



CAPACITACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO

# Comunidades Emprendedoras

y formalización de negocios

## 1. INTRODUCCIÓN

La diferencia entre el mundo laboral de antes y el actual, es que hoy ya no se puede esperar a depender de por vida de un empleo. Nos encontramos con un mundo de oportunidades laborales limitadas, donde la tasa de crecimiento de nacimientos es mucho mayor que el número de nuevos puestos de empleo, lo que nos indica que el pleno empleo es algo cada vez menos posible y que es inevitable que con el tiempo existan menos oportunidades laborales, así como la tendencia a salarios bajos en relación al costo de vida promedio.

Sumemos a esto, el creciente nivel de especialización que requieren los puestos de trabajo, en las organizaciones cada vez más globales y competitivas.

Entonces ¿Qué podemos hacer?, lo que debemos hacer es apoyar la generación de empleo, promoviendo el emprendimiento, la formalización de negocios y la creación de empresas, como motor de desarrollo de las comunidades y la sociedad en su conjunto. Esto es gravitante, en el caso de las comunidades de las regiones alto andinas, cuya economía generalmente es de subsistencia y su producción es de autoconsumo.

## 2. DIRIGIDO A

Emprendedores de negocios de las comunidades, que disponen de diversas líneas productivas como productos agroindustriales, textiles, artesanía, joyería, o turismo entre otros.

## 3. OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Proveer los conocimientos, herramientas y recursos necesarios, que permitan el desarrollo de actividades empresariales a través de la formalización de su actividad productiva, propiciando mejores ingresos y oportunidades de negocios y crecimiento, así como una mayor autonomía en su desarrollo económico.
- Conocer los beneficios de la formalización empresarial, así como las diversas modalidades para hacerlo, elaborando un plan de negocios que le facilite el manejo de sus herramientas y recursos.
- Desarrollar el estudio de Mercado objetivo, así como de la competencia y de su mercado de distribución, definiendo mercados y clientes de acuerdo al perfil de productos que manejan, realizando negociaciones de compra – venta con ellos, cerrando transacciones, así como completando la entrega del producto en el punto definido por el cliente.
- Definir un plan de Marketing para sus actividades de negocios
- Entender y manejar la estructura de costos del negocio, definiendo el precio de comercialización y distribución.
- Constituir formalmente su negocio en alguna de las modalidades empresariales disponibles para su rubro de actividad.
- Conocer y manejar adecuadamente la información tributaria y sus responsabilidades correspondientes.

## 4. TEMARIO REFERENCIAL

### MÓDULO I: ESTUDIO DE MERCADO

---

#### PERFIL GENERAL DEL NEGOCIO

- Información general del negocio
- Declaración de la visión y la misión
- Estrategia del proyecto de negocio
- Fuentes generadoras de su diferencia competitiva
- Evaluación FODA

- Elaboración del Resumen Ejecutivo

## DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

- Descripción del producto
- Subproductos
- Productos sustitutos
- Productos complementarios

## ANÁLISIS DEL ENTORNO DE MERCADO

- Marco económico
- Marco socio-cultural
- Marco tecnológico
- Marco institucional y político
- Dominio del estudio de mercado
  - Dominio geográfico
  - Dominio demográfico

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- La Segmentación del Mercado
  - Requisitos para una segmentación efectiva
  - Procedimientos para la segmentación de mercados
- Demanda presente
- Proyección de la demanda
- ANÁLISIS DE LA OFERTA
- Identificando la competencia
- Análisis del mercado de proveedores
- Análisis de la Comercialización
  - Manejo de producto de la competencia
  - Fijación de precios del mercado
  - Donde y como ofrecen el producto

## LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Técnicas de Investigación
  - Cualitativas
    - Focus Group
    - Entrevistas en profundidad
  - Cuantitativas
    - Encuestas por muestreo probabilístico
    - Encuestas por muestreo no probabilístico
- Técnicas de Investigación
  - Planeación
  - Preparación

- Trabajo de campo
- Procesamiento y análisis de los datos

## **MÓDULO II: ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO**

---

### **MODALIDADES DE FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO**

- Persona Natural con negocio
- Persona Jurídica
  - Empresa individual de responsabilidad limitada
  - Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada
  - Sociedad Anónima Cerrada

### **SOBRE LOS RÉGIMENES TRIBUTARIOS**

- Régimen Único Simplificado – Nuevo RUS
- Régimen Especial del Impuesto a la Renta - RER
- Régimen General del Impuesto a la Renta
- Inscripción del RUC
- Declaración y Pago del impuesto

### **REGISTRO DE MARCAS**

- Nombre comercial y empresarial
- Definición y características de la marca
- Desarrollo del logotipo
- Procedimiento de registro de la marca
- ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO
- Puestos de Trabajo
- Definir tareas y responsabilidades
- Organigrama funcional
  - Relaciones de supervisión entre puestos
  - Relaciones de dependencia entre puestos

## **MÓDULO III: PLAN DE MARKETING**

---

### **DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING**

- Objetivos del Plan
- Estrategia de Precio
- Estrategia de Mercado
- Estrategia de Promoción
- Estrategia de Servicio al cliente o postventa
- Estrategia de posicionamiento

### **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

- Esquemas de publicidad
- La promoción de ventas
- Relaciones públicas

### PLAN DE OPERACIONES

- Objetivos de producción
- Estrategia de procesos
- Estándares de producción

## MÓDULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO DEL NEGOCIO

---

### PROYECCIÓN DE INGRESOS

- Fuentes de ingresos
- Ingresos por Ventas producto principal
- Ingresos por venta de subproductos y/o desechos
- Valor residual del activo

### COSTOS Y GASTOS

- Proyección de gastos de administración y ventas
- Depreciación y amortización de intangibles
- Cálculo del Costo Total

### INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

- Cronograma de inversiones: Activos fijos, intangibles y capital de trabajo
- Programa del financiamiento
  
- EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA
- Estado de Resultados proyectado
- Flujo Operativo
- Flujo de Capital
- Flujo Económico
- Flujo Servicio de la deuda
- Flujo Financiero
- Indicadores Financieros (\*): VAN, TIR
- Punto de Equilibrio

## MÓDULO V: CONSTITUCIÓN FORMAL DEL NEGOCIO

---

### PLAN ESTRATÉGICO

- Misión y Visión
  - Objetivos Estratégicos
  - Plan de Negocio

