lomo

Paso 2. Consolida las categorías.

Pregunta: “¿Cuénteme cómo son sus desayunos los fines de semana?”.

Paso 3. Extrae conclusiones.

- La mayoría de personas prefiere desayunar en casa, sea en su propia casa o en la de un familiar.
- Se prefiere un desayuno contundente, es decir, que sea abundante y con carne: chicharrón y lomo fueron algunas opciones que se mencionaron.

Categoría	Frecuencia
Saludable	1
Fruta	1
Contundentes	2
Chicharrón	2
Lomo	1
Casa de un familiar	1
Casa propia	2

MODELO DE ENCUESTA

Encuesta de opinión sobre preferencias de desayunos

Nombre: _____

Distrito/provincia: _____

Teléfono: _____ Correo electrónico: _____

Le gustaría recibir degustaciones gratuitas: Sí __ No __

Indicaciones

Elija la respuesta que mejor represente su preferencia. Gracias por su tiempo.

1. ¿Dónde desayuna los fines de semana?
 - a. En mi casa o en la casa de un familiar.
 - b. En la calle, cerca de mi casa.
 - c. Busco nuevas alternativas.
 - d. Busco un lugar campestre.

2. ¿Con qué frecuencia compra desayuno los sábados o domingos?
 - a. Todas las semanas
 - b. Una vez al mes
 - c. Cada dos meses
 - d. Solo en ocasiones especiales
 - e. Casi nunca

¿CÓMO REALIZAR EL PROCESAMIENTO DE UNA ENCUESTA?

Para procesar los resultados de una encuesta, sigue los siguientes pasos:

Paso 1. Toma las respuestas de cada pregunta e indica la frecuencia.

Pregunta: “¿Dónde desayuna los fines de semana?”

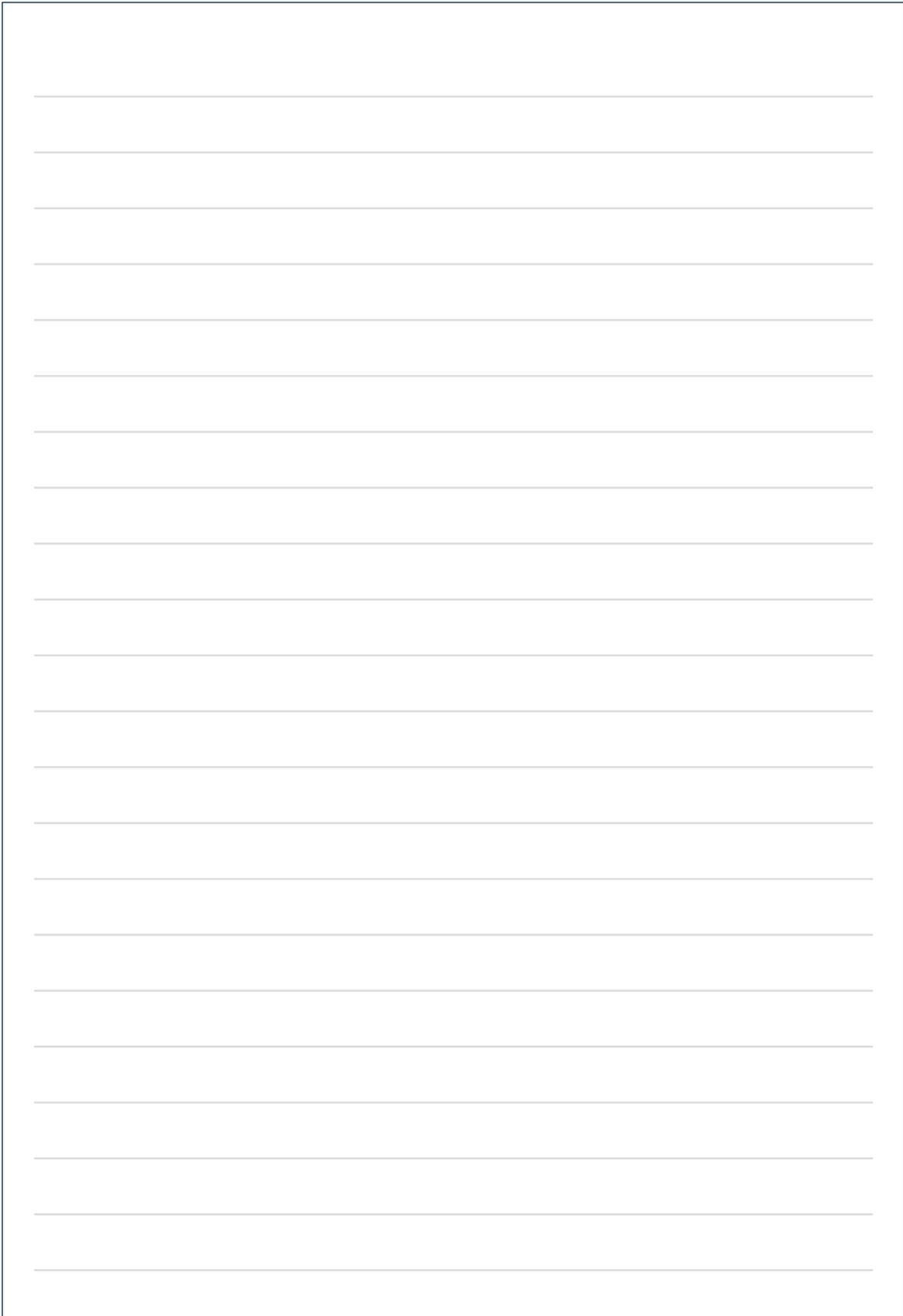
- a. En mi casa o en la casa de un familiar.
- b. En la calle, cerca de mi casa.
- c. Busco nuevas alternativas.
- d. Busco un lugar campestre.

Número de personas que respondieron la pregunta: 50

Respuestas	Frecuencia	%
En mi casa o en la casa de un familiar.	22	44 %
En la calle, cerca de mi casa.	10	20 %
Busco nuevas alternativas.	8	16 %
Busco un lugar campestre.	10	20 %
TOTAL	50	100 %

Paso 2. Extrae conclusiones.

- El 44% de los encuestados prefiere desayunar en casa, sea en su propia casa o en la de un familiar.
- El 16% busca nuevas alternativas para desayunos.

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

A large rectangular box with a thin black border, containing 20 horizontal grey lines for writing.

This section of the page is a large, empty rectangular box with a thin black border. It contains 20 horizontal ruling lines, spaced evenly down the page, providing a space for the user to write their work plan.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:



SESIÓN ③

MARKETÉATE



Retos de la sesión

- Elabora un plan de *marketing*.
- Actualiza tu plan de ahorro.
- Pide la opinión a expertos sobre tu plan de *marketing*.



SESIÓN ③

Marketéate

Ahora que ya cuentas con información del mercado y has redefinido tu idea de negocio, es importante que tu negocio ofrezca lo que el mercado quiere y obtengas ganancias por la venta del producto o servicio ofrecido. Para ello, es importante que conozcas qué vender, a cuánto lo vas a vender, cómo darás a conocer el producto o servicio y cómo lo vas a distribuir. Toda esta información analizada va en un documento llamado plan de *marketing*, el cual trabajaremos juntos, paso a paso, durante esta sesión.



¿Qué es un plan de *marketing*? ¿Para qué sirve?

Es un documento escrito que resume lo que has aprendido del mercado y en donde indicarás cómo pretendes lograr tus objetivos de venta.

Sirve para definir a detalle lo siguiente:

1. Tamaño del mercado

Para determinar el tamaño del mercado, te sugerimos realizar los siguientes cálculos. Es determinante que busques información complementaria al estudio de mercado que has realizado en la sesión anterior:

- Identifica el mercado potencial máximo que podemos captar con nuestro producto o servicio.
- Identifica el mercado que podemos conseguir a corto y mediano plazo, en forma realista considerando los recursos con los que cuenta nuestro negocio actualmente.

2. Objetivo de venta

Plantéate la siguiente pregunta:

- **¿Cuánto seré capaz de ofrecer al mercado?**

Sobre la base de esta información podrás calcular la inversión que necesitarás realizar para implementar tu negocio.

Revisa el caso de Juanita:

Periodos = semanas

Objetivo de ventas por semana	1	2	3	4	5	6	7	Total
Número de menús a vender	350	350	350	420	420	420	175	2485

3. Estrategias de mercadeo

Con la información que has recogido en el estudio de mercado, responde a detalle lo siguiente:

Producto

¿Qué vendo?



Precio

¿A cuánto lo vendo?

Promoción

¿Cómo lo daré a conocer?

Plaza

¿Cómo lo entregaré?



PRODUCTO O SERVICIO

En esta parte te sugerimos responder a la siguiente pregunta:

- ¿Qué características tiene tu producto en función de lo que valora tu cliente?

Para el diseño de tus productos o servicios considera el perfil del cliente que has elaborado en la sesión anterior. Recuerda que deben responder a una necesidad del cliente y tener los atributos que valora.

A continuación, se presenta el ejemplo del caso de Juanita:



Características	Producto/menú
Descripción general	Menú saludable que consta de entrada y segundo. - Entrada: tequeños con palta - Segundo: arroz con lentejas y pollo frito - Refresco: cebada *No incluye postre.
Calidad	Toda la comida es del día y se sirve caliente.
Tamaño	Porción mediana
Valor agregado	El refresco se sirve ilimitadamente.



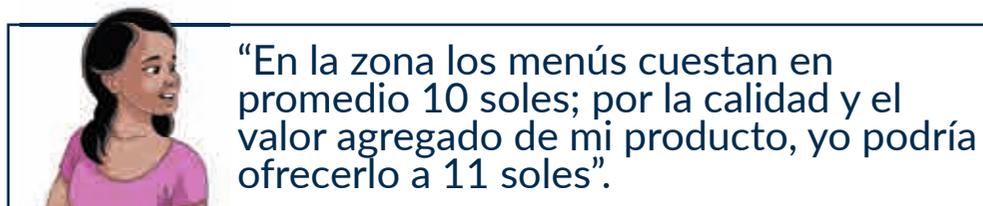
PRECIO

En esta parte te sugerimos responder a las siguientes preguntas con la información que has levantado en el estudio de mercado de la sesión anterior:

- ¿Cuánto estimas que cuesta tu producto o servicio?
- ¿A cuánto venden tus competidores?
- ¿Cuánto cobrarías a tus clientes?
- ¿Darás alguna oferta?

La fijación del precio es muy importante. En sesiones posteriores te explicaremos cómo calcular el precio de tu producto o servicio, teniendo en cuenta los costos involucrados para su producción, así como el margen de ganancia que esperas recibir.

Revisa el ejemplo de Juanita.



Características	Producto/menú
Costos estimados por producto / servicios	Un menú completo (entrada, segundo y refresco) puede costar aproximadamente 7 soles.
Precios de los competidores	Entre S/ 8,00 a S/ 12,00
Precio que vas a cobrar	S/ 11,00
Promociones y por qué	Los clientes con membresía obtienen el 20% de descuento mensual.



PROMOCIÓN

En esta parte te sugerimos responder a la siguiente pregunta:

- **¿Cómo darás a conocer tus productos o servicios a los clientes?**

Una de las maneras más comunes de hacer la promoción de tus productos o servicios es la publicidad, la cual te permitirá comunicar a tus potenciales clientes la existencia de tu producto o servicio. Para ello, deberás invertir algún dinero.

Mira lo que hizo Juanita:



“Mis clientes trabajan cerca de mi restaurante, les reparto volantes y les dejo folletos a las empresas que están cerca. También utilizo mi Facebook personal; he añadido a mis clientes y lanzo descuentos por allí”.

Promoción	¿Cuándo se utilizará?	Costo (S/)
Campaña por redes sociales	Todas las semanas (Dos horas diarias)	Sin costo
Volanteo	Cada lunes, toda la mañana Cada viernes en los centros de trabajo	Impresión de volantes - S/ 20 semanales
Pizarra acrílica	En la puerta del local	S/ 30



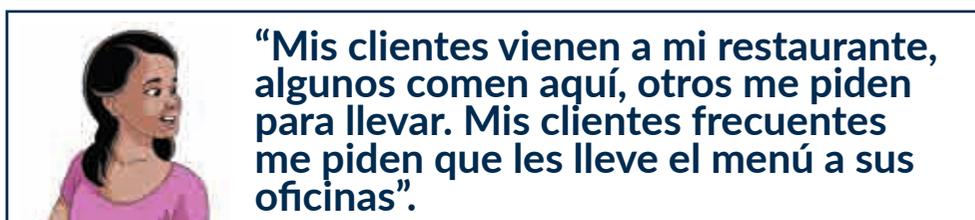
PLAZA

En esta parte te sugerimos responder a la siguiente pregunta:

- **¿Cómo vas a distribuir tus productos o servicios?**

La plaza es el lugar donde decides poner a la venta tus productos o servicios. Este lugar debe ser de fácil acceso para tus potenciales clientes, de tal manera que les brindes una buena experiencia.

Aquí el ejemplo de Juanita:



Criterio	Estrategia
Ubicación del negocio	Cerca al centro empresarial de San Isidro
Método de distribución	Mis clientes pueden realizar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none">- Comer en el mismo restaurante.- Comprar para llevar.- Pedir comida a casa.



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

1. Completa tu plan de *marketing* de forma detallada, considerando toda la información que has recogido en el estudio de mercado.
2. Pide la opinión de expertos sobre tu plan de *marketing* elaborado.



