



**Áreas Transversales:** Sociales, Castellano, matemáticas, artística, sociales, economía, inglés.

**Elabora:** Gigliola Martínez; Gloria Ledesma

**TIEMPO:** 1 \_\_\_\_ 2 X

**COMPETENCIAS:**                    Orientación al resultado, cognitivo

**PROPÓSITO:**

- Realizar un plan de negocio y Aplicar las normas APA en un documento

**INDICADORES DE DESEMPEÑO:**

Reconocimiento de las etapas de la creatividad e innovación para la idea de negocio.

**TEMA:** plan de negocio

**METODOLOGÍA INSTITUCIONAL C3**

### **CONCIENTIZACIÓN**

Vídeo: [Misión, visión, valores corporativos](#)

### **CONCEPTUALIZACIÓN**

Lea el texto:

[normas APA](#)

## **PLAN DE NEGOCIO**

Un Plan de Negocios es un documento que describe los objetivos de un emprendimiento y las acciones que deben darse para alcanzarlos. Tener el plan disminuye los riesgos. Se puede hacer para llevar adelante una idea de negocio nueva o para hacer crecer un negocio ya existente.

Es un documento donde el emprendedor detalla sistemáticamente las informaciones del emprendimiento a realizar como ser:

- El proceso de generación de ideas.
- La captación y análisis de la información.
- Evaluación de la oportunidad y los riesgos.
- Toma de decisión sobre la puesta en marcha de un nuevo emprendimiento.
- Cambio de planes en empresas constituidas.

### **ASPECTOS DEL PLAN NEGOCIOS**



1. DATOS DE LA EMPRESA

Empresa (Razón social):

Sector de la actividad:

Principales productos o servicios que ofrecerá:

Página WEB:

Tipo de negocio: Empresas de computación, servicios; Empresas agroindustriales, Empresas de electrónica; comercial, artesanal. (Escriba el tipo de negocio según las opciones)

2. DATOS DEL EMPRENDEDOR Y/O SOCIOS:

En este punto se debe indicar los datos de los socios de la empresa

Socio 1

|                     |  |                     |  |
|---------------------|--|---------------------|--|
| Nombre y apellido   |  | C.I. N°             |  |
| Lugar de nacimiento |  | Fecha de nacimiento |  |
| Dirección           |  |                     |  |
| Ciudad              |  | País                |  |
| Teléfonos           |  |                     |  |
| E.mail              |  |                     |  |
| Redes sociales      |  |                     |  |
| Formación           |  |                     |  |
| Experiencia         |  |                     |  |

Socio 2

|                     |  |                     |  |
|---------------------|--|---------------------|--|
| Nombre y apellido   |  | C.I. N°             |  |
| Lugar de nacimiento |  | Fecha de nacimiento |  |
| Dirección           |  |                     |  |
| Ciudad              |  | País                |  |
| Teléfonos           |  |                     |  |
| E.mail              |  |                     |  |

|                |  |
|----------------|--|
| Redes sociales |  |
| Formación      |  |
| Experiencia    |  |

Socio 3

|                     |  |                     |  |
|---------------------|--|---------------------|--|
| Nombre y apellido   |  | C.I. N°             |  |
| Lugar de nacimiento |  | Fecha de nacimiento |  |
| Dirección           |  |                     |  |
| Ciudad              |  | País                |  |
| Teléfonos           |  |                     |  |
| E.mail              |  |                     |  |
| Redes sociales      |  |                     |  |
| Formación           |  |                     |  |
| Experiencia         |  |                     |  |

Formación del Capital Social(aporte de cada socio)

|         | Nombre de los socios | Valor del Aporte. | % de Participación |
|---------|----------------------|-------------------|--------------------|
| Socio 1 |                      |                   |                    |
| Socio 2 |                      |                   |                    |
| Socio 3 |                      |                   |                    |
| Total   |                      |                   |                    |

3. DEFINICION DE LA EMPRESA

Definir la empresa, declarando su misión, visión y valores es la manera de dar rumbo al nuevo emprendimiento, todo esto, representan los elementos estratégicos que guiarán la empresa y ayudarán a tomar decisiones a los propietarios y empleados.

3.1Definición del negocio

Para definir el concepto de negocio debemos responder claramente ¿De qué negocio se trata?, si es una empresa comercial, servicio, industrial, etc. ¿Qué ofrece principalmente?, ¿A quienes está dirigida la oferta? ¿Dónde desarrolla sus operaciones? ¿Y qué diferencial ofrece?

| NEGOCIO                                  |  |
|------------------------------------------|--|
| Nombre                                   |  |
| Definición<br>(explicar en 2 a 3 lineas) |  |

3.2Visión

La visión de una empresa se refiere a lo que la empresa quiere lograr, construir, llegar a crear. Proyecta la imagen futura.

