
	SECRETARIA DE EDUCACION MUNICIPAL I.E. GIMNASIO GRAN COLOMBIANO	PAG 1	
	GESTION DE CALIDAD PROCESO DE APOYO BIBLIOGRAFICO Y EDUCATIVO	A-BE-GS-2	
	GUÍA DIDÁCTICA DE APRENDIZAJE PRINCIPIOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD GRADO 9°	V1 MAR. 2020	

## GUÍA DE TRABAJO NÚMERO 6

Nombre del estudiante: \_\_\_\_\_

Grado: \_\_\_\_\_

**ÁREA:** Matemáticas – Principios Básicos de Contabilidad

**NIVEL:** Básica secundaria

**GRADO:** 9A – 9B

**FECHA:** 10 de mayo -20 de mayo 2021

**No CLASES:** 4

**OBJETIVO:** Conocer las características de un plan de negocios y su importancia para la creación de empresa. (PLAN DE MERCADEO).

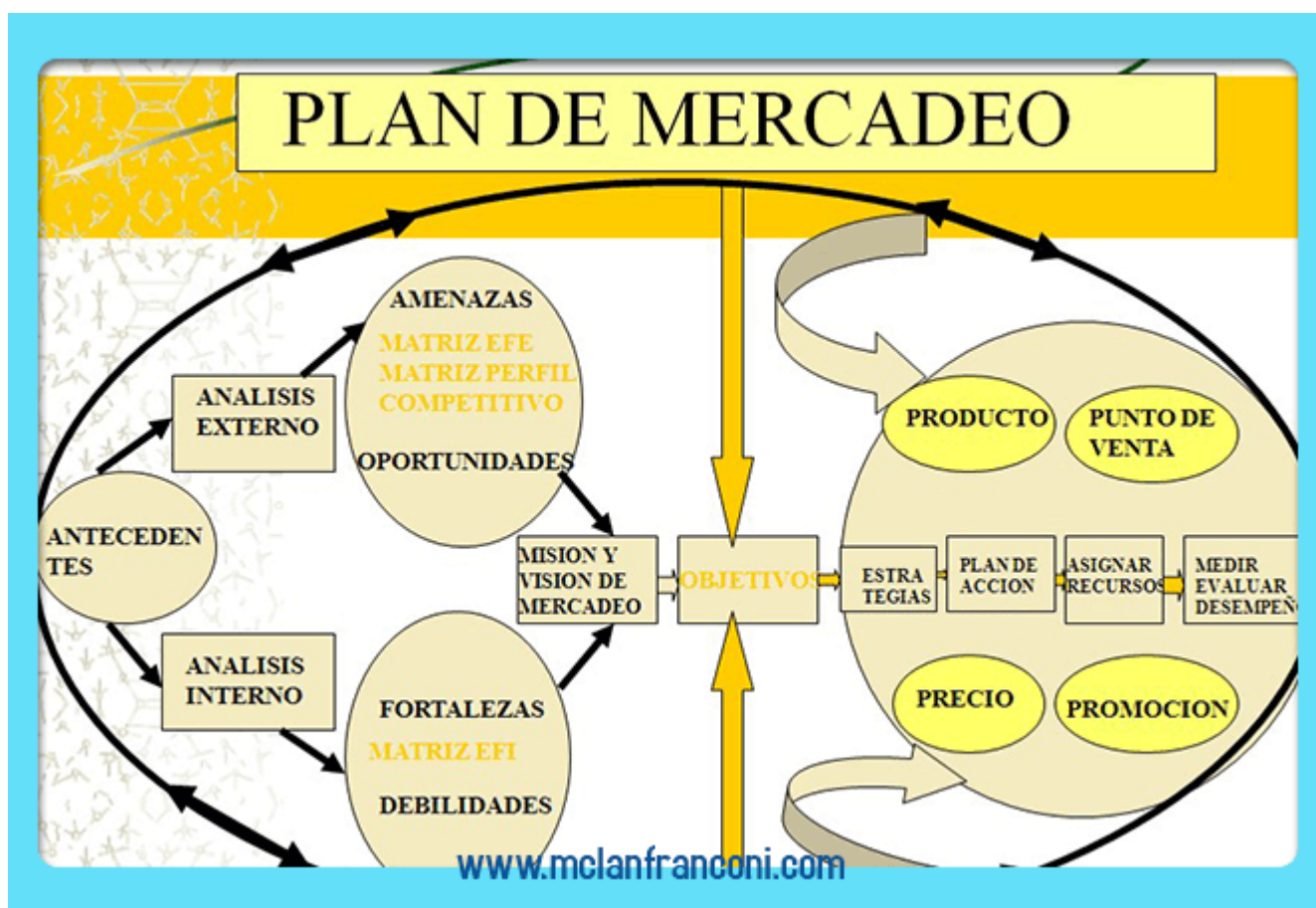
**ESTÁNDAR:** Reflexiona de manera crítica acerca del impacto de la contabilidad en el desarrollo de la economía a través de la historia.