RETOS DE LA SESIÓN

RETO 1

Completa el siguiente formato:

Plan de *marketing*

- Tamaño de mercado

- Objetivo de ventas

Producto o servicio	1	2	3	4	5	6	7	Total

- Estrategia de mercadeo

1. Características de tu producto o servicio

	Producto o servicio
Descripción general	
Calidad	
Tamaño	
Valor agregado	

2. Precio

Descripción	Valor
Costos estimados por producto o servicio	
Precio de los competidores	
Precio que vas a cobrar	
Promociones y por qué	

3. Promoción

Publicidad	Frecuencia	Costo total

Responde:

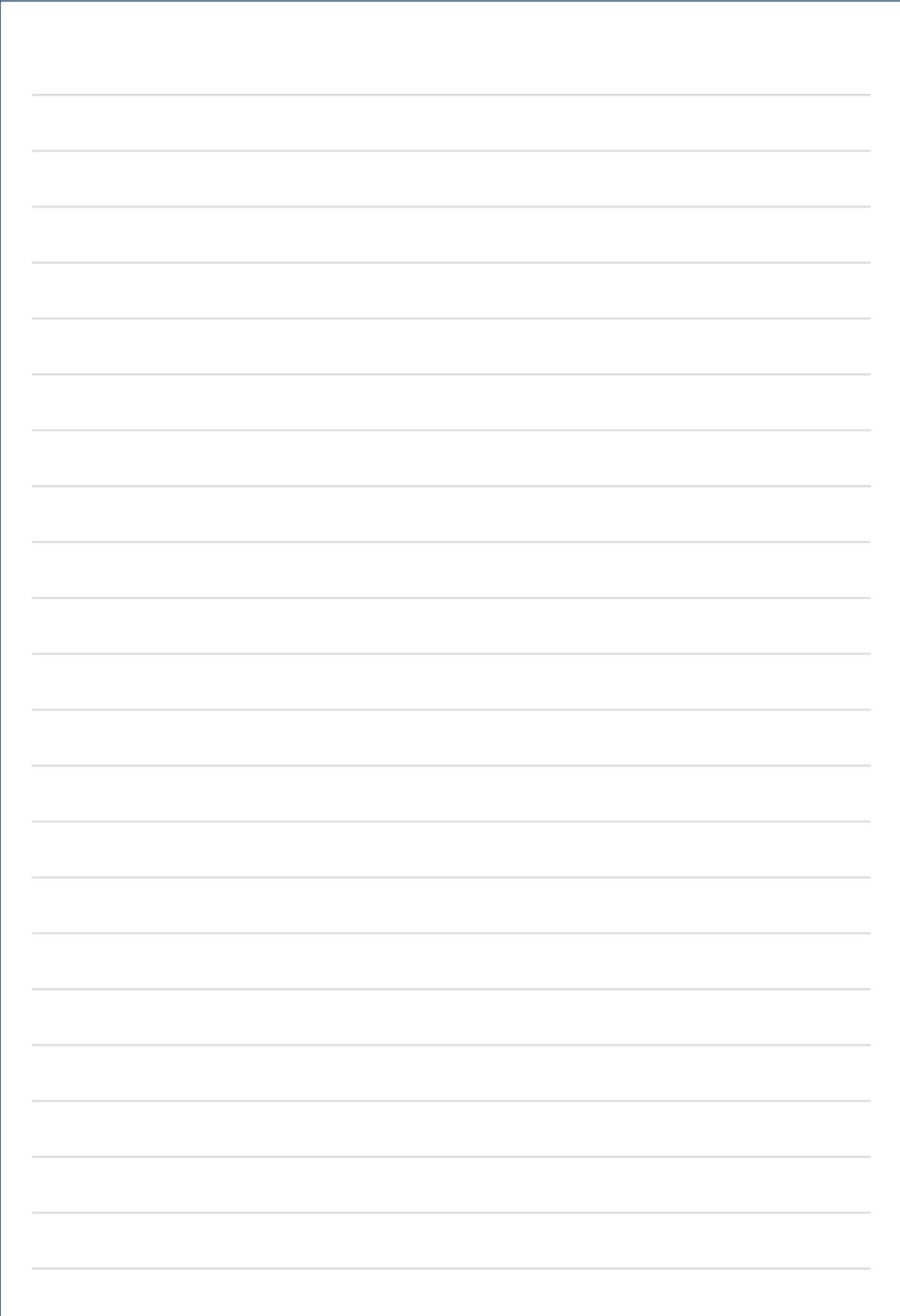
¿Qué canal de comunicación prefieren o utilizan tus potenciales clientes?

4. Plaza

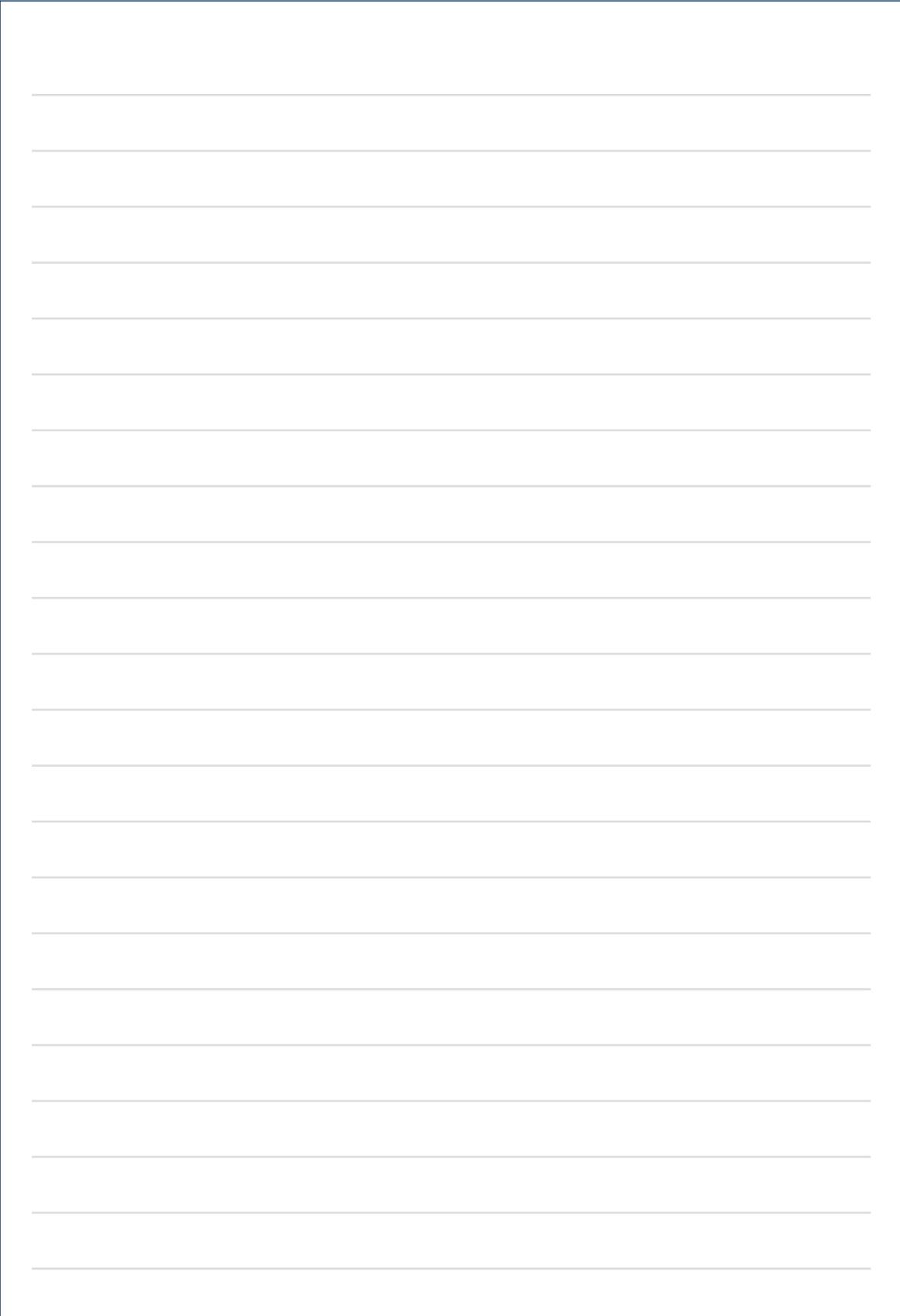
Criterio	Estrategia
Ubicación del negocio	
Método de distribución	

RETO 2

Monitorea tu plan de ahorro personal



This section of the page is a large, empty rectangular box with a thin black border. Inside the box, there are 25 horizontal lines spaced evenly down the page, providing a template for writing a work plan or notes.

A large rectangular box with a thin black border, containing 20 horizontal lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across most of the width of the box, leaving a small margin on the left and right sides.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:



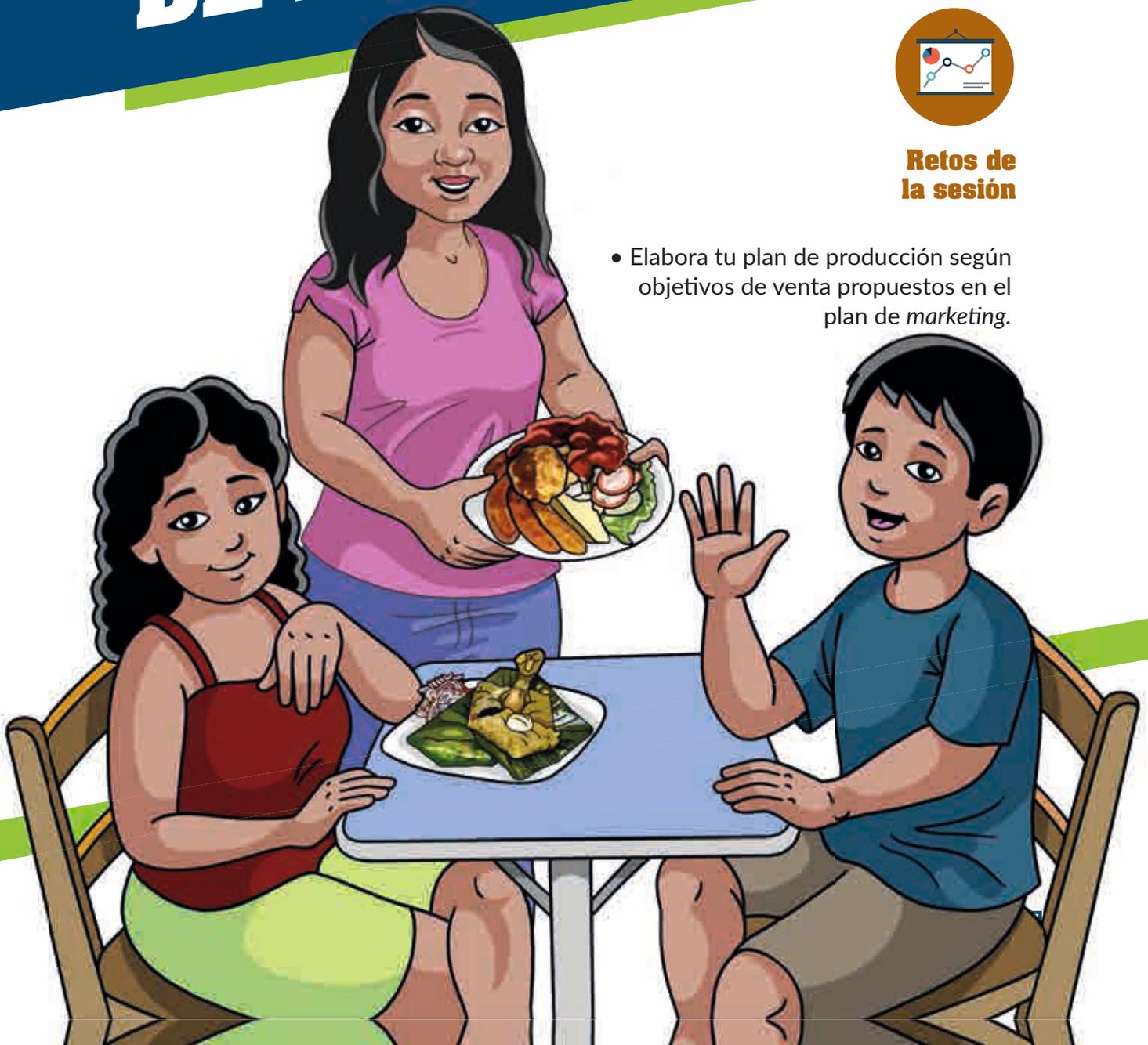
SESIÓN ④

HAZ TU PLAN DE PRODUCCIÓN



Retos de la sesión

- Elabora tu plan de producción según objetivos de venta propuestos en el plan de *marketing*.



SESIÓN ④

Haz tu plan de producción

Ahora que ya cuentas con tu plan de *marketing*, incluyendo tus objetivos de ventas, ha llegado el momento en el que debes identificar todos los recursos que necesitarás para producir tu producto o servicio y cuánto te costarán dichos recursos. El detalle de toda esta información se organizará en el plan de producción, el cual construiremos durante esta sesión.



¿Qué es un plan de producción? ¿Para qué sirve?

Consiste en el detalle de cómo se van a producir los productos o los servicios que te has propuesto vender, los recursos que necesitarás adquirir para producirlos, así como el costo de cada uno de los recursos involucrados.

Principalmente, sirve para definir el costo del producto o servicio que venderás a tus clientes.

Para la creación de tu plan de producción, te sugerimos contestar las siguientes preguntas:

- ¿Qué materiales requieres?

- ¿Qué maquinarias o equipos requieres?

- ¿Qué recursos humanos necesitas?

Al inicio, la mayoría de actividades dependerán de ti mismo. Sin embargo, cuando ya no te des abasto o cuando tus ventas aumenten, podrías valorar contratar personas de apoyo. Para ello, debes tener en claro qué tareas va a realizar cada uno y la forma cómo les retribuirás el trabajo realizado.

{TIP}

Recuerda, es importante que entre los costos que identifiques en esta sesión consideres tu trabajo, para lo cual debes asignarte un sueldo.

En el estudio de mercado probablemente habrás identificado que muchas personas o negocios ofrecen el mismo producto o servicio, por eso es importante que tengas presente cuál es el valor agregado de tu producto o servicio. El valor agregado es “el extra” que ofreces y que tus clientes valoran; puede ser una característica particular, el tiempo de respuesta, la calidad, etc. Este valor agregado debe verse reflejado también en tu plan de producción, es decir, en tu plan se debe evidenciar todos los recursos con los que cuentas para cumplir con este valor agregado.

