

The background of the slide is a collage. On the right side, there is a large, semi-transparent image of a yellow clock with a red border. On the left side, there is a semi-transparent image of a stack of green banknotes. The text is overlaid on these images in white boxes with black borders.

# EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS EXITOSOS

## FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TOMADO DEL CURSO "EMPRENDIMIENTO ESTRATÉGICO"  
2005. ING. FERNANDO TERÁN, MBA

# EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

- ETAPAS EN EL DESARROLLO DE UN NUEVO NEGOCIO
- LA IDEA Y EL EMPRENDEDOR
- EL STAR-UP
- EMPRESA EN DESARROLLO
- STAR-UP EN LA NUEVA ECONOMIA
- MOTIVOS DE ÉXITO O FRACASO DE UNA STAR-UP
- ASPECTOS JURIDICOS DE LAS STAR-UP
- ANALISIS DE INICIATIVAS QUE HAN TENIDO EXITO

# EL STAR-UP

- TERMINO MODERNO
- RELACIONADO CON EL EMPRENDIMIENTO
- USO DEL INTERNET COMO RECURSO.
- RELACIONADO CON LAS GESTIONES PARA ARRANCAR CON UN NEGOCIO.
- ES LA MATERIALIZACIÓN DE LA IDEA INICIAL,
- LOS MERCADOS HAN CREADO LO QUE SE CONOCE COMO "INCUBADORAS" SE TRATA DE COMPAÑÍAS QUE ASISTEN A LAS START-UP EN LAS ÁREAS: ADMINISTRATIVAS, LEGALES, CONTABLES, RELACIONES PUBLICAS, INFRAESTRUCTURA Y EN BRINDAR INVERSIONES INICIALES DE CAPITAL.

## EL STAR-UP

- SE IDENTIFICA COMO EL ARRANQUE DE UN NEGOCIO
  - SE REQUIERE TENER CLARIDAD RESPECTO DEL PLAN DE NEGOCIOS.
    - ESTRATEGIA COMERCIAL
    - PRODUCTOS
    - MERCADOS
    - FINANCIAMIENTO
    - TECNOLOGIA

## EL STAR-UP

- EL PLAN DE NEGOCIOS AUN NO HA SIDO LANZADO Y NO ATIENE INGRESOS.
- PUEDE CONSTITUIR UNA BUENA OPORTUNIDAD PARA INVERSIONISTAS.

## ETAPAS EN EL DESARROLLO DE UN NUEVO NEGOCIO

- LO PRIMERO ES LA ACTITUD
- IDENTIFICACION DE LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ENTORNO.
- DEFINICION DEL NEGOCIO.
- VISION DE FUTURO.
- DIMENSIONAMIENTO DEL NEGOCIO.

## ETAPAS EN EL DESARROLLO DE UN NUEVO NEGOCIO

- IMAGEN CORPORATIVA Y MARCAS
- ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO
- ESTRATEGIAS
- CONFIGURACION DE COMPETENCIAS
- ARRANQUE DEL NEGOCIO.
- COMUNICACIÓN (PROMOCION Y POSICIONAMIENTO)

# LA IDEA Y EL EMPRENDEDOR

## ■ EL PLAN DE NEGOCIO

- ¿QUE ES UN DEAL?
- ¿COMO EVALUAR UNA INICIATIVA?
- EL ALCANCE Y CONTENIDOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS ES MAYOR QUE UN PROYECTO

## ¿QUE ES UN DEAL?

- UN "DEAL" SON TODAS LAS OPERACIONES QUE SE INICIAN CON LA PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS Y FINALIZA CON EL DESARROLLO RENTABLE DE UNA EMPRESA.

**María Rosa GONZALO**

<http://www.delitosinformaticos.com/trabajos/startup2.htm>

# ¿QUE ES UN DEAL?

- EN UN DEAL SE TIENEN EN CUENTA LOS SIGUIENTES PUNTOS:
  - El Plan de negocios.
  - Los préstamos financieros.
  - Los aportes de capital.
  - El poder de voto de los participantes.
  - El riesgo de pérdida de la inversión.
  - El retorno de la inversión o ROI (Return On Investment).
  - Alternativas financieras.
  - Período de la inversión.
  - Formas de liquidar la inversión o cash out.
  - El rol del capitalista en el proyecto de negocio.

**María Rosa GONZALO**

<http://www.delitosinformaticos.com/trabajos/startup2.htm>

## EL STAR-UP

- ¿COMO FINANCIAR UN PROYECTO DE NEGOCIO?
- ¿QUE ES UN “BUSINES ANGELES” (ANGEL DE LOS NEGOCIOS)
  - ¿QUE ES VENTURE CAPITAL?
- ESTRATEGIAS PARA EMPRENDER SU NEGOCIO SIN DINERO.

## “BUSINES ANGELES” (ANGEL DE LOS NEGOCIOS)

- LOS ANGELS SON PERSONAS CON DINERO DISPUESTAS A FINANCIAR PROYECTOS QUE EMPIEZAN DESDE CERO.
- SON LOS SOCIOS IDEALES PARA JÓVENES EMPRESAS INNOVADORAS Y CON UN GRAN POTENCIAL DE CRECIMIENTO, YA QUE
- SON CAPITALISTAS Y MENTORES AL MISMO TIEMPO.
- APORTAN CAPITAL RIESGO


# START UP EN LA NUEVA ECONOMIA

- LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LA NUEVA ECONOMÍA SON MUY DIVERSAS.
  - GLOBALIZACION
  - AVANCES EN LA TECNOLOGIA DE LA INFORMACION. LOS “e S”
  - CAMBIOS EN LOS ESTILOS DE VIDA Y ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN.
  - AVANCES EN LAS TECNOLOGIAS DE PRODUCCIÓN DISPONIBILIDAD DE NUEVOS MATERIALES.