**COMPETENCIA:** Asume una postura crítica frente a la identificación de oportunidades de negocio.



**DBA:** Describe diferentes procedimientos o acciones que le permitan conocer el valor de una incógnita y los pone a prueba

**RESULTADO DE APRENDIZAJE ESPERADO:** Lee y extrae información sobre plan de negocio que encuentra en su contexto y la contrasta con la obtenida en su estudio.

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA:



- A. **¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIOS?** El Plan de negocios es un documento donde el emprendedor detalla información relacionada con su empresa. Este documento puede adoptar distintas formas. Los hay extensos y detallados. Los hay concisos y breves. De hecho, no existe ningún modelo concreto de Plan de Negocios. Cada emprendedor debería crear su propio plan, no sólo en el sentido de poner por escrito sus propias ideas, sino incluso en decidir qué forma va a tener.

	SECRETARIA DE EDUCACION MUNICIPAL I.E. GIMNASIO GRAN COLOMBIANO	PAG 1	
	GESTION DE CALIDAD PROCESO DE APOYO BIBLIOGRAFICO Y EDUCATIVO	A-BE-GS-2	
	GUÍA DIDÁCTICA DE APRENDIZAJE PRINCIPIOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD GRADO 9°	V1 MAR. 2020	

## B. ¿CÓMO REDACTAR UN PLAN DE NEGOCIOS?



- **Técnica:** El Plan de Negocios es, principalmente, un documento escrito. El Plan de Negocios va dirigido, principalmente, al propio emprendedor. Un simple documento con un formato tan sencillo como el de este mismo texto que está ahora leyendo puede ser útil. Cuando llegue el momento de presentar el proyecto a terceros ya se buscarán maneras de hacerlo más creíble y atractivo.
- **Contenido:** El Plan de Negocios debe contener toda la información necesaria para intentar garantizar un desarrollo correcto y completo del negocio. La mayoría de los modelos de plan tienen estas secciones:
  - ✓ Resumen del proyecto
  - ✓ Presentación de los promotores
  - ✓ Análisis de la Idea de Negocio
  - ✓ **Plan de Mercadeo**
  - ✓ Plan de Producción
  - ✓ Plan Económico-Financiero
  - ✓ Plan de Organización
  - ✓ Plan de Puesta en Marcha
  - ✓ Plan de Contingencia

### OBJETIVO:

La finalidad del plan de mercadeo es establecer unos objetivos comerciales coherente con los objetivos globales de la empresa y detallar cómo va a alcanzar esos objetivos.

Para ello hay que realizar un análisis lo mas objetivo posible, del mercado en dónde se va a mover la empresa; habrá que conocer la clientela, la competencia y decidir con qué tácticas se va a abordar cada meta parcial, de la siguiente manera:

- **ANALISIS DE MERCADEO:**  
Para conocer el mercado hay que realizar un estudio minucioso del mismo, sus clientes y sus necesidades. Conviene realizar este estudio del mercado, analizando su tamaño, evolución, tendencias estructura y su competencia.
- **ANALISIS DE LA COMPETENCIA:**  
Se puede obtener información concreta de los competidores, nombres, y marcas de producto, ventas, cuota del mercado, bien en cámaras de comercio y entidades similares o simplemente solicitando sus catálogos.
- **OBJETIVO DEL MERCADO:**  
Una vez descrito el mercado, es el momento de decidir qué objetivos hay que alcanzar para ayudar a conseguir los objetivos globales de la empresa.  
Aquí hay que marcar objetivos concretos, hay que dar cifras concretas, indicar cómo saber cuando se han alcanzado y lo que es más importante justificarlas convenientemente.
- **PREVISION DE VENTAS:**  
Se detalla una previsión de ventas para los primeros años y si es posible se da la cuota de mercado que se va a alcanzar. Las previsiones hay que realizarlas tanto en unidades, como en pesos. También hay que analizar el costo que va a suponer realizar esas ventas, no tan solo en costos materiales y de fabricación, sino también de distribución, comisiones, servicios postventa etc. identificando posibles riesgos en las variaciones de precios de compra.
- **ESTRATEGIA DE MERCADO:**  
Describir como la empresa va a alcanzar objetivos y cumplir con las previsiones de ventas, que segmentos va a atacar y bajo que condiciones, cómo y cuándo se van a introducir los productos etc. Para cada segmento objetivo hay que describir lo que se conoce como marketing mix, que es la combinación de cuatro (4) variables que van a permitir abordar con éxito un mercado. Estas cuatro variables están muy relacionadas entre sí y son las siguientes
  1. **PRODUCTO:** se deben escribir detalladamente qué gama de productos se van a ofrecer y a qué clientes.
  2. **PRECIO:** conviene decir qué tarifas se van a aplicar, si los precios serán uniformes o variarán.
  3. **PLAZA:** identificar los posibles canales de distribución y cómo funcionarán.