Debemos tener claro que para costear nuestros productos o servicios debemos buscar buenos proveedores, revisando la calidad y el precio que nos dan. La determinación del costo de producción tiene impacto directo en la ganancia que esperamos conseguir.

¿Cómo se desarrolla un plan de producción?

Te sugerimos seguir los siguientes pasos:

PASO 1

Recuerda tus objetivos de venta por periodo, vistos en la sesión anterior.

PASO 2

Identifica las actividades que realizarás para elaborar tu producto o servicio, los recursos que necesitarás y los riesgos involucrados.

PASO 3

Define la cantidad de recursos que necesitarás por cada periodo, en función de tus objetivos de venta.

PASO 4

Identifica los costos unitarios de cada uno de los recursos definidos en el paso anterior e indica si dichos costos son fijos o variables.

PASO 5

Proyecta los costos de producción, multiplicando la cantidad de recursos que necesitas por el costo unitario averiguado.

PASO 6

Resume los costos calculados.

Desarrollemos juntos cada uno de los pasos

PASO 1

Recuerda tus objetivos de venta por periodo, vistos en la sesión anterior.

De acuerdo con el objetivo de venta que te has trazado en la sesión anterior, iniciarás la elaboración de tu plan de producción, pues eso representa la cantidad de unidades a producir.

Revisa el caso de Juanita:

Periodo de análisis	N.º	Unidad						
	7	Semanas						

Objetivo de ventas por periodo	1	2	3	4	5	6	7	Total
Número de menús por vender	350	350	350	350	420	420	175	2485

PASO 2

Identifica las actividades que realizarás para elaborar tu producto o servicio, los recursos que necesitarás y los riesgos involucrados.

Realiza un listado de las principales actividades que realizarás para producir. Por cada actividad, detalla los recursos que necesitarás, ya sean materiales (materia prima e insumos), maquinarias o equipos y recursos humanos, así como los riesgos involucrados.

Mira un extracto del caso de Juanita:

Actividades	Recursos necesarios			Riesgos asociados
	Materiales e insumos	Maquinarias	Recursos humanos	
Compra de ingredientes	Movilidades		Persona que cocina	Ausencia del cocinero
Mantenimiento de los alimentos		Refrigeradora		El equipo no funciona
Preparación del menú	Todos los ingredientes del menú, ollas, cucharones, tazones	Cocina industrial, licuadora	Persona que cocina y otra que ayuda en la cocina	<ul style="list-style-type: none"> • Alza de precios • Ausencia de recursos humanos • Incendio, quemaduras
Publicidad del menú	Volantes	Pizarra acrílica	Personal de volanteo	Ausencia de recursos humanos
Venta de menú y atención	Servilletas, mesas, sillas, platos, vasos, cubiertos	Microondas	Personal de cobranzas	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de recursos humanos • Equipo no funciona
Limpieza del local	Jabón, esponjita		Ayudante de cocina	Ausencia de recursos humanos

{TIP}

- Organiza tus actividades en la forma en la que suceden.
- Recuerda que tu plan de producción va en función del objetivo de venta.
- Sé detallista.
- Cuéntale el proceso a alguno de tus socios o amigos, y con su retroalimentación mejora tu plan de producción.

PASO 3

Define la cantidad de recursos que necesitarás por cada periodo, en función de tus objetivos de venta.

Proyecta (en unidades) los materiales (materia prima e insumos), así como los recursos administrativos y de ventas que requerirás para producir tu producto o servicio. Para ello:

- Lista los recursos que requieres y precisa la cantidad por periodo.
- Calcula las cantidades totales por cada uno de los recursos.

Calcula las cantidades totales por cada uno de los recursos.

Recursos	Unidad de medida	Costo fijo	Costo variable	Periodo (día, semana, mes...)						Total
				1	2	3	4	5	etc.	
1. Materia prima e insumos	Es todo aquello relacionado con la producción de tus productos o servicios.									
2. Administrativos	Se detallan los recursos humanos, así como los recursos logísticos relacionados, tales como movilidad, alquileres, agua, etc.									
3. Ventas	Se refiere a los recursos relacionados a las cobranzas y ventas. Por ejemplo: persona a cargo de la cobranza y a realizar las ventas, así como los materiales que se requieran para que realicen esas actividades.									

{TIP}

1. Sé minucioso en el detalle de los materiales que requieres en cada una de las actividades.
2. Define la forma cómo asignarás el costo de los recursos humanos (por horas, por jornada, por semana, por mes, etc.).
3. No pierdas de vista el objetivo de venta que te has propuesto en el periodo.

Aquí un ejemplo del listado realizado por Juanita para preparar su menú:

Unidades a producir

	Materia prima e insumos	Unidad de medida	Periodo							Total (ud.)
			1	2	3	4	5	6	7	
Entrada	Pasta wantán	Paquete de 500 unidades	2,10	2,10	2,10	2,52	2,52	2,52	1,05	14,91
	Aceite	Botella de 900 ml	3,50	3,50	3,50	4,20	4,20	4,20	1,75	24,85
	Palta	Kilo	3,50	3,50	3,50	4,20	4,20	4,20	1,75	24,85
	Cebolla	Kilo	1,75	1,75	1,75	2,10	2,10	2,10	0,88	12,43
	Limón	Kilo	0,70	0,70	0,70	0,84	0,84	0,84	0,35	4,97
	Sal	Kilo	0,35	0,35	0,35	0,42	0,42	0,42	0,18	2,49
Segundo	Arroz	Kilo	17,50	17,50	17,50	21,00	21,00	21,00	8,75	124,25
	Lentejas	Kilo	17,50	17,50	17,50	21,00	21,00	21,00	8,75	124,25
	Pollo	Kilo	70,00	70,00	70,00	84,00	84,00	84,00	35,00	497,00
Refresco	Cebada	Litros	70,00	70,00	70,00	84,00	84,00	84,00	35,00	497,00
	Azúcar	Kilo	7,00	7,00	7,00	8,40	8,40	8,40	3,50	49,70
Otros	Jabón + esponjita	Unidades	3,50	3,50	3,50	4,20	4,20	4,20	1,75	24,85
	Servilletas	Paquete	14,00	14,00	14,00	16,80	16,80	16,80	7,00	99,40
	Gas	Balón	1,00	1,00	1,00	1,20	1,20	1,20	0,50	7,10

Administrativos	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7
Persona que cocina (compras, preparación)	Semanales	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Ayudante de cocina y limpieza	Semanales	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Alquiler de local	Semanales	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Luz	Semanales	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Agua	Semanales	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Movilidades compras, gestiones	Semanales	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Ventas	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7
Personal de cobranzas y volanteo	Semanales	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Volantes	copias	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

PASO 4

Identifica los costos unitarios de los recursos definidos en el paso anterior e indica si dichos costos son fijos o variables.

Ahora que ya has identificado las cantidades de cada uno de los recursos por cada periodo, tendrás que averiguar los costos que corresponden y si son costos fijos o variables, pues luego te serán de utilidad para las siguientes sesiones.

¿Qué son los costos?

Los costos son todo aquello que interviene en la fabricación de los productos y los costos pueden clasificarse en fijos y variables:

- **Costos fijos.** Los que siempre tienes que pagar, independientemente de lo que produzcas, vendas o no.
- **Costos variables.** Los que tendrás que pagar según la cantidad de productos o servicios a producir.

¿Cómo identifico si los costos son fijos o variables?

Hazte la pregunta para cada uno de los recursos que has listado.

¿Debo pagar esto así no este produciendo?

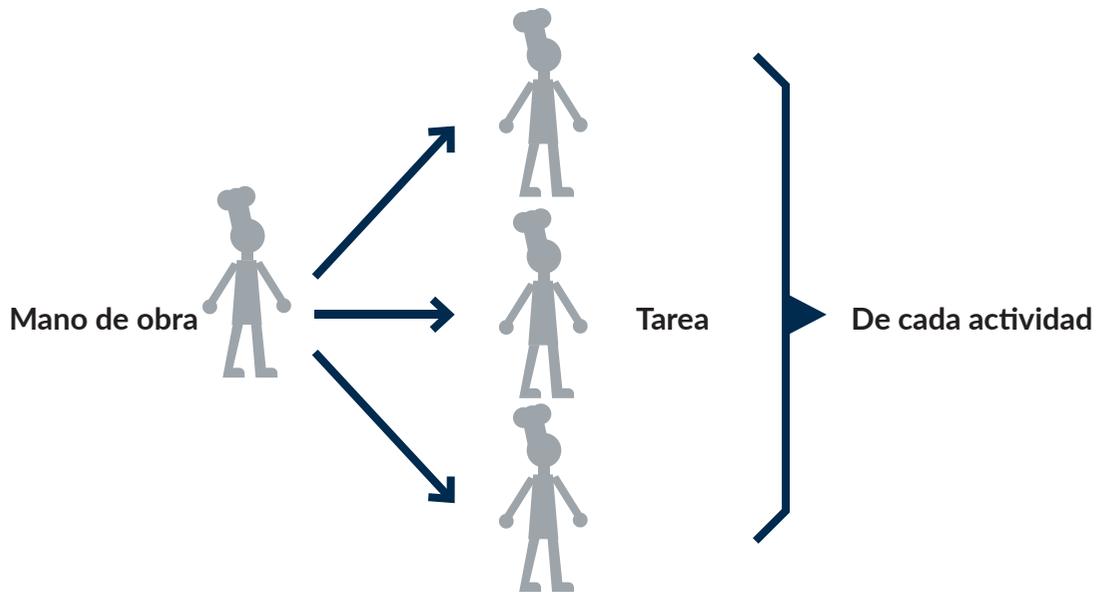
Sí → Costo fijo

No → Costo variable

¿Cómo costear la mano de obra?

Es importante que consideres el tiempo que le vas a dedicar a tu negocio y que lo consideres dentro de los costos: ¿cómo costear la mano de obra?

Para determinar el costo de la mano de obra, es necesario que identifiquemos las actividades que se realizan, determinar el tiempo por cada actividad y asignarle un valor.



PASO 5

Proyecta los costos de producción, multiplicando la cantidad de recursos que necesitas por el costo unitario averiguado.

Con toda la información que has recogido en esta sesión, podrás conocer el costo total de los materiales, los recursos administrativos y las ventas. También conocerás el importe del costo fijo y variable.

Mira el caso de Juanita:

= Unidades a producir x costo unitario
 = 2,10 paquetes de 500 unidades x S/ 3,29
 = Cada paquete S/ 6,91

Costos de producción (soles)

Materia prima e insumos	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7	Total (soles)	Costos unitarios	Costo fijo	Costo variable
Pasta wantán	Paquete de 500 uds.	6,91	6,91	6,91	8,29	8,29	8,29	3,45	49,05	3,29		49,05
Aceite	Botella de 900 ml	17,47	17,47	17,47	20,96	20,96	20,96	8,73	124,00	4,99		124,00
Palta	Kilo	21,53	21,53	21,53	25,83	25,83	25,83	10,76	152,83	6,15		152,83
Cebolla	Kilo	3,85	3,85	3,85	4,62	4,62	4,62	1,93	27,34	2,20		27,34
Limón	Kilo	1,96	1,96	1,96	2,35	2,35	2,35	0,98	13,92	2,80		13,92
Sal	Kilo	0,75	0,75	0,75	0,90	0,90	0,90	0,38	5,34	2,15		5,34
Arroz	Kilo	245,00	245,00	245,00	294,00	294,00	294,00	122,50	1739,50	14,00		1739,50
Lentejas	Kilo	122,50	122,50	122,50	147,00	147,00	147,00	61,25	869,75	7,00		869,75
Pollo	Kilo	532,00	532,00	532,00	638,40	638,40	638,40	266,00	3777,20	7,60		3777,20
Cebada	Litros	70,00	70,00	70,00	84,00	84,00	84,00	35,00	497,00	1,00		497,00
Azúcar	Kilo	17,50	17,50	17,50	21,00	21,00	21,00	8,75	124,25	2,50		124,25
Jabón + esponjita	Uds.	42,00	42,00	42,00	50,40	50,40	50,40	21,00	298,20	12,00		298,20
Servilletas	Paquete	56,00	56,00	56,00	67,20	67,20	67,20	28,00	397,60	4,00		397,60
Gas	Balón	40,00	40,00	40,00	48,00	48,00	48,00	20,00	284,00	40,00		284,00
TOTAL									8359,98		0,00	8359,98

Administrativos	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7	Total (soles)	Costos unit.	Costo fijo	Costo variable
Persona que cocina (compras, preparación)	Semanales	450	450	450	450	450	450	450	3150	450	3150	
Ayudante de cocina y limpieza	Semanales	230	230	230	230	230	230	230	1610	230	1610	
Alquiler de local	Semanales	250	250	250	250	250	250	250	1750	250	1750	
Luz	Semanales	20	20	20	20	20	20	20	140	20	140	
Agua	Semanales	10	10	10	10	10	10	10	70	10	70	
Movilidades, compras, gestiones	Semanales	140	140	140	140	140	140	140	980	140	980	
Total									7700		7700	0

Ventas	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL (Soles)	Costos unitarios	Costo fijo	Costo variable
Personal de cobranzas y volanteo	Semanales	100	100	100	100	100	100	100	700	100,00	700	
Volantes	copias	20	20	20	20	20	20	20	140	0,05	140	
Total									840		840	0

PASO 6

Resumen de los costos calculados

Para que puedas conocer el costo total de producción, suma los costos fijos, los costos variables de los materiales, los recursos administrativos y las ventas. Mira el caso de Juanita:

Resumen	S/
Costos fijos	8540,00
Costos variables	8359,98
Costo total	16 899,98



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

Cuando elabores tu plan de producción, considera las siguientes recomendaciones:

1. Es importante que realices la proyección de los costos de producción de acuerdo con los objetivos de venta que te hayas planteado.
2. Identifica todos los recursos que necesitas, sé detallista y realízalo de acuerdo con las actividades planteadas.
3. Busca buenos proveedores que te ofrezcan buenos precios y que te ayuden a cuidar la calidad.