La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de definir claramente el negocio que permita orientar a los miembros de su equipo. El objetivo de esta sección es que su negocio quede claramente definido.

| VISIÓN |
|--------|
|        |

3.3Misión

La misión es una declaración que manifiesta la razón de ser de la empresa, el propósito, el motivo por el cual existe. Define la/las función/es básica/s que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar

| MISIÓN |
|--------|
|--------|

3.4Valores

Los valores de una empresa declaran sus creencias, transmiten las bases de sus principios éticos, sobre el cual construirán una cultura empresarial y determinan la forma de comportarse ante situaciones y relaciones empresariales, sociales y su actuar responsable frente a los impactos que sus operaciones puedan generar al medio ambiente.

| VALORES |
|---------|
|         |

4. PROYECCIÓN DE VENTAS SEMESTRAL

TOTAL VENTAS = Cantidades Vendidas (unidades) \* Precio por Unidad

CUADRO 1. Ventas mensuales (en promedio)

| Productos | Cantidades Vendidas (unidades) | Precio por Unidad | Total de Ventas |
|-----------|--------------------------------|-------------------|-----------------|
|           |                                |                   |                 |
|           |                                |                   |                 |
|           |                                |                   |                 |
| TOTAL     |                                |                   |                 |

CUADRO 2. pronóstico de ventas para el semestre

| Productos o Servicios                                 | Mes 1. | Mes 2. | Mes 3. | Mes 4. | Mes 5. | Mes 6. | Total Semestral |
|-------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| 1. Productos oServicios 1                             |        |        |        |        |        |        |                 |
| Unidades Vendidas                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| Precio por Unidad                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| Total, de Ventas 1                                    |        |        |        |        |        |        |                 |
| 2. Productos oServicios 2                             |        |        |        |        |        |        |                 |
| Unidades Vendidas                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| Precio por Unidad                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| Total de Ventas 2                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| 3. Productos oServicios 3                             |        |        |        |        |        |        |                 |
| Unidades Vendidas                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| Precio por Unidad                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| Total de Ventas 3                                     |        |        |        |        |        |        |                 |
| Total de Ventas(todos los Productos oServicios 1,2,3) |        |        |        |        |        |        |                 |

5. ESTRATEGIA DEL MARKETING

Se van determinar 3 estrategias.

5.1Estrategia de Producto

Considerar los siguientes elementos: características, beneficios, diferencial de los productos o servicios a ofrecer.

Principales productos o servicios, presentación, envase, embalaje, sabores, olores, líneas, volumen, colores corporativos, otros, marca, nombre de fantasía, slogan, garantía que ofrece, servicios post venta, evolución y desarrollo de nuevos productos o servicios.

Cree una lista de los principales productos o servicios que solucionarán o atenderán necesidades o deseos del mercado consumidor.

| Nº | Productos o Servicios | Características |
|----|-----------------------|-----------------|
| 1  |                       |                 |
| 2  |                       |                 |
| 3  |                       |                 |
| 4  |                       |                 |
| 5  |                       |                 |

### 5.2Estrategia de Precios

Las estrategias de precios se refieren a métodos que las empresas usan para asignar precios a sus productos y servicios.

Casi todas las empresas, grandes o pequeñas, basan el precio de sus productos y/o servicios en los costos de producción, luego agregan las variables comerciales y el margen deseado.

Tipos de precios: precio de lista, precio mayorista, precio minorista, precio contado, precio financiado, precio de temporada, precio de liquidación, precio de lanzamiento, etc. Se debe definir también las diferentes formas de pagos a implementar.

**El precio de venta se calcula:**

**Precio de venta = [(costo del artículo) ÷ (100 – porcentaje de marca)] x 100**

Así que, por ejemplo, digamos que quieres fijar el precio de un artículo que vendes en tu tienda, cuyo coste es de \$1500.

Si consideras que lo razonable es aplicar un margen del 45% —en lugar del habitual margen de ganancia del 50%—, así es como se calculará el precio de venta:

Precio de venta = [(1500) ÷ (100 - 45)] x 100

Precio de venta = [(1500 ÷ 55)] x 100 = \$2727

Calcule el precio de venta del producto(s)/servicio(s) que va a vender.

|                    |  |   |
|--------------------|--|---|
| Producto 1:        |  | % |
| Costo del articulo |  |   |
| Precio de venta    |  |   |
| Producto 2         |  |   |
| Costo del articulo |  |   |
| Precio de venta    |  |   |
| Producto 3         |  |   |
| Costo del articulo |  |   |
| Precio de venta    |  |   |

### 5.3Estrategia de Comunicación

Es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en las herramientas de comunicación disponibles. Establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de

canales o elementos de contacto con los clientes para realizar su seguimiento y cerrar las ventas. Definir cuál será la imagen y el mensaje proyectará con esta estrategia