# EMPRESA EN DESARROLLO

## ■ EMPRESA EXITOSA CON SALIDA

- Se refiere a la actitud del emprendedor frente a su propuesta de plan de negocios
- Se debe pensar en la posibilidad de salirse de la industria o adoptar estrategias de diversificación.



MAS IMPORTANTE QUE LOS  
CONOCIMIENTOS Y LA  
INFORMACION QUE SE TIENE Y SE  
PUEDE MANEJAR,

**ES LA ACTITUD CON QUE  
SE ENFRENTA  
UN DESAFIO DE  
EMPRENDIMIENTO**



**LA ACTITUD**

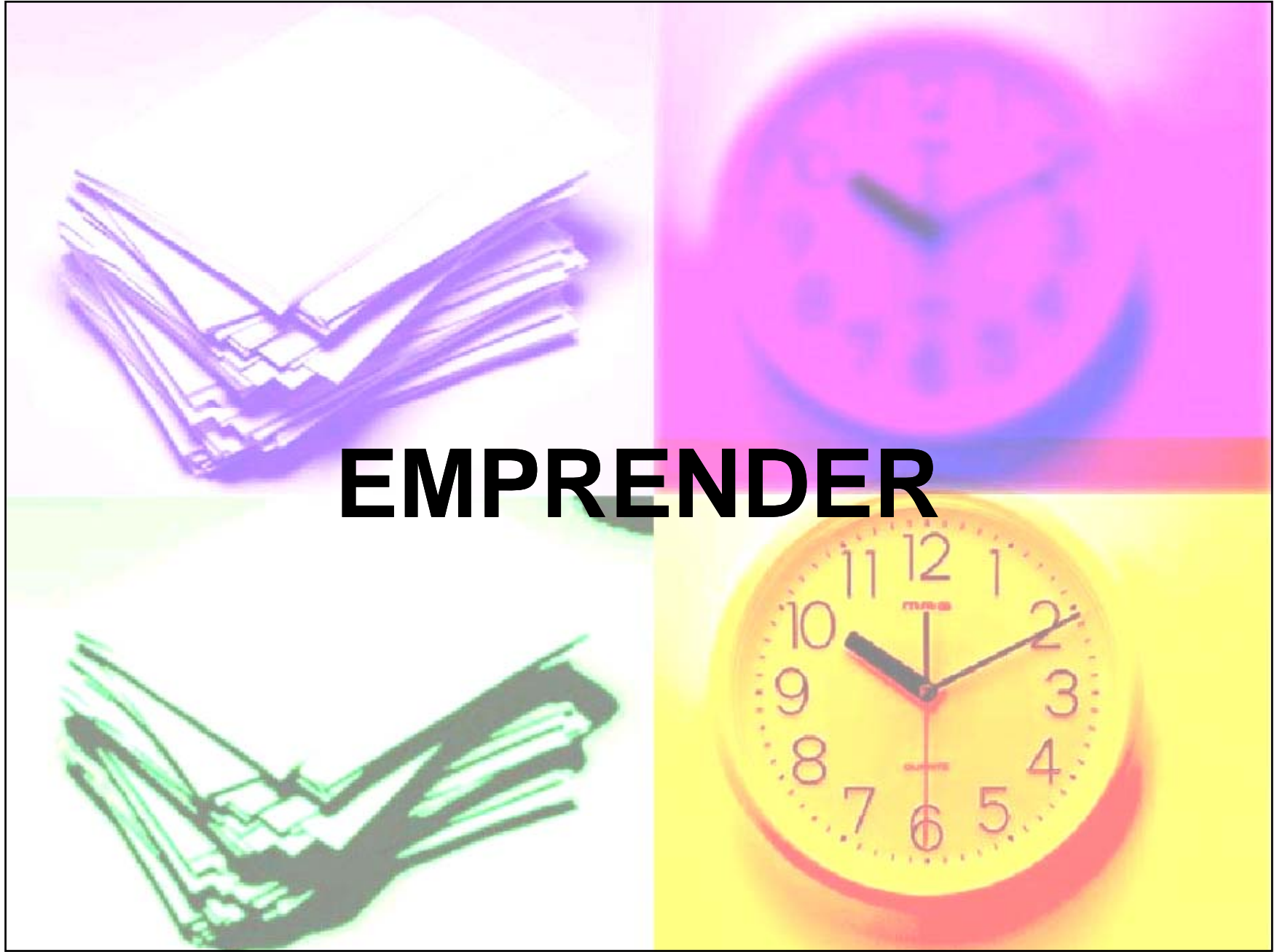
**DEPENDE**

**EXCLUSIVAMENTE DE LA  
VOLUNTAD**

**ES UNA DECISIÓN INICIAL**



**CADA PERSONA  
DECIDE LA  
ACTITUD  
EN CADA  
MOMENTO**



# EMPRENDER

# **BASES PARA UN EMPRENDIMIENTO**

- **COMPRENDER LA DIFERENCIA ENTRE UN EMPRENDEDOR Y UN MICROEMPRESARIO**
- **CONOCER LOS PASOS PARA DESARROLLAR UN PLAN DE NEGOCIOS**
- **IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACION UTILES PARA EL EMPRENDIMIENTO.**
- **CONOCER LOS CRITERIOS DEL EMPRENDIMIENTO ESTRATEGICO**

## **EMPRENDEDOR**

- **PROACTIVO**
- **DISPOSICION PARA ACEPTAR EL FRACASO Y APRENDER DE EL.**
- **PERSEVERANTE**
- **VE OPORTUNIDADES DONDE TODOS DICEN QUE N O HAY**
- **ENTREGA**
- **HUMILDAD**
- **COMPROMISO**
- **FE**
- **PIENSA ESTRATEGICAMENTE**
- **LIDERAZGO**