RETOS DE LA SESIÓN

RETO 1

Completa el siguiente formato.

Toma como ejemplo un periodo:

Periodo	Identificado en la sesión 3	
Objetivo de venta = cantidad a producir	Identificado en la sesión 3	

Identifica las actividades que realizarás, los recursos necesarios y los riesgos asociados

Actividades	Recursos necesarios			Riesgos asociados
	Materiales	Maquinarias	Recursos humanos	

Plan de producción (en unidades)

Recursos	Unidad de medida	Periodo (día, semana, mes, etc.) _____						
		1	2	3	4	5	etc.	Total (unidades)
1. Materia prima e insumos								
2. Administrativos								
3. Ventas								

Identifica los costos de tu producto o servicio de acuerdo con la cantidad propuesta en cada periodo:

Recursos	Unidad de medida	Periodo (día, semana, mes, etc.)							Costo fijo (S/)	Costo variable (S/)	Total (S/)	Costo unitario
		1	2	3	4	5	etc.	Total				
1. Materia prima e insumos												
2. Administrativos												
3. Ventas												
Costo total de producción									= Costo fijo total	= Costo variable total		

RETO 2

Monitorea tu plan de ahorro personal.

¿Qué dificultades has tenido para cumplir con tu plan de ahorro personal?



¿Qué te ha ayudado a cumplir con tu plan de ahorro personal?



This section of the page is a large, empty rectangular box with a thin black border. It contains 25 horizontal ruling lines, spaced evenly down the page, providing a space for the user to write their work plan.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

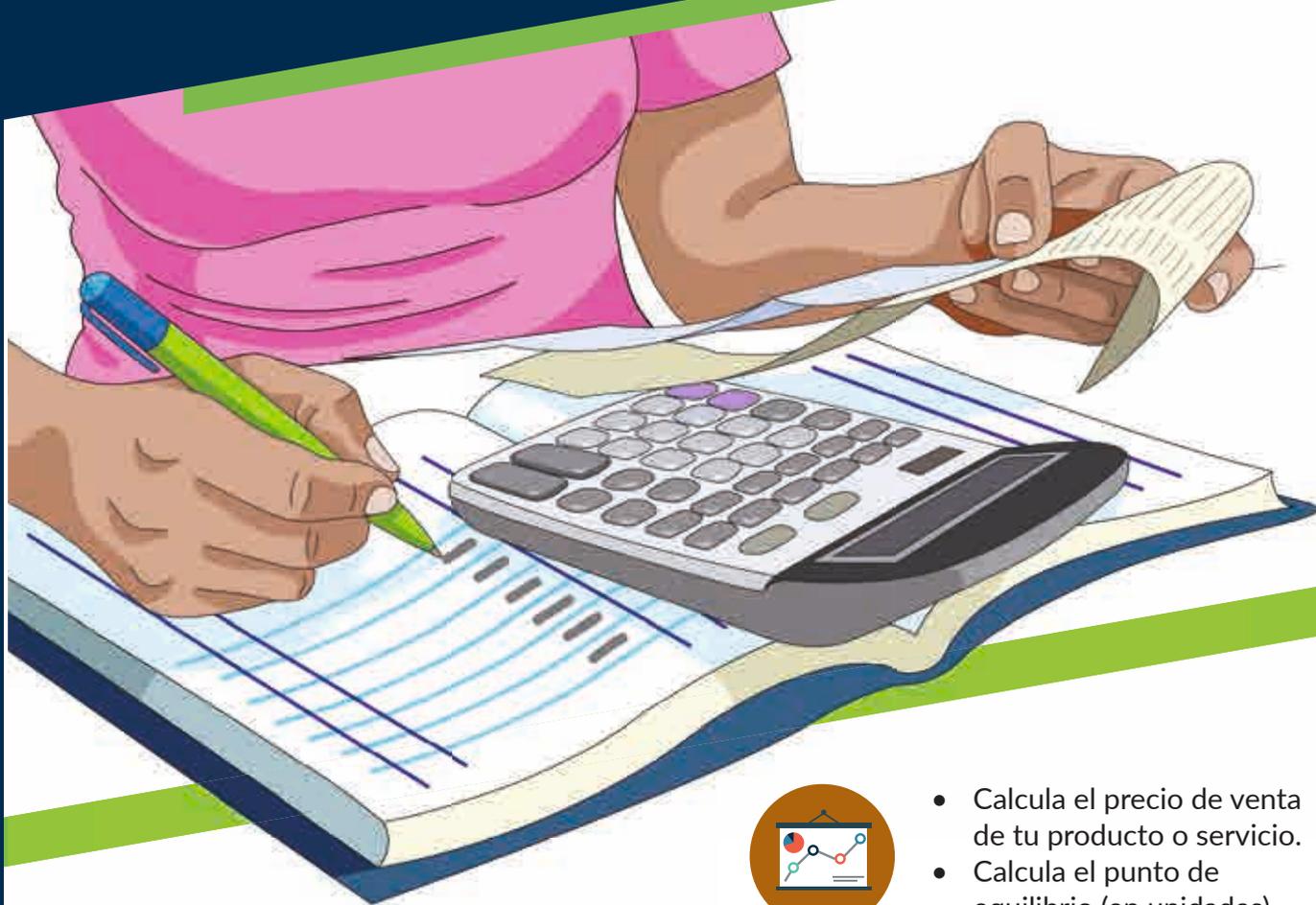
Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:



PONLE PRECIO



Retos de la sesión

- Calcula el precio de venta de tu producto o servicio.
- Calcula el punto de equilibrio (en unidades).
- Calcula la ganancia esperada por producto o servicio vendido.

SESIÓN 5

Ponle precio

¿Te parece importante conocer cuánto dinero ganarás con tu negocio?

¿Sabes a cuánto ascienden todos los costos involucrados? ¿Sabes cuál es el precio con el que ofrecerás tu producto o servicio?

Durante esta sesión, explicaremos, paso a paso, cómo calcular el costo total de la producción, el precio de venta, el punto de equilibrio y la ganancia esperada por la venta de tus productos o servicios.



Es importante que recuerdes que el precio debe considerar todos los costos relacionados, así como la ganancia que deseas tener.

¿Cómo calcular el precio?

El precio es el valor monetario que le asignarás a tu producto o servicio al momento de venderlo. Es decir, lo que tus clientes te pagarán.

Para calcular el precio de un producto o servicio, te sugerimos seguir los siguientes pasos:

PASO 0

Resume los costos fijos y los costos variables del periodo

Estos costos lo has trabajado en la sesión 4. Veamos el caso de Juanita:

A	Costos fijos totales	Trabajado en la sesión 4	S/ 8540,00
B	Costos variables totales	Trabajado en la sesión 4	S/ 8359,98
C	Costos totales de producción	$A + B$	S/ 16 899,98

Los costos totales de producción son la suma de los costos fijos más los variables.

PASO 1

Calcula el costo unitario de producción

Para este cálculo, debes recordar los cálculos que ya realizaste anteriormente. En el caso de Juanita:

C	Costos totales de producción	Trabajado en el paso 0 de esta sesión	S/ 16 899,98
D	Objetivo total de ventas (unidades)	Trabajado en la sesión 3	2485,00
E	Costo total unitario de producción	$C \div D$	S/ 6,80

El costo total unitario representa el menor gasto que deberás realizar para producir un (1) producto o servicio.

PASO 2

Calcula el precio de venta por cada producto o servicio.

Para calcular el precio de venta, necesitas definir, en primer lugar, el margen de ganancia que esperas recibir por cada producto o servicio vendido. El margen de ganancia te va a indicar la rentabilidad de tu producto o servicio, y cuánto más alto sea el número, más ganancias tendrás. Este margen se expresa en porcentaje y eres tú quien debe definirlo. Juanita lo definió de la siguiente manera, considerando que el margen de ganancia es lo que se estila para un negocio de comidas:

E	Costo total unitario de producción	Trabajado en el paso 1 de esta sesión	S/ 6,80	
F	Margen de ganancia unitario (%)		60%	
G	Margen de ganancia unitario (en soles)	$E \times F$	$60/100 \times 6,80 = S/ 4,08$	

Una vez definido el margen de ganancia (en soles), podremos calcular el precio de venta de cada producto o servicio; bastará sumar a tus costos unitarios el margen de ganancia:

E	Costo total unitario de producción	Trabajado en la sesión 5	S/ 6,80	
G	Margen de ganancia unitario (en soles)	Trabajado en la sesión 5	S/ 4,08	
H	Precio de venta unitario	$E + G$	S/ 10,88	
I	Precio de venta unitario ajustado		S/ 11,00	

Te sugerimos redondear el precio de venta unitario hacia arriba, pues es más sencillo cobrar una cantidad entera (sin céntimos de por medio).

El precio que ofrezcas tiene que ser coherente con lo siguiente:

- Lo que tus clientes estarían dispuestos a pagar (ver sesión 3: plan de marketing).
- Lo que permita cubrir tus costos de producción (ver sesión 4: plan de producción).
- Lo que permita obtener tu ganancia esperada.

PASO 3

Calcula el punto de equilibrio de tu negocio (en unidades).

Para poder calcular la ganancia que tendrás, previamente tienes que identificar el “punto de equilibrio”.

¿Qué es el punto de equilibrio? Es un concepto financiero que te ayuda a visualizar en qué momento tus ventas logran cubrir todos tus costos. A partir de ese momento, todo lo que sigas vendiendo te generará ganancias.

Su cálculo es sencillo, solo necesitas hacer dos operaciones básicas. Basta recordar los siguientes números que ya has calculado anteriormente:

Operación 1

B	Costos variables de producción	Trabajado en la sesión 4	S/ 8360
D	Objetivo total de ventas (unidades)	Trabajado en la sesión 4	2485
J	Costo variable unitario	$B \div D$	S/ 3,36

Operación 2

A	Costos fijos totales	Trabajado en la sesión 4	S/ 8540
I	Precio de venta unitario ajustado	Trabajado en la sesión 5	S/ 11,00
J	Costo variable unitario	Trabajado en la sesión 5	S/ 3,36
K	Punto de equilibrio (en unidades)	$A \div (I - J)$	1119,00

PASO 4

Calcula la ganancia esperada

Como se vio en el paso anterior, a partir del punto de equilibrio, todo lo que vendas después te generará ganancia; por tanto, ya estás en condiciones de calcular y saber cuánto vas a ganar con tu negocio. Solo recuerda todos los cálculos anteriores:

D	Objetivo total de ventas (unidades)	Trabajado en la sesión 3	2485,00
K	Punto de equilibrio (en unidades)	Trabajado en la sesión 5	1119,00
G	Margen de ganancia unitario (en soles)	Trabajado en la sesión 5	S/ 4,08
L	Ganancia	$(D - K) \times G$	5573,93



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

Cuando realices el cálculo del precio y la ganancia, considera las siguientes recomendaciones:

1. Sé ordenado con el cálculo, pues casi todo lo que necesitas para calcular el precio y la ganancia se ha trabajado durante el curso.
2. El punto de equilibrio te ayudará a definir desde qué unidad vendida comenzarás a ganar dinero.
3. No pierdas de vista tu plan de ahorro.



RETOS DE LA SESIÓN

RETO 1

Realiza el cálculo del precio de venta por cada producto o servicio.

Costo total unitario de producción	
Margen de ganancia unitario (en soles)	
Precio de venta unitario	
Precio de venta unitario ajustado	

RETO 2

Realiza el cálculo del punto de equilibrio (en unidades).

Costos fijos totales	
Precio de venta unitario ajustado	
Costo variable unitario	
Punto de equilibrio (en unidades)	

¿Qué significa el resultado de tu punto de equilibrio?

RETO 3

Realiza el cálculo de la ganancia esperada.

Objetivo total de ventas (unidades)	
Punto de equilibrio (en unidades)	
Margen de ganancia unitario (en soles)	
Ganancia	

A large rectangular box containing 25 horizontal lines, intended for writing or drawing.

This section of the page is a large, empty rectangular box with a thin black border. It contains 25 horizontal ruling lines, spaced evenly down the page, providing a space for the user to write their work plan.

A large rectangular box containing 25 horizontal lines, intended for writing.

A large rectangular area with horizontal lines for writing, intended for the user's work plan. It contains 20 evenly spaced horizontal lines.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:



SESIÓN ⑥

PLAN FINANCIERO DE TU NEGOCIO



Retos de la sesión

- Realiza el cálculo de activo fijo.
- Elabora el cálculo de gastos preoperativos
- Realiza la proyección de ingresos.



SESIÓN ⑥

Plan financiero de tu negocio

Así como en la vida personal es importante cuidar nuestras finanzas, lo mismo sucede en el negocio; por ello, en esta sesión iniciaremos la planificación financiera de tu plan de negocio. Al finalizar, elaborarás el flujo de caja proyectado a través del cual podrás identificar cuánto dinero ingresará y cuánto saldrá en un periodo de tiempo determinado, y así tomar las decisiones más adecuadas para tu negocio.



PASO 1

Realiza el cálculo de los activos fijos que requieres para tu negocio.

¿Qué maquinarias o materiales necesito para mi negocio que no sean materia prima?

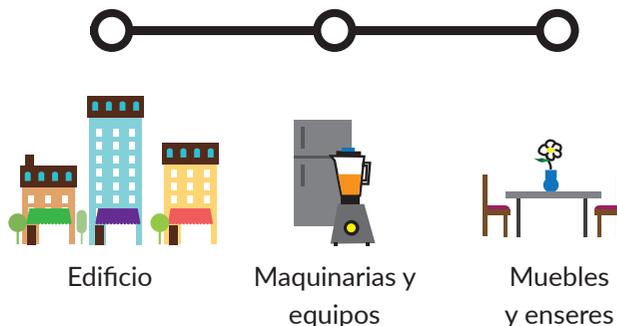
Para empezar a trabajar el plan financiero, es importante que revises lo que has trabajado en la sesión 4 (plan de producción). En ella identificaste todos los recursos que necesitabas para cumplir tus objetivos de venta por periodo.