**Cuadro de elementos de comunicación y presupuesto**

| Componentes         | Elementos                              | Seleccione los que utilizaría | Presupuesto |
|---------------------|----------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Papelería           | Tarjetas personales                    |                               |             |
|                     | Carpetas                               |                               |             |
|                     | Sobres y hojas membretadas             |                               |             |
|                     | Trípticos o dípticos                   |                               |             |
|                     | Volantes                               |                               |             |
|                     | Bolsas o envases impresos              |                               |             |
| Publicidad          | Carteles del local                     |                               |             |
|                     | Banners                                |                               |             |
|                     | Publicidad radio o TV                  |                               |             |
|                     | Publicidad en Periódicos               |                               |             |
|                     | Publicidad en Revista                  |                               |             |
|                     | Publicidad en WEB                      |                               |             |
| Promociones         | Liquidaciones fin de temporadas        |                               |             |
|                     | Liquidaciones especiales               |                               |             |
|                     | Campañas de descuentos especiales      |                               |             |
|                     | Ofertas asociadas                      |                               |             |
| WEB Page            | Diseño de mailing                      |                               |             |
|                     | Hosting y dominios                     |                               |             |
|                     | Diseños de página web                  |                               |             |
|                     | Administrador de web                   |                               |             |
| Relaciones públicas | Agente de relaciones                   |                               |             |
|                     | Representantes                         |                               |             |
|                     | Promotores                             |                               |             |
|                     | Vendedores                             |                               |             |
| Redes Sociales      | Administrador de red social            |                               |             |
|                     | Actualizaciones                        |                               |             |
|                     | Diseño                                 |                               |             |
| Comunicación        | Telemarketing, televentas, call center |                               |             |
|                     | SAC (Servicio de Atención al Cliente)  |                               |             |

**6. PLAN DE ORGANIZACIÓN**

Diseñar el eslogan y el logotipo de la empresa

**6.1Eslogan:**

Un eslogan es una frase (o dos) que destaca lo que hace una empresa, hace hincapié en un valor o característica, o aclara la misión de su marca.

Video: [que es un slogan](#)



6.2Logotipo

El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca.

Video: [logotipo](#)

De acuerdo al video identifica y diferencia los siguientes términos.

Logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, logograma.

CONTEXTUALIZACIÓN

Fecha final para entregar la actividad: agosto 14 DE 2023

Subir la actividad al classroom

Trabajar la actividad con los compañeros que realizo la idea de negocio

REALIZAR LA ACTIVIDAD EN UN SITIO WEB UTILIZANDO LA HERRAMIENTA DESEADA

El sitio web debe contener el desarrollo de todos los puntos encontrados en la guía:

Cada punto debe estar en una subpágina diferente

- 1. PORTADA
- 2. DATOS DE LA EMPRESA
- 3. DATOS DEL EMPRENDEDOR Y/O SOCIOS
- 4. DEFINICION DE LA EMPRESA
- 5. PROYECCIÓN DE VENTAS SEMESTRAL
- 6. ESTRATEGIA DEL MARKETING
- 7. PLAN DE ORGANIZACIÓN
- 8. BUENA PRESENTACIÓN
- 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RÚBRICA. DE TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA Y EMPRENDIMIENTO

| Actividad tecnología e informática |                                 |                             |                               |                             |            |
|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|------------|
| Aspectos a evaluar                 | ESCALA DE CALIFICACIÓN          |                             |                               |                             |            |
|                                    | 4.6 a 5.0<br>Desempeño superior | 4.0 a 4.5<br>Desempeño Alto | 3.0 a 3.9<br>Desempeño Básico | 1.0 a 2.9<br>Desempeño bajo | Porcentaje |

|                                                            |                                                                                                          |                                                                                                         |                                                                                              |                                                                                                        |      |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Crea informes escritos con adecuada redacción, ortografía. | Elabora eficientement e escritos con adecuada redacción, ortografía donde se identifican el tema tratado | Elabora medianament e escritos con adecuada redacción, ortografía donde se identifican el tema tratado. | Elabora escritos con problemas de redacción, ortografía donde se identifican el tema tratado | Elabora con dificultad escritos con problemas de redacción, ortografía sin identificar el tema tratado | 50%  |
| Creación de sitio web                                      | Domina y utiliza herramienta ofimática de manera elevada para la elaboración del sitio web.              | Domina y utiliza la herramienta ofimática de manera eficaz adecuada para la elaboración del sitio web   | Domina y utiliza la herramienta ofimática para la elaboración del sitio web                  | Presenta dificultades para utilizar la herramienta ofimática en la elaboración del sitio web           | 50%  |
| Total                                                      |                                                                                                          |                                                                                                         |                                                                                              |                                                                                                        | 100% |

Fuente:

[https://www.sdqfund.org/sites/default/files/PS\\_%20MANUAL\\_Panama\\_%20plan%20de%20negocios.pdf](https://www.sdqfund.org/sites/default/files/PS_%20MANUAL_Panama_%20plan%20de%20negocios.pdf)

<https://www.youtube.com/watch?v=y6hXZqXBRCo>

<https://www.youtube.com/watch?v=RV9YrstWny0>

[https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info\\_11\\_03.pdf](https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf)

<https://www.youtube.com/watch?v=FQcELCKh21A>

<https://www.youtube.com/watch?v=jWIZxbl3EvE>

<https://www.tailorbrands.com/es/blog/que-es-un-eslogan>

<https://www.significados.com/logotipo/>