## **MICROEMPRESARIO**

- **DEPENDIENTE.**
- **INSEGURIDAD BASADA EN EL MANEJO DE UNA DESTREZA O COMPETENCIA.**
- **ACTUA EN UNA COYUNTURA DESFAVORABLE PARA CREAR UNA MICROEMPRESA, LO QUE LE MARCA.**
- **SU VISION ES DE CORTO PLAZO.**
- **PRIMA EN EL LA NECESIDAD DE RESOLVER SU PROBLEMA MEDIANTE LA MICROEMPRESA**
- **OPERA DEPENDIENDO DE LA ASISTENCIA.**
- **NO TIENE AMBICION.**
- **FUNCIONA EN LO OPERATIVO.**

# **ACTITUDES DEL EMPREENDEDOR**

- **Espíritu de trabajo en equipo.**
- **Liderazgo.**
- **Iniciativa y creatividad.**
- **Capacidad para enfrentar situaciones nuevas.**
- **Predisposición al cambio**
- **Pensamiento estratégico**
- **Valores éticos.**

# **PENSAMIENTO ESTRATEGICO:**

- **PRIORIZA LA EFICACIA**
- **SE ORIENTA AL LARGO PLAZO**
- **CAPACIDAD ANALITICA DEL ENTORNO**
- **EMPATIA**
- **BUSCA LA SOSTENIBILIDAD**
- **CONSIDERA AL RECURSO HUMANO COMO TALENTOS**

# **EMPRENDIMIENTO ESTRATEGICO:**

- **ACTITUD EMPRENDEDORA**
- **CAPACIDAD ANALITICA DEL ENTORNO**
- **DEFINIR EL NEGOCIO EN CONSECUENCIA**
- **BUSCA LA SOSTENIBILIDAD**
- **TENER UNA VISION**

# **EMPRENDIMIENTO DE UNA EMPRESA**

**DEFINIR, COMPRENDER Y  
MANEJAR UN SISTEMA DE  
GESTION PARA EL LOGRO DEL  
EXITO ADMINISTRATIVO**

## **CONSIDERANDO:**

- **MEDIO AMBIENTE TURBULENTO (LO QUE ESTA AFUERA)**
- **PLANIFICACION A LARGO PLAZO**
- **SER EFICAZ HACER LO CORRECTO.**
- **SER ESTRATEGICO.**

## PLAN DE NEGOCIOS Y PROYECTO

- EL EMPRENDEDOR PROPONE UN PLAN DE NEGOCIOS.
- EL PLAN DE NEGOCIOS TIENE UN ALCANCE Y PROFUNDIDAD MAYOR QUE UN PROYECTO.
- EL PROYECTO SE CENTRA EN LOS ASPECTOS FINANCIEROS Y TECNICOS.
- EL PLAN DE NEGOCIOS CONTIENE UNA PROPUESTA DE MODELO DE GESTIÓN.

## COMO ELABORAR UN BUEN PLAN DE NEGOCIOS

- HAY QUE CONSIDERAR LOS CRITERIOS CON QUE SE ANALIZA UNA PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS.
- DEBE TENERSE EN CUENTA EN SU ELABORACIÓN LA POSICIÓN DEL ANALISTA.

## PROYECTO Y PLAN DE NEGOCIOS

- LOS PROCESOS DE PREINVERSIÓN HOY CONSIDERAN LA INCORPORACIÓN DE ANTECEDENTES ADICIONALES A LOS QUE TRADICIONALMENTE SE CONSIDERABAN EN UN PROYECTO.
- SE INCORPORA EL CONCEPTO ESTRATEGICO DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR
- SE PLANTEA EL CONCEPTO DE EMPRESA CON:
  - IMAGEN CORPORATIVA.
  - MARCA DE PRODUCTO (POSICIONAMIENTO)
  - MODELO DE GESTIÓN.



## CRITERIOS PARA EL ANALISIS DE PLANES DE NEGOCIO

- SOLVENCIA
- CONSISTENCIA
- MERITO

# SOLVENCIA

- NO SE REFIERE A LA SOLVENCIA FINANCIERA.
- SE REFIERE A LA CORRESPONDENCIA QUE EXISTE ENTRE LA INFORMACION CONTENIDA EN EL DOCUMENTO Y LA REALIDAD.
- MUCHOS PLANES DE NEGOCIO FRACASAN POR NO PLANTEARSE CON CLARIDAD LAS CONDICIONES REALES EN LAS QUE SE DESARROLLARA LA ACTIVIDAD PROPUESTA.

# SOLVENCIA

- A VECES EL ENTUSIASMO Y LA VOLUNTAD DE EJECUTAR LAS ACCIONES NOS HACE PERDER LA OBJETIVIDAD RESPECTO DE LA REALIDAD Y LAS PROYECCIONES DE ESTA A FUTURO.
- EL ANALISTA BUSCARA Y ANALIZARÁ LA INFORMACIÓN CON CRITERIOS OBJETIVOS Y DE CAUTELA.

# CONSISTENCIA

- SE REFIERE A LA RELACION QUE DEBE EXISTIR ENTRE CADA UNO DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO.
- LA INFORMACION PROPORCIONADA NO DEBE SER CONTRADICTORIA.
- TODOS LOS COMPONENTES DEL DOCUMENTO DE PROYECTO ESTAN RELACIONADOS ENTRE SI.
- EL DOCUMENTO DE PROYECTO EN SU CONJUNTO ES UNA UNIDAD Y NO DEBE EXISTIR CONTRADICCIONES.

# MERITO

- SE REFIERE A LA COMPARACION DE LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS QUE PRESENTA LA ASIGNACION DE RECURSOS
- ES LA EVALUACION DE LA ASIGNACION DE RECURSOS PROPUESTA

# EVALUACION

- CONSISTE EN CUANTIFICAR LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA DECISION DE INVERSION.

# EVALUACION

- VENTAJA Vs DESVENTAJA
  - VENTAJA NETA:

$$VN = \sum V - \sum D :$$

ES EQUIVALENTE AL CALCULO  
DEL VALOR ACTUAL NETO.