En este primer paso, nos centraremos en los activos fijos, es decir, aquellos recursos que son necesarios para el funcionamiento de tu negocio, pero que no se venden. Estos son duraderos y de utilidad para varios periodos, además, representan, por lo general, la mayor inversión al iniciar un negocio.

¿Qué son los activos fijos?

Son todos los bienes **tangibles** e **intangibles** que se requieren para el funcionamiento del negocio

Ejemplos de activos fijos tangibles



Ejemplos de activos fijos intangibles



Cuadro de activos fijos

TIPO	Cantidad	Unidad	Costo unitario (S/)	Total (S/)	Proveedor
Pizarra acrílica	1,00	Unidad	30,00	30,00	Tienda comercial
Mesas	6,00	Unidades	200,00	1200,00	Tienda comercial
Sillas	24,00	Unidades	25,00	600,00	Tienda comercial
Platos y vasos	1,00	Juego	300,00	300,00	Tienda comercial
Cubiertos, cuchillos y cucharones	1,00	Juego	250,00	250,00	Tienda comercial
Tazones	1,00	Juego	80,00	80,00	Tienda comercial
Cocina industrial	1,00	Unidad	1500,00	1500,00	Tienda comercial
Refrigeradora	1,00	Unidad	1500,00	1500,00	Tienda comercial
Microondas	1,00	Unidad	200,00	200,00	Tienda comercial
Licuadaora	1,00	Unidad	200,00	200,00	Tienda comercial
Ollas	1,00	Juego	500,00	500,00	Tienda comercial
Acondicionamiento de agua y desagüe	1,00	Servicio	300,00	300,00	Maestro Carlos
Total activo fijo				S/ 6660,00	

En el ejemplo de Juanita, todo lo listado representa el activo fijo que tendrá que conseguir para poner en marcha su negocio durante varios periodos, ya sea porque lo compre nuevo o usado, o porque se lo preste algún amigo o familiar.

De acuerdo con el ejemplo de Juanita, todos los activos fijos que requiere para iniciar su negocio ascienden a S/ 6660,00

PASO 2

Realiza el cálculo de los gastos preoperativos que realizarás para iniciar tu negocio.

¿Cuánto necesito gastar para prepararme antes de iniciar mi negocio?

¿Qué son los gastos preoperativos?

Son los gastos en los que una empresa va a incurrir antes de iniciar sus operaciones. Los gastos representan la compra de elementos que se consumen y no se puede esperar de ellos una utilidad futura.

Ejemplos de gastos preoperativos

- Publicidad
- Arreglos al local
- Garantías, etc.

Revisemos el ejemplo de Juanita:

CUADRO DE GASTOS PREOPERATIVOS

Tipo	Cantidad	Unidad	Costo unitario (S/)	Total (S/)	Proveedor
Mano de obra y pintura del local	1,00	Servicio	200,00	200,00	Juanita
Estudio de mercado	1,00	Servicio	50,00	50,00	Juanita
Curso sobre cocina	1,00	Curso corto de 5 horas	100,00	100,00	Cetpro
Garantía de alquiler	1,00	Mes	1000,00	1000,00	Sr. López
Letrero	1,00	Unidad	25,00	25,00	Imprenta
		Total gastos preoperativos		S/ 1375,00	

De acuerdo con el ejemplo de Juanita, los gastos preoperativos que va a necesitar cubrir para iniciar su negocio asciende a S/ 1375,00.

PASO 3

Realiza la proyección de ingresos, considerando al menos dos escenarios.

¿Cuánto venderé?

¿Qué es la proyección de ingresos? ¿Para qué?

La proyección de ingresos es en buena cuenta cuánto consideras que vas a vender en una cantidad de periodos, en el caso de Juanita estamos considerando periodos semanales. Esta información es clave porque permite tener una claridad estimada de los ingresos que tendrás por ventas, considerando que algunos clientes te pagarán al contado y otros al crédito. Asimismo, la proyección de ingresos es una información que vas a necesitar para poder elaborar tu flujo de caja proyectado.

Revisemos el ejemplo de Juanita. Ella se ha propuesto objetivos de venta por semana.

Objetivo de ventas por periodo	1	2	3	4	5	6	7	Total
Número de menús a vender	350	350	350	420	420	420	175	2485

Para realizar la proyección de ingresos es importante que retomes los objetivos de venta que te has planteado por periodo.

Escenarios	
Ventas al contado	85%
Ventas al crédito (c/2 semanas)	15%

OPCIONAL

En los escenarios considera, por ejemplo, cuántas ventas podrás tener al contado y cuántas al crédito.

Precio de venta	11,00
-----------------	-------

Precisa tu precio de venta.

Analicemos el tercer periodo:

El objetivo de venta es 350 menús → **número de menús x precio = $350 \times 11 = S/ 3850$**

De los cuales, el 85% es al contado → **85% de 3850 = S/ 3272,50**

A eso, se le añade el 15% de la venta al crédito del periodo 1 → **15% de S/ 3850 = S/ 577,50**

Periodo	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos							
Ventas al contado	3272,50	3272,50	3272,50	3927,00	3927,00	3927,00	1636,25
Ventas al crédito (c/2 semanas)	0,00	0,00	577,50	577,50	577,50	693,00	693,00
Total ingresos	3272,50	3272,50	3850,00	4504,50	4504,50	4620,00	2329,25

Realiza una proyección de los ingresos considerando el porcentaje de ventas que serán al contado y al crédito del total de ventas planteadas en tu objetivo de ventas por periodo.

Finalmente, estima el total de ingresos por periodo.

Corresponde al 15% de la venta al crédito del periodo 1.

Corresponde al 15% de la venta al crédito del periodo 3, pues los ingresos se dan cada dos semanas.



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

Considera las siguientes recomendaciones:

1. Para la proyección de ingresos, ten en cuenta que no siempre venderás el 100% al contado.
2. Retoma los datos ya trabajados en sesiones anteriores.



RETOS DE LA SESIÓN

RETO 1

Realiza el cálculo de activo fijo.

Concepto	Cantidad	Unidad	Costo unitario (S/)	Total (S/)	Proveedor
Total activo fijo (S/)				S/	

RETO 2

Realiza el cálculo de los gastos preoperativos.

Concepto	Cantidad	Unidad	Costo unitario (S/)	Total (S/)
Total de gastos preoperativos (S/)				S/

RETO 3

Realiza la proyección de ingresos.

¿Qué escenarios considerarías?

Escenarios*	
Escenario 1	
Escenario 2	

Periodo*	0	1	2	3	4	5	6	-----
Ingresos								
Escenario 1								
Escenario 2								
Total de ingresos								

* Opcional

A large rectangular box containing 20 horizontal lines, intended for writing or drawing.

A large rectangular box with a thin black border, containing 25 horizontal lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across most of the width of the box, leaving a small margin on the left and right sides.

A large rectangular box containing 25 horizontal lines, intended for writing or drawing.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:

SESIÓN ⑦

ELABORA EL FLUJO DE CAJA PROYECTADO



Retos de la sesión

- Elabora tu flujo de caja proyectado.

SESIÓN ⑦

Elabora el flujo de caja proyectado

Para completar el plan financiero que iniciaste en la sesión anterior, deberás realizar la proyección de todos tus egresos, con esa información podrás elaborar el flujo de caja proyectado.



PASO 1

Identifica los diversos tipos de egresos que tendrás en tu negocio

Los egresos son las salidas de dinero, en esta sesión nos enfocaremos en los egresos relacionados a **materiales (A)**, **gastos administrativos (B)** y **gastos relacionados a las ventas (C)**. Luego del análisis de cada uno, elaborarás un resumen. Recuerda tomar como base las cantidades a producir que indicaste en la sesión 4. Durante esta sesión, te darás cuenta de que no es lo mismo realizar compras en efectivo o al crédito, y la importancia de fijarte escenarios.

A. Materiales

Es todo aquello que se va a transformar para crear tu producto o servicio. Los materiales pueden ser:

- **Materia prima:** aquello que se extrae de la naturaleza y que se transforma para producir el bien o servicio
- **Insumos:** aquello que no necesita transformarse y que se requiere para producir el bien o servicio

Recuerda que en la sesión 4 indicaste las cantidades cuando trabajaste el plan de producción de tu negocio.

Veamos el ejemplo de Juanita

Los cálculos se realizan con base en el objetivo de venta que se ha propuesto en la sesión 3:

Periodo de análisis	7	Semanas
---------------------	---	---------

Objetivo de ventas por periodo	1	2	3	4	5	6	7	Total
Número de menús a vender	350	350	350	420	420	420	175	2485

Escenarios (opcional)	Frecuencia de compra
Materia prima e insumos (menos pollo y gas)	Cada 2 semanas
Pollo y gas	Semanal

Aquí colocamos los supuestos de la frecuencia de compra de la materia prima e insumos que se requieren.

Es importante que fijas escenarios para el análisis del flujo de caja proyectado. A continuación, se toma de base la lista trabajada en la sesión 4. Se coloca el detalle de los materiales y los costos de cada uno. Finalmente, se calculan los costos totales por cada periodo.

Ejemplo:
Costos de producción: materiales (soles)

Insumos	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7	Total (soles)	Costos unitarios	Costo fijo	Costo variable
Pasta wantán	Paquete de 500 unidades	6,91	6,91	6,91	8,30	8,30	8,30	3,45	49,05	3,29		49,05
Aceite	Botella de 900 ml	17,47	17,47	17,47	20,96	20,96	20,96	8,73	124,00	4,99		124,00
Palta	Kilo	21,53	21,53	21,53	25,83	25,83	25,83	10,76	152,83	6,15		152,83
Cebolla	Kilo	3,85	3,85	3,85	4,62	4,62	4,62	1,93	27,34	2,20		27,34
Limón	Kilo	1,96	1,96	1,96	2,35	2,35	2,35	0,98	13,92	2,80		13,92
Sal	Kilo	0,75	0,75	0,75	0,90	0,90	0,90	0,38	5,34	2,15		5,34
Arroz	Kilo	245,00	245,00	245,00	294,00	294,00	294,00	122,50	1739,50	14,00		1739,50
Lentejas	Kilo	122,50	122,50	122,50	147,00	147,00	147,00	61,25	869,75	7,00		869,75
Pollo	Kilo	532,00	532,00	532,00	638,40	638,40	638,40	266,00	3777,20	7,60		3777,20
Cebada	Litros	70,00	70,00	70,00	84,00	84,00	84,00	35,00	497,00	1,00		497,00
Azúcar	Kilo	17,50	17,50	17,50	21,00	21,00	21,00	8,75	124,25	2,50		124,25
Jabón + esponjita	Unidades	42,00	42,00	42,00	50,40	50,40	50,40	21,00	298,20	12,00		298,20
Servilletas	Paquete	56,00	56,00	56,00	67,20	67,20	67,20	28,00	397,60	4,00		397,60
Gas	Balón	40,00	40,00	40,00	48,00	48,00	48,00	20,00	284,00	40,00		284,00
Total materia prima e insumos									8359,98		0,00	8359,98

Analicemos estos dos insumos: pasta wantán y pollo

Luego revisa la tabla posterior, la cual se ha elaborado considerando los escenarios planteados. Por ejemplo: para hacer este cálculo se suman los montos de los dos periodos de la tabla anterior.

Para el **periodo 1**,
pasta wantán → **6,91 + 6,91 = S/ 13,82**

Observa que el pollo y el gas se compran semanalmente, por ello, aparece en todos los periodos, a diferencia de todos los demás ítems que se compran en forma quincenal.

Ejemplo:

Materia prima e insumos	Proyección de egresos materiales						
	1	2	3	4	5	6	7
Pasta wantán	13,82		15,20		16,58		3,45
Aceite	34,93		38,42		41,92		8,73
Palta	43,05		47,36		51,66		10,76
Cebolla	7,70		8,47		9,24		1,93
Limón	3,92		4,31		4,70		0,98
Sal	1,51		1,66		1,81		0,38
Arroz	490,00		539,00		588,00		122,50
Lentejas	245,00		269,50		294,00		61,25
Pollo	532,00	532,00	532,00	638,40	638,40	638,40	266,00
Cebada	140,00		154,00		168,00		35,00
Azúcar	35,00		38,50		42,00		8,75
Jabón + esponjita	84,00		92,40		100,80		21,00
Servilletas	112,00		123,20		134,40		28,00
Gas	40,00	40,00	40,00	48,00	48,00	48,00	20,00
Total materia prima e insumos	1782,92	572,00	1904,02	686,40	2139,51	686,40	588,73

B. Gastos administrativos

Los gastos administrativos se refieren a los pagos que tendrás que hacer para que tu negocio funcione, distintos a los materiales. Por ejemplo: sueldos o salarios del personal, alquileres, luz, agua, movilidades y materiales de oficina.

Veamos el ejemplo de Juanita

Al igual que en el caso anterior, se toma de base la lista trabajada en la sesión 4, en la cual se identificaron los costos asociados a la parte administrativa de acuerdo con la cantidad propuesta por cada periodo.

Escenarios	Frecuencia de compra
Cocinero y ayudante	Semanal
Alquiler, luz, agua	Cada 4 semanas, inicio
Luz, agua	Cada 4 semanas, fin
Movilidad	Semanal

Aquí colocamos los escenarios para los diversos gastos administrativos.

Revisa el cuadro trabajado en la sesión 4 (plan de producción).

Costos de producción: administrativos (soles)

Administrativos	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7	Total (soles)	Costos unitarios	Costo fijo	Costo variable
Cocinero (compras, preparación)	Semanales	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	3150,00	450,00	3150,00	
Ayudante de cocina y limpieza	Semanales	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	1610,00	230,00	1610,00	
Alquiler de local	Semanales	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1750,00	250,00	1750,00	
Luz	Semanales	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	140,00	20,00	140,00	
Agua	Semanales	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	70,00	10,00	70,00	
Movilidades (compras, gestiones)	Semanales	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	980,00	140,00	980,00	
Total costos administrativos									7700,00		7700,00	0,00

Revisa la siguiente tabla, la cual se ha elaborado considerando los escenarios propuestos.