	SECRETARIA DE EDUCACION MUNICIPAL I.E. GIMNASIO GRAN COLOMBIANO	PAG 1	
	GESTION DE CALIDAD PROCESO DE APOYO BIBLIOGRAFICO Y EDUCATIVO	A-BE-GS-2	
	GUÍA DIDÁCTICA DE APRENDIZAJE PRINCIPIOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD GRADO 9°	V1 MAR. 2020	

**4. PROMOCIÓN (PUBLICIDAD):** qué métodos se van a usar para contactar los clientes, para realizar sus seguimientos y para cerrar las ventas.

Existirán proyectos en los que sea necesario incluir otras secciones o en las que no sean necesarios todos los apartados anteriores. Así, por ejemplo, si el emprendedor no tiene intención de mostrar a nadie su Plan de Negocios, no tiene ningún sentido el resumen inicial ni mucho menos la presentación de los promotores. Estos son capítulos destinados a terceros.

Un plan equilibrado en todos estos apartados es una prueba de que el emprendedor ha trabajado todos los aspectos fundamentales de la empresa. Si el plan presenta algún desequilibrio en algún punto es muy probable que más tarde la empresa se resienta precisamente en ese tema. Hay que hacer un esfuerzo en abordar sistemáticamente todos y cada uno de los capítulos del plan, y sobre todo, mantener una coherencia y una visión general común entre todos ellos.

- **Revisión:** El error principal cometido por muchos emprendedores con relación al Plan de Negocios es darlo en algún momento por terminado. Una vez la empresa ya está en marcha y parece que empieza a funcionar, el emprendedor ya no tiene tiempo para “dedicarse a poner por escrito sus planes”. Ya lo hizo una vez al crear la empresa. Ahora lo que tiene es un negocio funcionando y no hay tiempo que perder.

Es evidente que, si El Plan de Negocios debe servir para control del negocio, en el sentido de comprobar su la realidad se acerca o se desvía de lo previsto, el emprendedor debe encontrar tiempo para revisarlo ya analizar las causas de las desviaciones -las habrá, y si no, algo extraño está pasando-

En otras ocasiones, el emprendedor satisfecho por su trabajo, con la empresa en marcha, decide ampliar el negocio o lanzar un nuevo producto, o cualquier otra maniobra de expansión y curiosamente, ni se le pasa por la cabeza analizar este cambio desde la perspectiva de crear un nuevo “negocio dentro del negocio”. Como la empresa da dinero y ya hay una estructura montada será fácil fabricar y vender este nuevo producto. Pero ¿quiénes serán los clientes de ese producto?, ¿Cómo se va a fabricar?, ¿De dónde saldrá el dinero y con qué limite?, ¿Cómo va a afectar a la imagen de la empresa?, etc., ¿No suena esto al análisis que se realiza en un Plan de Negocios?

**ACTIVIDADES A DESARROLLAR:**

1. Lea detenidamente el resumen anterior, para el correcto desarrollo de la actividad.
2. Elabore el plan de MERCADEO con todos los pasos mostrados anteriormente.
3. Realice de manera creativa y grafica el MARKETING MIX de su plan de negocio.
4. Todas sus inquietudes serán resueltas en los encuentros virtuales.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

La guía debe estar desarrollada en su totalidad en el cuaderno, en forma ordenada y cuidando la buena presentación. Presentarla al docente por medio de fotos y enviarlas al class room.

**BIBLIOGRAFÍA E INFOGRAFÍA:**

Coral, L. y Gudiño, E. (2008). *Contabilidad universitaria*. Bogotá, Colombia. Mc Graw-Hill.

**DATOS DEL DOCENTE:**

Pablo Cesar Díaz Cortés

Email: pablo.diaz@gimnasiograncolombiano.edu.co