# EVALUACION

- VENTAJA Vs DESVENTAJA
  - VENTAJA RELATIVA:

$$VR = \sum V / \sum D$$

ES EQUIVALENTE AL CALCULO DE  
LA RELACION  
BENEFICIO/COSTO.

# EVALUACION

- VENTAJA Vs DESVENTAJA
  - VENTAJA NETA RELATIVA:

$$VNR = (\sum V - \sum D) / \sum D:$$

ES EQUIVALENTE AL CALCULO DE  
LA TASA INTERNA DE RETORNO.  
(RENTABILIDAD)

# **PRECEPTOS BASICOS**

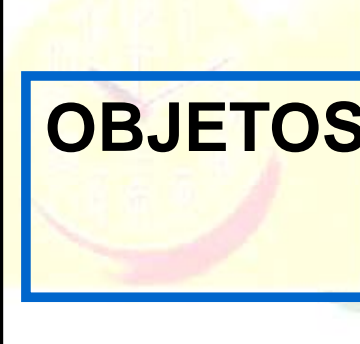
**LA EMPRESA COMO UN  
SISTEMA**



**¿QUE ES UN SISTEMA ?**



**SISTEMA:** Conjunto de objetos con interrelaciones entre si.



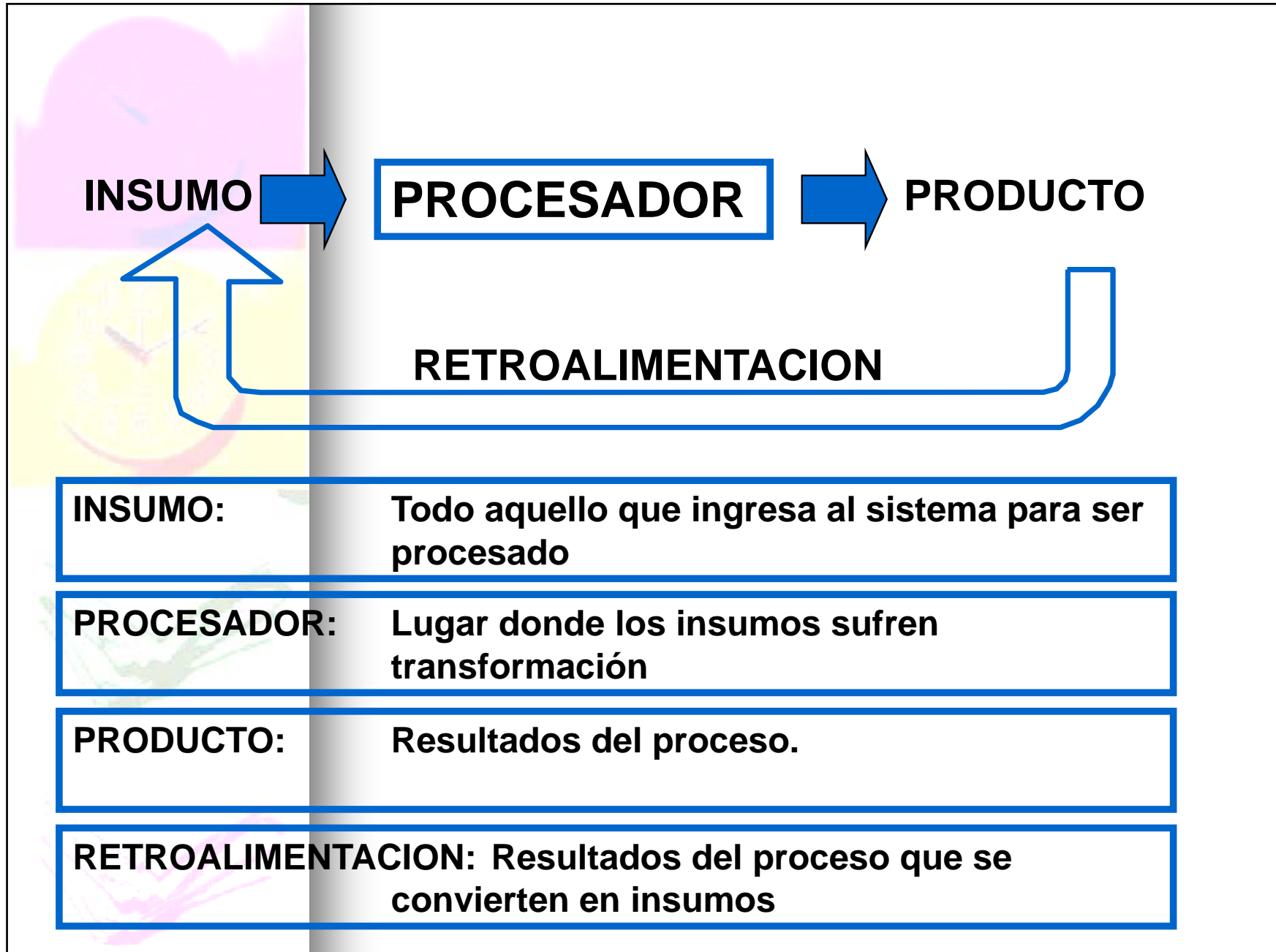
**OBJETOS:** Partes o componentes del sistema.



**ATRIBUTOS:** Son las propiedades de los objetos.



**INTERRELACIONES:** Relaciones que ligan a los objetos del sistema.



# SISTEMA EMPRESA

## INSUMOS

**EMPRESA**

**RECURSOS**

- **PERSONAL** : HUMANOS
- **FISICOS** : EDIFICIOS, MOBILIARIO
- **MONETARIOS** : CAPITAL
- **TECNOLOGIA** : ESPECIFICA, ADMINISTRATIVA

**PRODUCTO**

**OBJETIVOS**

## PROPIEDADES DE LOS SISTEMAS

- SON SINERGICOS.
- RECURSIVOS.
- TIENEN TENDENCIA ENTROPICA.
- COEVOLUCIONAN.