Proyección de egresos: administrativo

Periodo	1	2	3	4	5	6	7
Cocinero (compras, preparación)	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Ayudante de cocina y limpieza	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
Alquiler de local	1000,00				1000,00		
Luz				80,00			
Agua				40,00			
Movilidades (compras, gestiones)	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Total costos administrativos	1820,00	820,00	820,00	940,00	1820,00	820,00	820,00

Estos pagos se realizan en forma semanal.

El pago del alquiler se realiza por adelantado.

Observa que en este caso los servicios se pagan en forma mensual cuando ya se ha recibido el servicio.

C. Gastos de venta

Son todos los gastos que tienes que hacer para impulsar la venta de tus productos o servicios. Por ejemplo: sueldo de vendedores, sueldo de cobradores, materiales de promoción, etc.

Veamos el ejemplo de Juanita

Al igual que en los casos anteriores, se toma de base la lista trabajada en la sesión 4, en la cual se identificaron los costos asociados al proceso de venta, de acuerdo con la cantidad propuesta por cada periodo.

Escenarios	Frecuencia de pago
Cobrador	Semanal
Volantes	Cada 2 semanas, inicio

Aquí se colocan los escenarios para cada gasto, en este caso relacionados con la frecuencia.

Revisa el cuadro trabajado en la sesión 4 (plan de producción).

Ventas	Unidad de medida	1	2	3	4	5	6	7	Total (soles)	Costos unitarios	Costo fijo	Costo variable
Personal de cobranzas y volanteo	Semanales	100	100	100	100	100	100	100	700	100	700	
Volantes	copias	20	20	20	20	20	20	20	140	0,05	140	
Total costos de ventas									840,00		840	0,00

Ahora revisa la siguiente tabla, la cual se ha elaborado considerando los escenarios planteados:

Periodo	1	2	3	4	5	6	7
Personal de cobranzas y volanteo	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Volantes	40,00		40,00		40,00		40,00
Total costos de ventas	140,00	100,00	140,00	100,00	140,00	100,00	140,00

 Pago al personal de cobranza si se realiza en forma semanal.

 Por ejemplo, los volantes se pagan cada dos semanas, y el pago por semana es de 20 soles, tal como se observa en la tabla anterior.

PASO 2

Realiza un resumen para la proyección de egresos.

En este paso se consolidan y se suman los tres gastos revisados en el paso 1:



Veamos el ejemplo de Juanita para entender mejor esta parte:

Proyección de egresos (soles)

Periodo	1	2	3	4	5	6	7
Gastos operativos							
A. Total materia prima e insumos	1782,92	572,00	1904,02	686,40	2139,51	686,40	588,73
B. Total gastos administrativos	1820,00	820,00	820,00	940,00	1820,00	820,00	820,00
C. Total gastos de ventas	140,00	100,00	140,00	100,00	140,00	100,00	140,00
Total gastos operativos	3742,92	1492,00	2864,02	1726,40	4099,51	1606,40	1548,73

PASO 3

Elabora el flujo de caja proyectado.

El flujo de caja proyectado es una herramienta que permite evidenciar los ingresos, los gastos y los saldos del negocio que se esperan por cada periodo. El objetivo clave de la administración del efectivo es no quedarse sin dinero. Hay opciones para financiar ese déficit: reducir costos, aumentar las ventas, solicitar crédito a proveedores, etc.

Analicemos cómo Juanita hizo el flujo de caja proyectado para su negocio de menú.

¿Qué es el periodo cero?

El momento cero en el flujo de caja proyectado es el momento en el que realizarás la inversión en activos fijos y gastos preoperativos, antes de iniciar tu actividad, los cuales has calculado en la sesión 6.

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos	0,00	3272,50	2802,08	5160,08	6800,56	9578,66	10 099,15	10 822,00
Saldo de la venta anterior		0,00	-470,42	1310,08	2296,06	5074,16	5479,15	8492,75
Ventas del periodo	0,00	3272,50	3272,50	3850,00	4504,50	4504,50	4620,00	2329,25
Activo fijo	6660,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos preoperativos	1375,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos operativos	0,00	3742,92	1492,00	2864,02	1726,40	4099,51	1606,40	1548,73
Subtotal	-8035,00	-470,42	1310,08	2296,06	5074,16	5479,15	8492,75	9273,27
Saldo del periodo	-8035,00	-470,42	1310,08	2296,06	5074,16	5479,15	8492,75	9273,27

Calculado en la sesión 6

Calculados en el paso 1 de esta sesión

Extrae conclusiones sobre el flujo de caja proyectado

Luego de elaborar el flujo de caja proyectado, es importante que puedas extraer algunas conclusiones. Aquí algunas preguntas orientadoras:

- ¿Cuánto sería nuestra capacidad de pago, en caso de solicitar un préstamo?
- ¿Cuántos periodos debo cubrir económicamente para operar?
- ¿Cuánto podemos comprar de insumos?
- ¿Podemos comprar al contado o al crédito?
- ¿Debemos cobrar al contado o al crédito?
- ¿Podemos pagar las deudas en su fecha de vencimiento o necesitamos pedir un refinanciamiento?
- ¿Cuánto excedente de dinero tenemos en cada periodo?



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

Considera las siguientes recomendaciones:

1. Sé detallista en el listado que realizarás de tus egresos.
2. Para empezar, algunos activos fijos los puedes valorizar; sin embargo, ten en cuenta que en algún momento tendrás que reponer esos activos.



RETOS DE LA SESIÓN

RETO 1

Elabora tu proyección de egresos.

A. Gastos de materia prima e insumos

Los cálculos se realizan sobre el objetivo de venta que se ha propuesto:

Objetivo de ventas por periodo	1	2	3	4	5	6	7	Total

Escenarios	Frecuencia de compra

Materia prima e Insumos	0	1	2	3	4	5	6	7
Total de gastos de materiales								

B. Gastos administrativos

Escenarios	Frecuencia de compra



Administrativos	0	1	2	3	4	5	6	7
Total gastos administrativos								

C. Gastos de venta

Escenarios	Frecuencia de compra
Cobrador	
Volantes	

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7
Total gastos de ventas								

Realiza un resumen para la proyección de egresos.

En este paso se consolidan y se suman los tres gastos revisados en el reto 1:



PROYECCIÓN DE EGRESOS

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7
Gastos operativos								
A. Total de materia prima e insumos								
B. Total de gastos Administrativos								
C. Total de gastos de ventas								
Total gastos operativos								

RETO 2

Elabora el flujo de caja proyectado (S/)

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos								
Saldo de la venta anterior								
Ventas del periodo								
Activo fijo								
Gastos preoperativos								
Gastos operativos								
Subtotal								
SALDO DEL PERIODO								

A large rectangular box with a thin black border, containing 25 horizontal lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across most of the width of the box.

A large rectangular box with a thin black border, containing 20 horizontal lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across most of the width of the box, leaving a small margin on the left and right sides.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:



INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIAMIENTO



RETOS DE LA SESIÓN

- Realiza tu cuadro de inversión inicial para operar.
- Elabora tu plan de financiamiento.



SESIÓN ⑧

Inversión inicial y financiamiento

Para llevar a cabo tu idea de negocio, tendrás que invertir en materiales, recursos, máquinas y tu tiempo. Todo ello debe ser cuantificado para que luego puedas buscar posibles fuentes de financiamiento.



Muchos emprendedores necesitan dinero para iniciar sus ideas de negocio, te sugerimos realizar lo siguiente:

- 1.º Identifica qué necesitas y el costo que representa todo ello.
- 2.º Identifica en qué utilizaremos nuestros ahorros.
- 3.º Determina la forma en la que financiamos lo demás, solo en caso se requiera.

PASO 1

Identifica cuánto vas a necesitar para iniciar tu negocio.

De acuerdo con los cálculos financieros realizados hasta el momento, identifica tu inversión inicial total:



Veamos el ejemplo de Juanita:

Tomemos el cuadro consolidado de los activos fijos, los gastos preoperativos y los gastos operativos, todo ello representa la inversión inicial que necesitamos para iniciar nuestro negocio.

Es importante que revises tu flujo de caja proyectado, allí podrás ver cuántos periodos necesitas cubrir para operar. En el caso de Juanita, ella tiene un saldo negativo en dos periodos (periodo 0 y 1):

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos	0,00	3272,50	2802,08	5160,08	6800,56	9578,66	10 099,15	10 822,00
Saldo de la venta anterior		0,00	-470,42	1310,08	2296,06	5074,16	5479,15	8492,75
Ventas del periodo	0,00	3272,50	3272,50	3850,00	4504,50	4504,50	4620,00	2329,25
Activo fijo	6660,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos preoperativos	1375,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos operativos	0,00	3742,92	1492,00	2864,02	1726,40	4099,51	1606,40	1548,73
Subtotal	-8035,00	-470,42	1310,08	2296,06	5074,16	5479,15	8492,75	9273,27
Saldo del periodo	-8035,00	-470,42	1310,08	2296,06	5074,16	5479,15	8492,75	9273,27

En el caso del ejemplo de Juanita, ten en cuenta que se están considerando dos periodos (periodo 1 y periodo 2) debido a que en el segundo periodo es donde se tiene un saldo positivo.

Concepto	Total (S/)
Activo fijo	6660,00
Gastos preoperativos	1375,00
Gastos operativos	5234,92
Total S/	13 269,92

Primer y segundo periodo

PASO 2

Selecciona cómo te vas a financiar.

Ahora que ya sabes cuánto necesitas para iniciar tu negocio, debes identificar cómo lo vas a financiar. Te sugerimos financiarte considerando lo siguiente:

1. Utiliza tus ahorros como principal fuente de financiamiento.
2. Busca socios (amistades, familia) que puedan contribuir en dinero, activos fijos o tiempo.
3. Evaluar la factibilidad del crédito. Si eres menor de edad, debes consultar si tus padres pueden ayudarte solicitando un crédito para tu negocio.
4. El menor porcentaje de lo que necesitas debe ser obtenido a través de créditos otorgados por entidades financieras:
 - a. Si lo que buscas es comprar maquinaria, modernizar tu negocio o mejorar tu local, pide información sobre el **crédito para activo fijo**.
 - b. Si lo que requieres es financiar la adquisición de materiales (materia prima e insumos) que aseguren el funcionamiento de tu negocio, pide información sobre el **crédito para capital de trabajo**.
 - c. Pide información sobre otros productos financieros relacionados a negocios.

Es importante que compares, con la ayuda y asesoraría de tus padres, al menos dos productos de crédito de tres entidades financieras, utiliza la siguiente ficha:

Entidad financiera	Nombre del producto financiero	Tasa (TCEA)*	Monto máximo que me pueden financiar	Plazo de pago**	Requisitos

*La TCEA, es la tasa de costo efectivo anual, te permite calcular cuánto te costaría un préstamo. Incluye los intereses y todos los costos regulares del crédito.

** Recuerda que, a menor número de cuotas, el importe que vas a pagar será mayor, pero a la larga pagarás menos intereses.

Recuerda que debes solicitar información como si estuvieras realmente interesado en solicitar el crédito para emprender tu negocio y no para consumo personal.

Antes de tomar un crédito en una entidad financiera, es importante que tengas definido para qué lo vas a usar, a cuánto ascendería el préstamo y si estarás en posibilidad de pagarlo.

Te sugerimos que visites las siguientes páginas web para que te informes más:

- Visita la web de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP para identificar a las entidades supervisadas por el Estado: www.sbs.gob.pe.
- Sobre la TCEA. Visita la web de la Asociación de Bancos del Perú: www.hablemosmassimple.com

Veamos el ejemplo de Juanita:

Fuente	Importe a financiar (S/)	Porcentaje	Tiempo que tomará obtenerlo
Ahorros personales	4900,00	37%	9 meses
Préstamo de familiares y/o amigos	4400,00	33%	1 mes
Entidad financiera	3969,92	30%	1 mes
Monto a financiar (S/)	13 269,92	100%	

Juanita está valorando si le conviene solicitar un **crédito para capital de trabajo** por S/ 3969,92 o ahorrar ese importe. En caso se decida por el crédito, ella sabe que tendrá que incluir en el **flujo de caja proyectado** la cuota (capital más intereses) que deberá pagar a la entidad financiera.



RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER

Considera las siguientes recomendaciones:

1. Algunos activos fijos los puedes valorizar; sin embargo, ten en cuenta que en algún momento tendrás que reponerlos.
2. Financia la mayor parte de lo que necesitas con tus ahorros.
3. Compara tasas (TCEA) en las entidades financieras e infórmate sobre qué producto o servicio financiero es adecuado para ti, antes de financiarte.
4. Busca fuentes de financiamiento alternativas, muchas entidades brindan capital para iniciar un emprendimiento.
5. Si decides contratar un crédito, no olvides incluir la cuota a pagar a la entidad financiera (capital más intereses) en tu **flujo de caja proyectado**.



RETOS DE LA SESIÓN

RETO 1

Identifica cuánto capital necesitas para emprender tu negocio.

Concepto	Total
Activo fijo	
Gastos preoperativos	
Gastos operativos	
Total S/	

RETO 2

Decide cómo te financiarás:

Fuente	Importe a financiar	Porcentaje	Plazo de obtención	Concepto
Ahorros personales		%		Activo fijo
Préstamo de familiares y/o amigos		%		Gastos preoperativos
Entidad financiera		%		Gastos operativos
Monto a financiar		100%		Total S/

RETO 3

Indica qué producto financiero contratarías (en el caso de que decidas contratar un crédito).

A large rectangular area with horizontal lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page, providing a space for the user to write their work plan.

A large rectangular box with a thin black border, containing 25 horizontal lines spaced evenly down the page. This is a standard format for a writing area in a notebook or workbook.

A large rectangular area with horizontal ruling lines for writing, intended for the student's work plan.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Apellidos y nombres:

Grado:

Aspectos académicos	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Asisto puntualmente a la clase.					
Participo activamente de todos los momentos de la sesión de clases.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Soy comprometido y responsable en mi proceso de aprendizaje y entrego a tiempo los trabajos realizados en clase y en casa.					
Participo activa y efectivamente en las actividades grupales e individuales propuestas en clase.					
Cuando no comprendo los temas, pido explicaciones hasta llegar al conocimiento.					
Soy creativo al momento de entregar mis trabajos (productos).					
Demuestro alegría y motivación por aprender cómo emprender.					
Trabajo en grupo de manera eficiente y sin conflictos.					
Expongo aportes pertinentes y oportunos en actividades de socialización en clases.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Aspectos conductuales	Frecuencia / ind.				Observación
	S	CS	AV	N	
Soy ordenado en el aula, presto atención a las clases.					
Trato de manera respetuosa a mis compañeros.					
Atiendo las orientaciones y explicaciones del profesor.					
Respeto los acuerdos de convivencia pactados al inicio del año escolar.					
Mis relaciones interpersonales con mis compañeros y mi profesor son armónicas.					

S: Siempre - CS: Casi siempre - AV: Algunas veces- N: Nunca

Observaciones/ sugerencias/ recomendaciones:



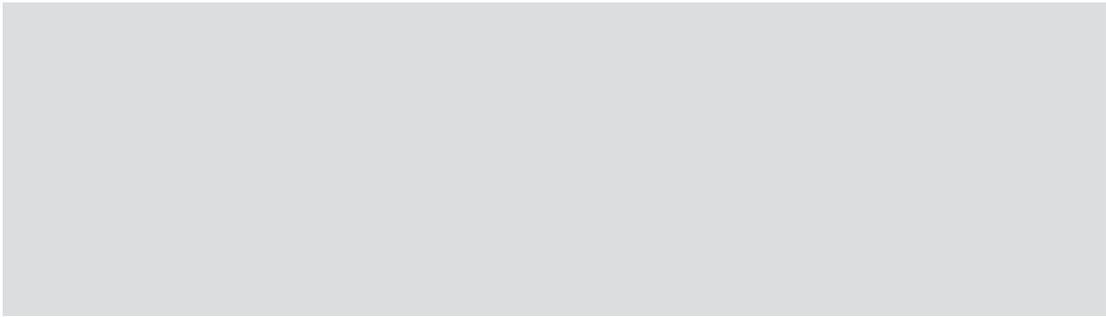
Emprende **CRFA**

PLAN DE NEGOCIO

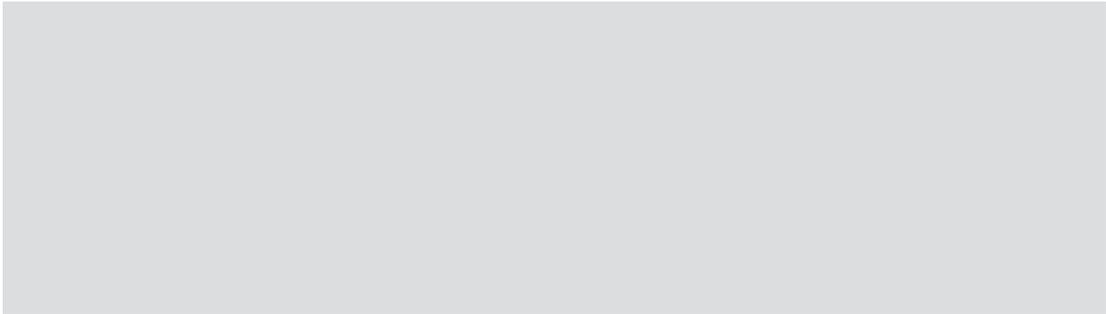
[SESIÓN 1]

Idea de negocio

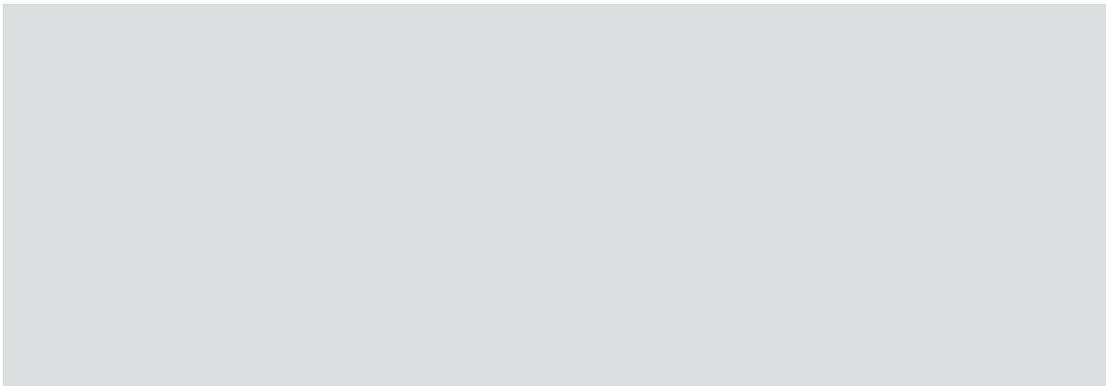
1.1. Antecedentes



1.2. Breve explicación del negocio



1.3. ¿A qué necesidad responde tu negocio?



1.4. ¿Cuáles son las características del servicio o producto que ofrecerás?

1.5. Ubicación

1.6. Promotores

1.7. Visión del negocio

1.8. Misión del negocio

1.9. Análisis foda

Fortalezas	Oportunidades
Debilidades	Amenazas

[SESIÓN 2]

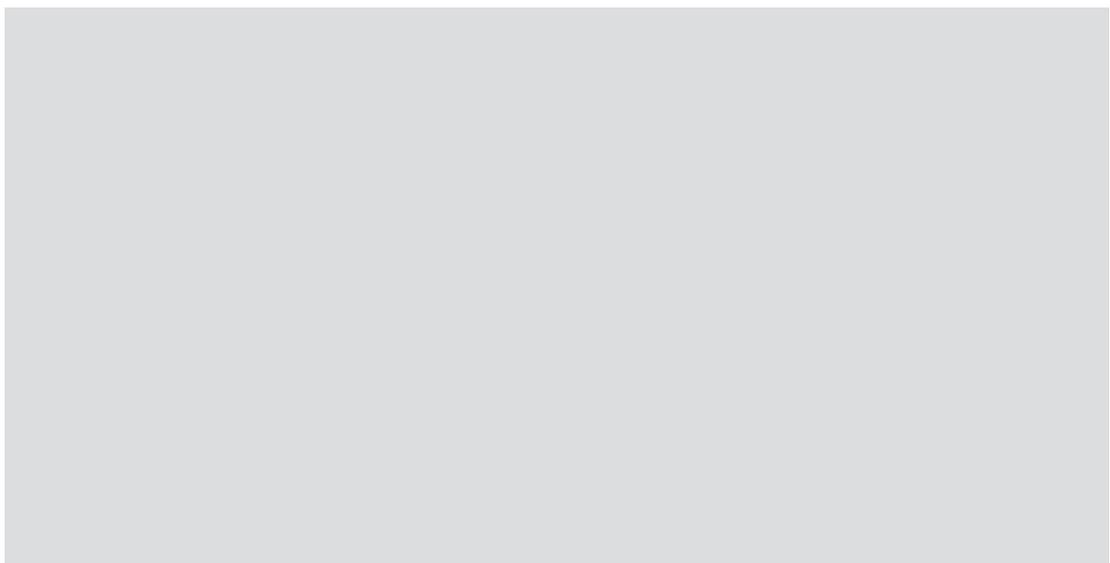
Estudio de mercado

2.1. Información sobre los clientes

Para clientes:

Técnica	Cantidad	Instrumento
Encuestas	Indique el n.º de encuestas aplicadas	Adjuntar ficha
Entrevistas	Indique el n.º de entrevistas realizadas	Adjuntar guía de preguntas y relación de personas.
Observación	Indique el n.º de lugares observados	Adjuntar guía de observación.

Con las respuestas obtenidas indica las principales conclusiones sobre las necesidades y preferencias de tus potenciales clientes:



2.2. Información sobre los competidores

Aplicación de las técnicas utilizadas.

Para competidores:

Técnica	Cantidad	Instrumento
Encuestas	Indique el n.º de encuestas aplicadas.	Adjuntar ficha.
Entrevistas	Indique el n.º de entrevistas realizadas.	Adjuntar guía de preguntas y relación de personas.
Observación	Indique el n.º de lugares observados.	Adjuntar Guía de observación.

Indica qué ofrece (y qué no ofrece la competencia). Completa el siguiente cuadro:

Información	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Producto/servicio			
Precio			
Valor agregado			
Publicidad			
Otro			

Con las respuestas obtenidas, indica las principales conclusiones sobre lo que ofrecen actualmente tus competidores:

2.3. Definición del producto o servicio de acuerdo con el estudio del mercado realizado:

2.4. Análisis de demanda

2.5. Análisis de la oferta

2.6. Define el tamaño de mercado

Identifica cuántas personas podrían comprar tu producto o servicio.

2.7. Define el periodo de análisis

2.8. Define el objetivo de ventas para el periodo

N.º	Producto o servicio a vender	Periodo (día, semana, mes...) _____												Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
														= Objetivo de venta total

[SESIÓN 3]

Plan de *marketing*

Con la información recogida estás en condiciones de completar la siguiente información:

3.1. Estrategia de *marketing* de tu negocio

3.1.1. Producto o servicio: ¿qué vendo?

Características	Producto o servicio
Descripción general	
Calidad	
Tamaño	
Valor agregado	

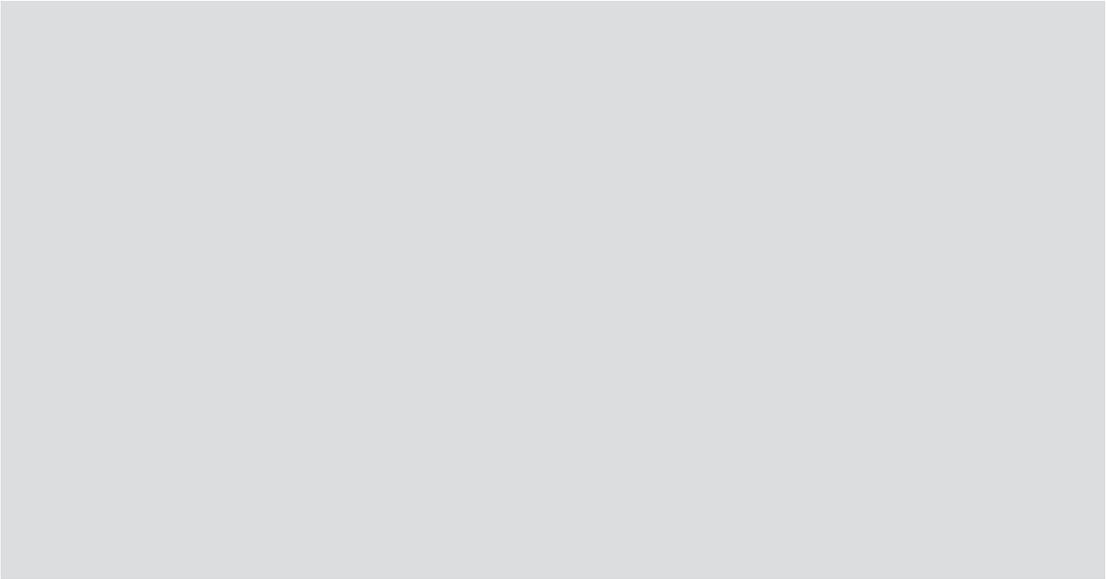
3.1.2. Precio: ¿a cuánto voy a vender? ¿Cuánto están dispuestos a pagar tus potenciales clientes?

Características	Producto o servicio
Costos estimados por producto	
Precio de los competidores	
Precio que vas a cobrar	
Promociones y por qué	

3.1.3. Promoción: ¿cómo daré a conocer mi producto o servicio?

Publicidad	¿Cómo se utilizaría? Frecuencia	Costo total (S/)

Responde: ¿qué canal de comunicación prefieren/utilizan tus clientes? Con la respuesta podrás difundir mejor las promociones y la publicidad que realices.



Criterio	Estrategia
Ubicación del negocio	
Método de distribución	

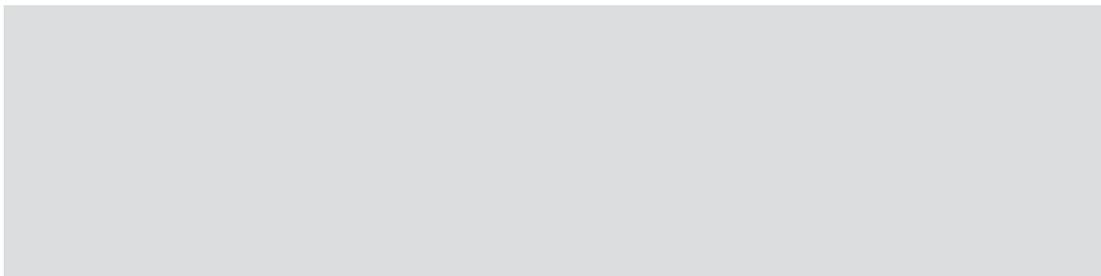
[SESIÓN 4]

Plan de producción

4.1. Información general

Periodo	ver tabla 3.2.
Objetivo de venta = cantidad a producir	ver tabla 3.3.

4.2. Descripción del proceso productivo



4.3. Identifica las actividades que realizarás, los recursos necesarios y los riesgos asociados.

Actividades	Recursos necesarios			Riesgos asociados
	Materiales	Maquinarias	Recursos humanos	

4.1. Plan de producción

Proyecta en unidades los materiales (materia prima e insumos), así como los recursos administrativos y de ventas que requerirás para producir el bien o servicio.