# PRECEPTOS BASICOS

## ADMISTRACION

ES UN  
PROCESO  
PARA  
LOGRAR  
EFICIENCIA  
DE

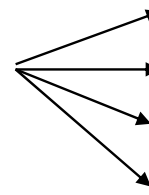
Y

CON EL

F  
I  
N

DE

CONSEGUIR  
UN  
OBJETIVO



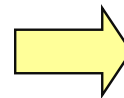
PLANIFICACION  
ORGANIZACION  
DIRECCION  
CONTROL

(PERSONAS)

(RECURSOS)

MATERIALES  
FINANCIEROS  
TECNOLOGICOS

QUE  
COOPERAN  
EN EL  
(GRUPO)



BIEN  
O  
SERVICIO

## CONCEPTO GENERAL DE ADMINISTRACIÓN

- ¿Ciencia, Teoría Administrativa?
- ¿Arte?
- ¿Tecnología?
- Disciplinas relacionadas.

## ETIMOLOGIA

- DEL LATIN “AD” : DIRECCION  
TENDENCIA
- “MINISTER”: SUBORDINACION U  
OBEDIENCIA
- CUMPLIMIENTO DE UNA FUNCION  
BAJO EL MANDO DE OTRO

## CONCEPTO ACTUAL

“PROCESO A TRAVES DEL CUAL SE DIRIGEN LOS RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS PARA LA CONSECUCION DE CIERTOS OBJETIVOS PERO, MUY ESPECIALMENTE, PARA MANTENER COMPLACIDO AL CLIENTE QUE ES EL QUE PERMITE SEGUIR VIVIENDO Y DESARROLANDO A LA EMPRESA”.

BALLINA RIOS, FRANCISCO

“TEORIA DE LA ADMINISTRACION UN ENFOQUE ALTERNATIVO” ED. MC GRAW HILL

# PROCESO ADMINISTRATIVO

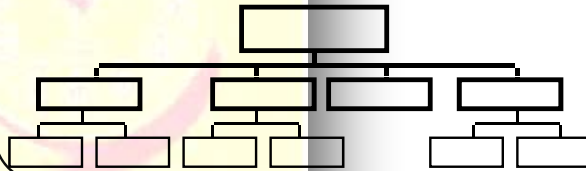
## PLANIFICACION:



X ————— OBJETIVO

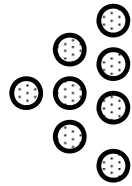
(RELACIONA OBJETIVO CON TIEMPO Y RECURSO)

## ORGANIZACION



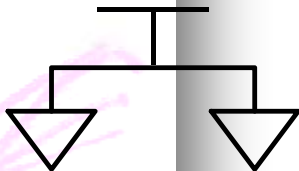
- DIV. TRABAJO
- OTORGA AUTORIDAD A C/RESPONSABLE

## DIRECCION

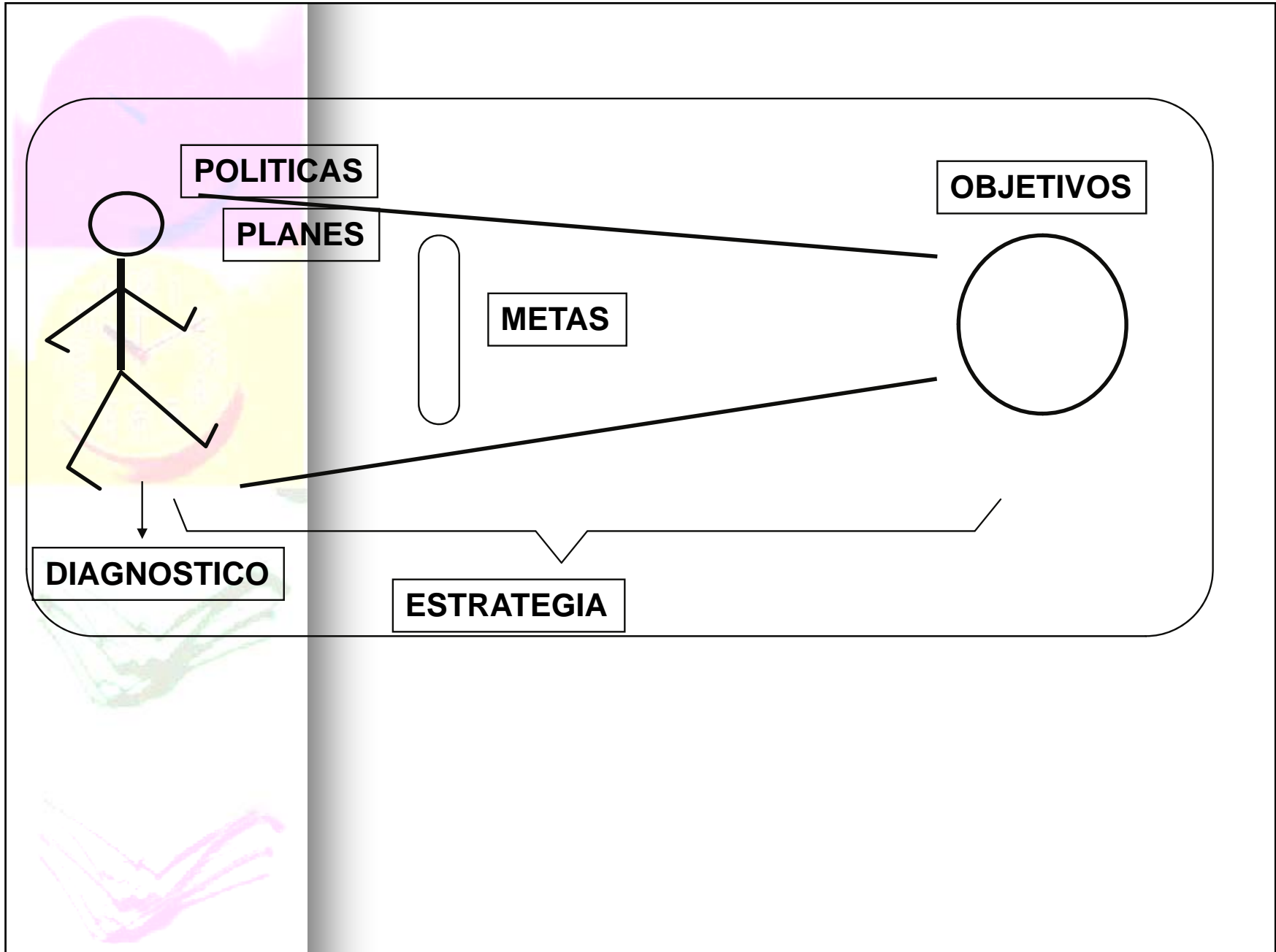


- EJERCE MANDO PARA EJECUTAR TRABAJO.
- MOTIVANDO Y COMUNICANDOSE CON SUBALTERNOS

## CONTROL



- VIGILA, VERIFICA Y CORRIGE ERRORES QUE ALEJAN DEL OBJETIVO PLANIFICADO



# ETAPA N° 1: PLANIFICACION

## DEFINICIONES

### MISION

- ENUNCIAR SU PRINCIPAL RAZON DE EXISTIR
- IDENTIFICAR LA FUNCION O AMBITO DE ACCION DE LA EMPRESA EN LA SOCIEDAD

### ESTRATEGIA

- ES UN CONJUNTO INTEGRADO DE ACCIONES DESTINADAS A LOGRAR UNA VENTAJA COMPETITIVA PERDURABLE

# ETAPA N° 1: PLANIFICACION

## DEFINICIONES

### ESTRATEGIA


- “EL PATRON DE LOS PRINCIPALES OBJETIVOS, PROPOSITOS O METAS Y LAS POLITICAS Y PLANES ESCENCIALES PARA LOGRARLOS, ESTABLECIDOS DE TAL MANERA QUE DEFINAN EN QUÉ CLASE DE NEGOCIO LA EMPRESA ESTA O QUIERE ESTAR Y QUE CLASE DE EMPRESA ES O QUIERE SER”  
ANDREWS 1977

# ETAPA N° 1: PLANIFICACION

## DEFINICIONES

### ESTRATEGIA

- “LA ESCENCIA DE LA FORMULACION DE UNA ESTRATEGIA COMPETITIVA CONSISTE EN RELACIONAR A UNA EMPRESA CON SU MEDIO AMBIENTE “ Y SUPONE EMPRENDER ACCIONES OFENSIVAS O DEFENSIVAS PARA CREAR UNA POSICION DEFENDIBLE FRENTE AL AS CINCO FUERZAS EN EL SECTOR INDUSTRIAL EN EL QUE ESTA PRESENTE. “ PORTER 1982