Requerimientos	Unidad de medida	Periodo (día, semana, mes...)													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total	
1) Materia prima e insumos															
2) Administrativos															
3) Ventas															

[SESIÓN 5]

Asignación del precio y cálculo de ganancia

5.1. Resume los costos fijos y los costos variables de tu negocio.

A	Costos fijos totales		
B	Costos variables totales		
C	Costos totales de producción	A+B	

5.2. Calcula el costo unitario de tu producto o servicio.

C	Costos totales de producción		
D	Objetivo total de ventas (unidades)		
E	Costo unitario de producción	C ÷ D	

5.3. Calcula el margen de ganancia.

E	Costo unitario de producción		
F	Margen de ganancia unitario (%)		
G	Margen de ganancia unitario (en soles)	E × F	

5.4. Calcula el precio de venta unitario de tu producto o servicio.

E	Costo unitario de producción		
G	Margen de ganancia unitario (en soles)		
H	Precio de venta unitario	E + G	
I	Precio de venta unitario ajustado	H ajustado	

5.5. Calcula el costo variable unitario.

B	Costos variables totales		
D	Objetivo total de ventas (unidades)		
J	Costo variable unitario	$B \div D$	

5.6. Calcula el punto de equilibrio de tu negocio (en unidades).

A	Costos fijos totales		
I	Precio de venta unitario		
J	Costo variable unitario		
K	Punto de equilibrio (en unidades)	$A \div (I - J)$	

5.7. Calcula la ganancia total de tu negocio.

D	Objetivo total de ventas (unidades)		
K	Punto de equilibrio (en unidades)		
G	Margen de ganancia unitario		
L	Ganancia total		

[SESIÓN 6]

Plan financiero

6.1. Cálculo de activo fijo

Concepto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Total	Proveedor
Total activo fijo (S/)					

6.2. Cálculo de los gastos preoperativos

Gastos	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Total
Total gastos preoperativos (S/)				

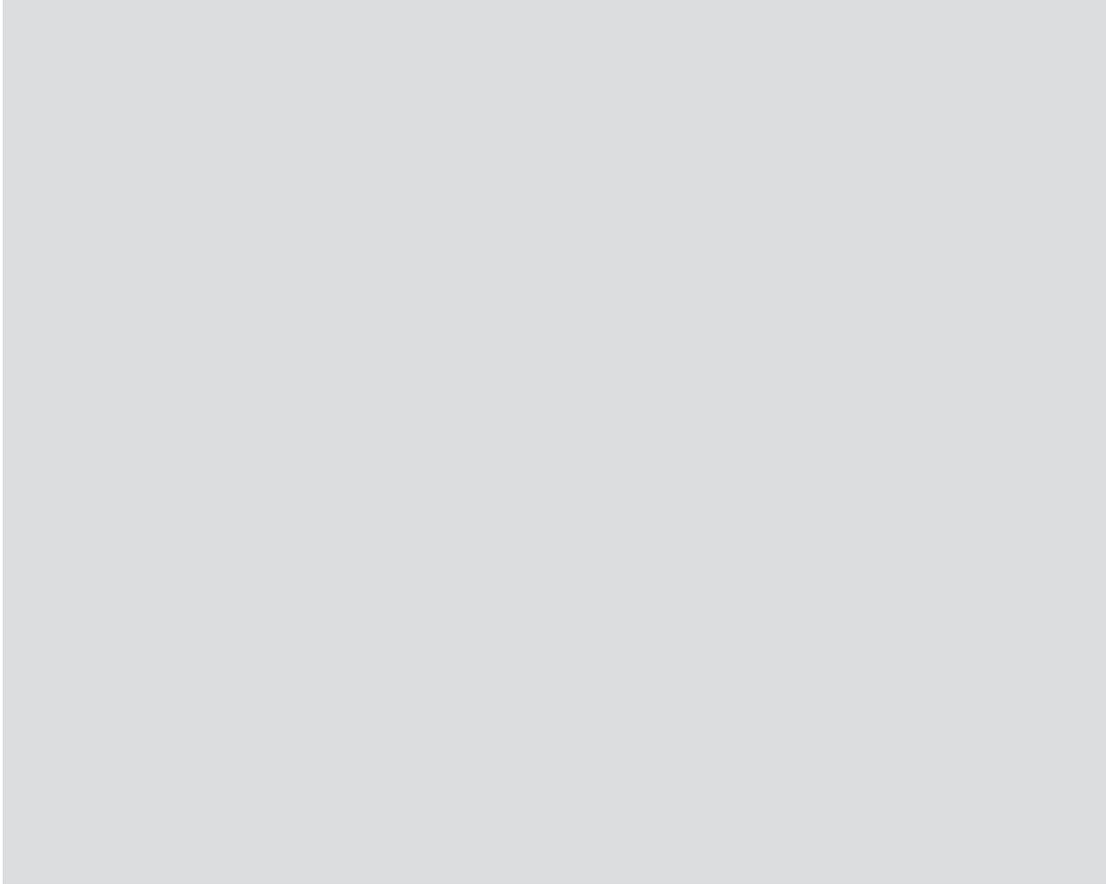
6.4.4. Resumen proyección de egresos

Egresos	Periodo (día, semana, mes...)												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Materia prima e insumos	Ver tabla 6.4.1												
Gastos administrativos	Ver tabla 6.4.2												
Gastos de ventas	Ver tabla 6.4.3												
Total gastos operativos													

6.5. Flujo de caja proyectado

Concepto	Periodo (día, semana, mes...)													
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Ingresos														
Saldo de la venta anterior <small>Ver tabla 6.5</small>														
Ventas del periodo <small>Ver tabla 6.3</small>														
Activo fijo <small>Ver tabla 6.1</small>														
Gastos PREOPERATIVOS <small>Ver tabla 6.2</small>														
Gastos operativos <small>Ver tabla 6.4.4</small>														
Saldo del periodo														

6.6. Conclusiones del flujo de caja proyectado



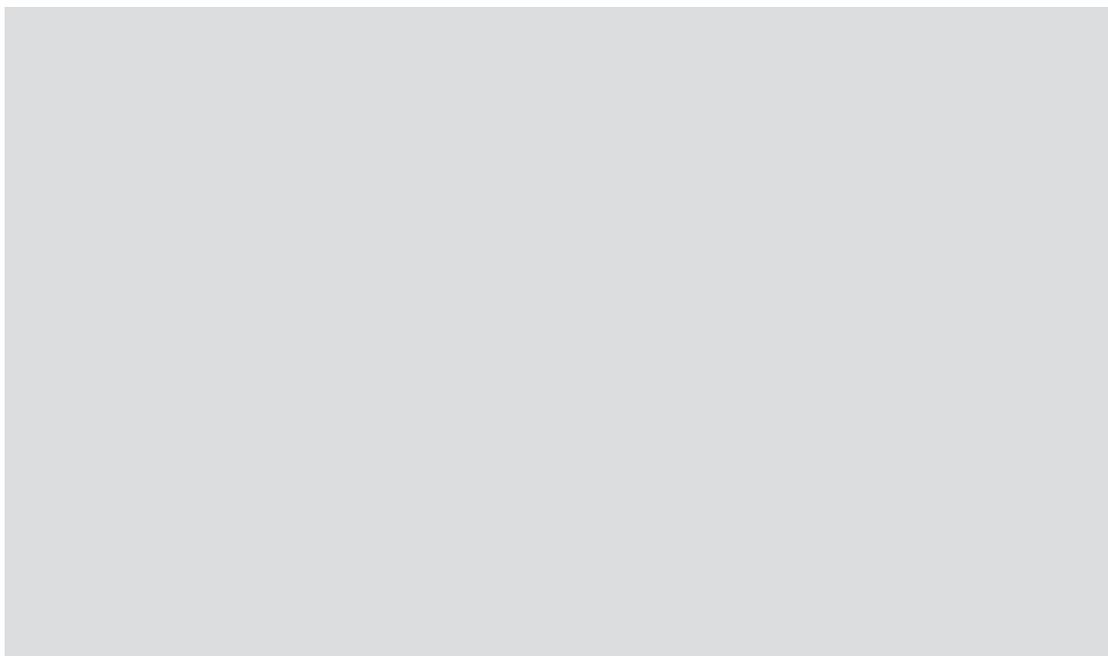
[SESIÓN 7]

Financiamiento de mi negocio

7.1. ¿Cuánto necesitas invertir para empezar tu negocio?

		Inversión inicial
1.	Activo fijo	Ver tabla 6.1
2.	Gasto preoperativo	Ver tabla 6.2
3.	Gastos operativos	Ver tabla 6.4.4
	Total a financiar	

7.2. De acuerdo con tu plan de ahorro, ¿cuánto podrás invertir en tu negocio?



7.3. Distribución del financiamiento para emprender tu negocio

Fuente de financiamiento	Monto a financiar	%	Plazo de obtención
Ahorros personales			
Préstamo de familiares y/o amigos			
Entidad financiera			
Total	Ver tabla 7.1.	100%	

7.4. Evaluación del plan de negocio

N.º	Criterios	1 punto	2 puntos	3 puntos	4 puntos	5 puntos	Total
1	Necesidad El producto identifica y cubre una necesidad, problema u oportunidad de mercado.						
2	Creatividad El producto o servicio se diferencia, posee nuevos atributos o tiene ventajas competitivas con respecto a otros que existen en el mercado.						
3	Viabilidad Las probabilidades de llevarse a cabo y ser un producto exitoso son altas.						
4	Marketing Los esfuerzos de <i>marketing</i> del producto son sencillos y sus costos no son significativos.						
5	Comercialización y venta El consumidor comprará fácilmente el producto.						
6	Costos y financiamiento El costo de producción del producto es razonable y no requiere mayor financiamiento.						
7	Precio El precio de venta del producto es competitivo.						
8	Rentabilidad La idea de negocio arroja una buena utilidad y es rentable.						
9	Potencial El negocio tiene proyección y se mantendrá en el tiempo.						

RECOMENDACIONES PARA LA PRESENTACIÓN ORAL DEL PLAN DE NEGOCIO

Cuando realices el cálculo del precio y la ganancia considera las siguientes recomendaciones:

1. Sé ordenado con el cálculo, pues casi todo lo que necesitas para calcular el precio y la ganancia se ha trabajado durante el curso.
2. El punto de equilibrio te ayudará a definir desde qué unidad vendida comenzarás a ganar dinero.
3. No pierdas de vista tu plan de ahorro.
4. Utiliza la siguiente estructura para tu presentación:
 - a. Problema identificado. Explícalo de una manera simple y práctica. ¿Qué problemática he identificado? (Referir al estudio de mercado, datos, estadísticas, etc.).
 - b. Sobre el negocio. Enseña tu mejor solución.
 - ¿Cómo mi idea de negocio soluciona parte de esa problemática?
 - ¿Cuál es mi idea de negocio? Nombre, producto o servicio que ofrece, ubicación, potenciales clientes, etc. Indicar tamaño de mercado.
 - ¿Qué me diferencia de los competidores? ¿Lo valoran los potenciales clientes?
 - ¿Qué plan de marketing utilizarás?
 - Precio y ganancia
 - c. Presentación del plan financiero. ¿Qué necesitas para poner en marcha tu negocio?
 - Activos fijos
 - Gastos preoperativos
 - Proyección de ingresos
 - Proyección de egresos
 - El flujo de caja proyectado
 - d. Inversión y financiamiento. ¿Cómo lo lograrás?
 - ¿Cuánto necesitas invertir para empezar tu negocio?
 - ¿Cómo vas a financiar tu negocio?

EL ACUERDO NACIONAL

El 22 de julio de 2002 los representantes de las organizaciones políticas, religiosas, del Gobierno y de la sociedad civil firmaron el compromiso de trabajar, todos, para conseguir el bienestar y desarrollo del país. Este compromiso es el Acuerdo Nacional.

El acuerdo persigue cuatro objetivos fundamentales. Para alcanzarlos, todos los peruanos de buena voluntad tenemos, desde el lugar que ocupemos o el rol que desempeñemos, el deber y la responsabilidad de decidir, ejecutar, vigilar o defender los compromisos asumidos. Estos son tan importantes que serán respetados como políticas permanentes para el futuro.

Por esta razón, como niños, niñas, adolescentes o adultos, ya sea como estudiantes o trabajadores, debemos promover y fortalecer acciones que garanticen el cumplimiento de esos cuatro objetivos que son los siguientes:

1. Democracia y Estado de Derecho

La justicia, la paz y el desarrollo que necesitamos los peruanos solo se pueden dar si conseguimos una verdadera democracia. El compromiso del Acuerdo Nacional es garantizar una sociedad en la que los derechos son respetados y los ciudadanos viven seguros y expresan con libertad sus opiniones a partir del diálogo abierto y enriquecedor; decidiendo lo mejor para el país.

2. Equidad y Justicia Social

Para poder construir nuestra democracia, es necesario que cada una de las personas que conformamos esta sociedad, nos sintamos parte de ella. Con este fin, el Acuerdo promoverá el acceso a las oportunidades económicas, sociales, culturales y políticas. Todos los peruanos tenemos derecho a un empleo digno, a una educación de calidad, a una salud integral, a un lugar para vivir. Así, alcanzaremos el desarrollo pleno.

3. Competitividad del País

Para afianzar la economía, el Acuerdo se compromete a fomentar el espíritu de competitividad en las empresas, es decir, mejorar la calidad de los productos y servicios, asegurar el acceso a la formalización de las pequeñas empresas y sumar esfuerzos para fomentar la colocación de nuestros productos en los mercados internacionales.

4. Estado Eficiente, Transparente y Descentralizado

Es de vital importancia que el Estado cumpla con sus obligaciones de manera eficiente y transparente para ponerse al servicio de todos los peruanos. El Acuerdo se compromete a modernizar la administración pública, desarrollar instrumentos que eliminen la corrupción o el uso indebido del poder. Asimismo, descentralizar el poder y la economía para asegurar que el Estado sirva a todos los peruanos sin excepción.

Mediante el Acuerdo Nacional nos comprometemos a desarrollar maneras de controlar el cumplimiento de estas políticas de Estado, a brindar apoyo y difundir constantemente sus acciones en la sociedad.

Calle del Comercio 193, San Borja - Lima, Perú
Teléfono: 615-5800
www.gob.pe/minedu