**DIAGNOSTICO:**

- **DEFINE Y ANALIZA ¿DONDE ESTOY?**
- **ANALISIS DEL AMBIENTE:**

-INTERNO

- Fortalezas.
- Debilidades

-EXTERNO

- Oportunidades
- Amenazas

**Int**

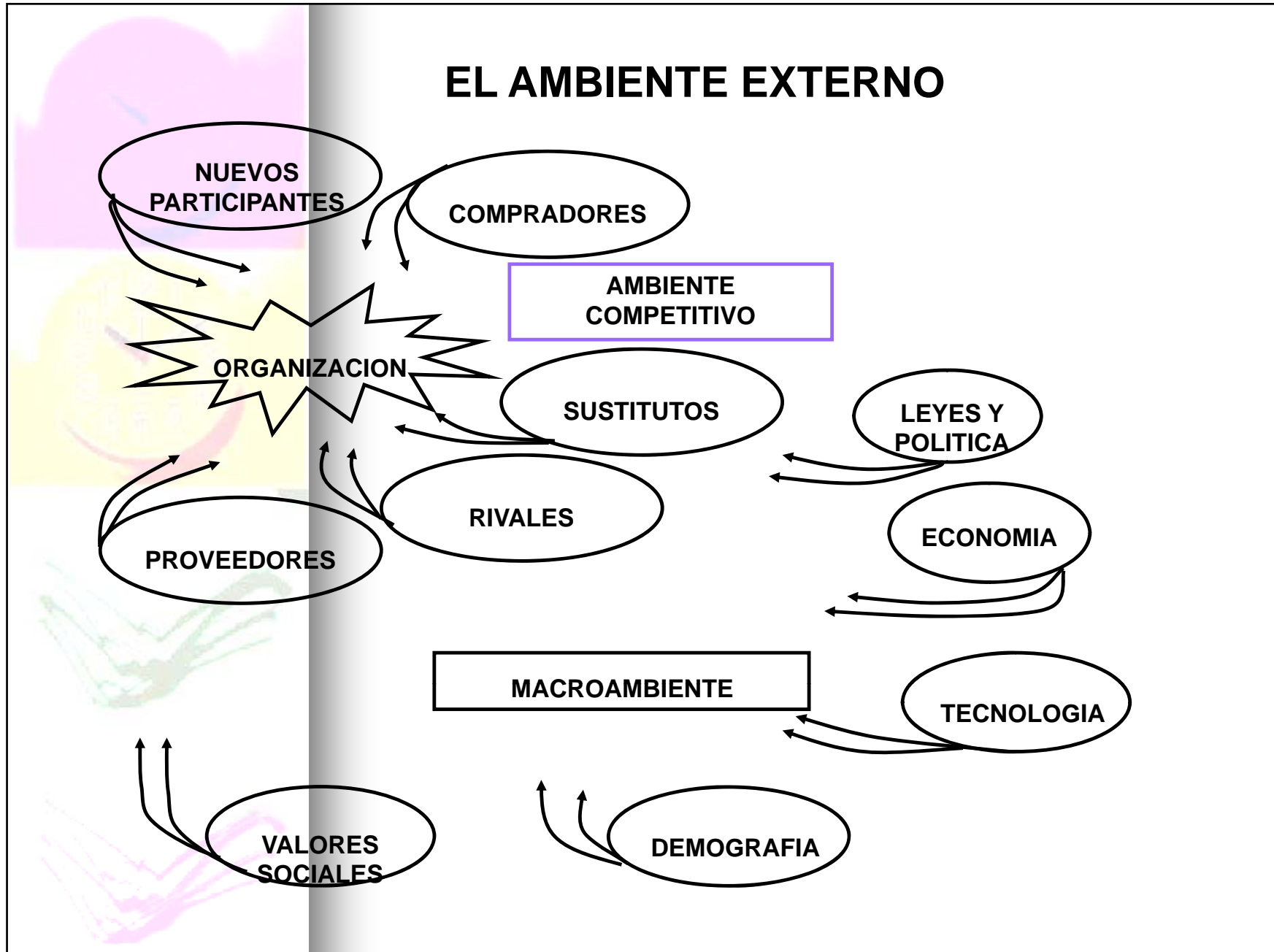
**Ext.**


<b>F</b>	<b>O</b>
<b>D</b>	<b>A</b>

**+**

**-**







**EL EMPRENDEDOR CREA UNA  
EMPRESA Y LA ADMINISTRA CON  
CRITERIOS BASADOS EN LA CIENCIA  
ADMINISTRATIVA**



**EFICIENCIA**

**HACERLO BIEN**

**EFICACIA**

**HACER LO CORRECTO**

## CREAR UN SISTEMA EMPRESA

- ANALISIS DEL ENTORNO
- DEFINIR MISION, VISION
- DEFINIR INVERSIONES
- ENTENDER Y DECIDIR ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO
- COMUNICAR (PROMOCION)
- EVALUAR



**EL EMPRENDEDOR DEBE CREAR UN  
SISTEMA EMPRESA QUE SEA VIABLE,  
QUE PERDURE EN EL TIEMPO**

# ANALISIS DEL ENTORNO

- LA CADENA DE PRODUCCION
- IDENTIFICAR EN LA CADENA
  - OPORTUNIDADES
  - AMENAZAS

# CADENA DE PRODUCCION

EJ.: CADENA DE PRODUCCION DE LA INDUSTRIA TEXTIL



PRODUCCION  
DE ALGODON

PRODUCCION  
DE HILADOS

PRODUCCION  
DE TELAS

CONFECCION

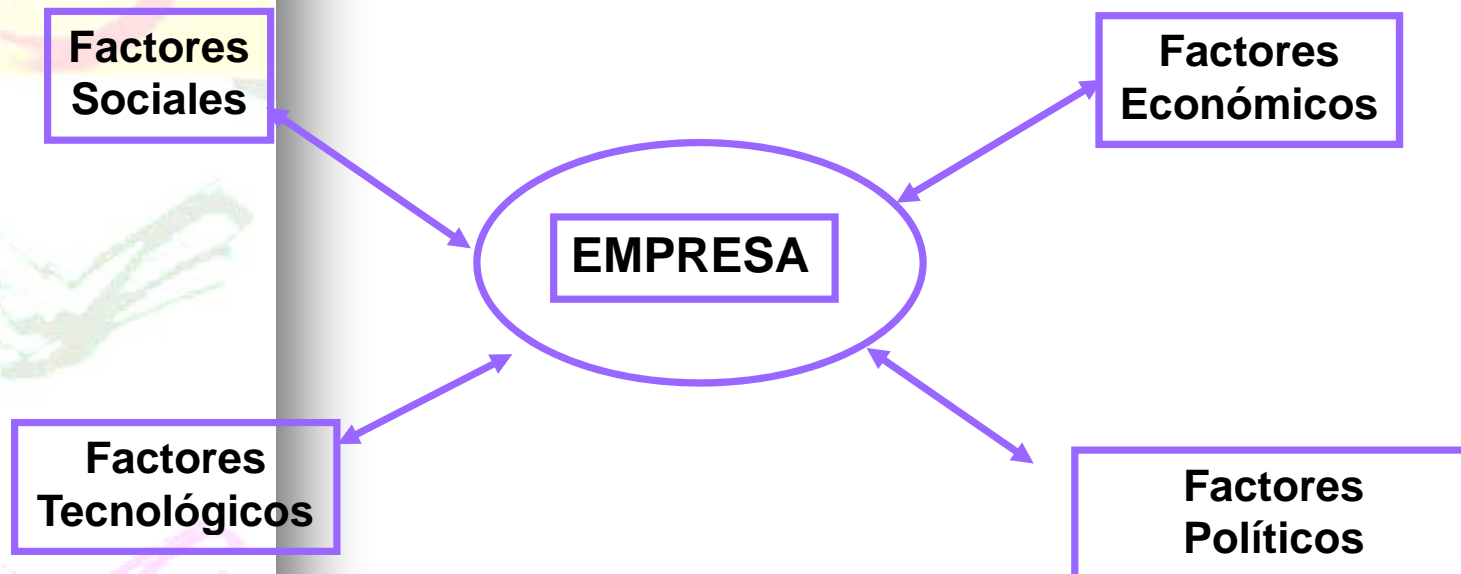
ALMACENES

# PLANIFICACION

DIAGNOSTICO: AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES - AMENAZAS

MODELO SEPT



## OPORTUNIDADES - AMENAZAS

### FACTORES SOCIALES

- VALORES PSICOLOGICOS Y SOCIOLOGICOS
- ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES
- GRUPOS SOCIALES.
- CONFLICTOS SOCIALES

## **OPORTUNIDADES - AMENAZAS**

### **FACTORES ECONOMICOS**

- **TARIFAS**
- **IMPUESTOS**
- **SUBSIDIOS**
- **CONTROLES PRECIOS**
- **RACIONAMIENTO**
- **TASAS DE INTERES**
- **POLITICA CAMBIARIA**
- **TASAS DE IMPUESTOS**
- **INFLACION**
- **BALANZA DE PAGOS**
- **BALANZA COMERCIAL**
- **OTROS**

- **EL ESTADO DE LA ECONOMIA AFECTA LOS RESULTADOS Y ESTRATEGIA DE LA EMPRESA Y DEL PLAN DE NEGOCIOS**
- **CADA UNO DE ESTOS FACTORES PUEDE SER UNA OPORTUNIDAD O UNA AMENAZA.**

## OPORTUNIDADES - AMENAZAS

### FACTORES POLITICOS

- ¿ CUALES SON ?
  - SISTEMA POLITICO IMPERANTE
  - DICTACION DE LEYES
  - REGULACIONES
  - GOVERNABILIDAD
  - ESTABILIDAD POLITICA
  - SEGURIDAD JURIDICA

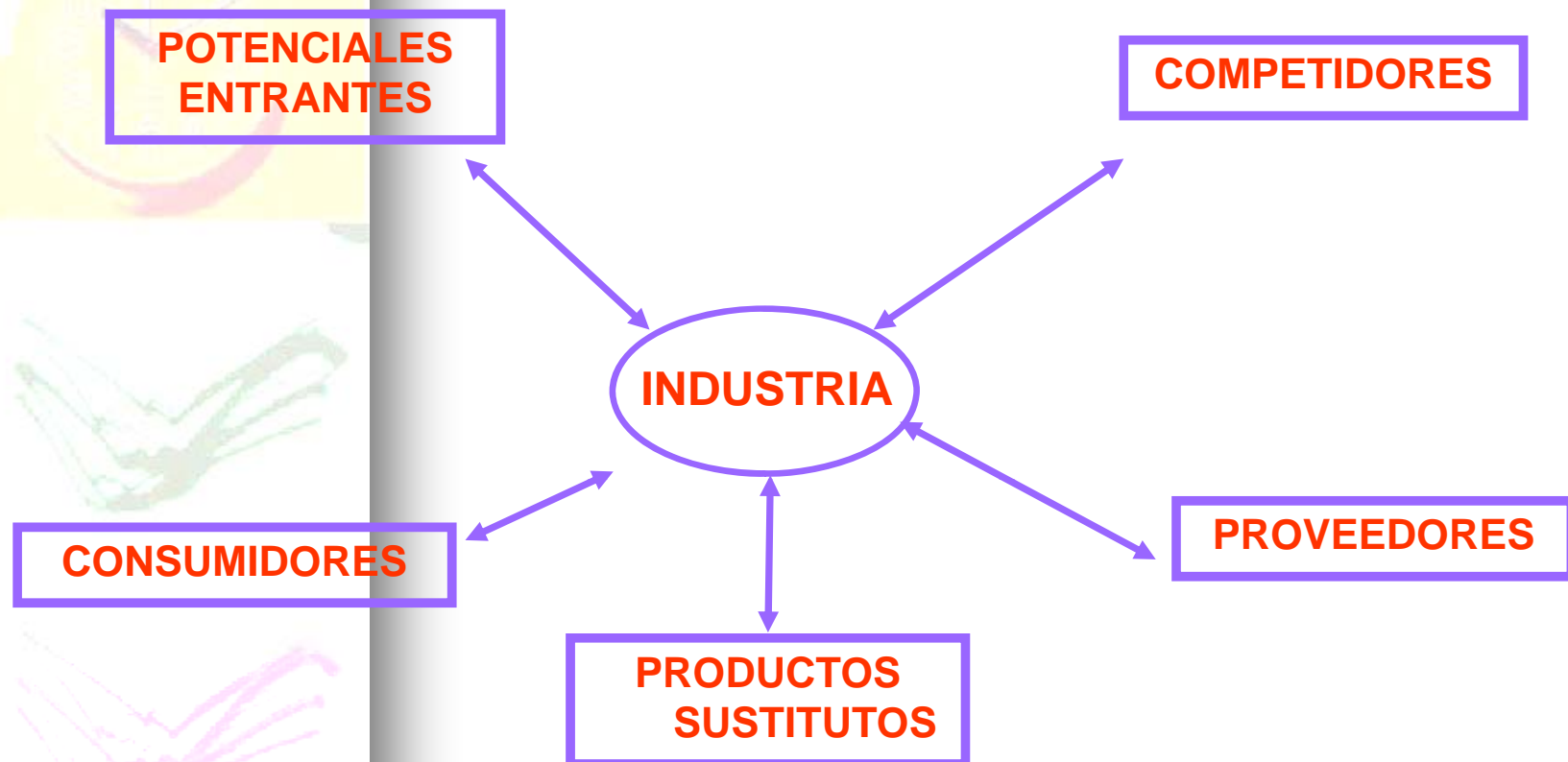
## **OPORTUNIDADES - AMENAZAS**

### **FACTORES TECNOLOGICOS**

- **CAMBIOS TECNOLOGICOS AFECTAN DIVERSOS FACTORES PRODUCTIVOS**
- **VERTIGINOSO AVANCE DEL DESARROLLO TECNOLOGICO**
- **CADA DIA LAS EMPRESAS DEDICAN MAYOR PARTE DE SUS PRESUPUESTOS A INVESTIGACION Y DESARROLLO.**
- **SI LAS EMPRESAS PERMANECEN ESTATICAS EL AVANCE TECNOLOGICO PUEDE TORNARSE EN UNA AMENAZA**
- **LAS NUEVAS TECNOLOGIAS PUEDEN SER VERDADERAS OPORTUNIDADES.**

# UN MODELO PARA ANALIZAR EL ENTORNO

## ANALISIS DEL MICROENTORNO INDUSTRIA



## **MATRIZ DE RIESGO RENTABILIDAD**

**POTENCIALES ENTRANTES: BARRERAS DE ENTRADA**

**DIFERENTES VARIABLES PARA BARRERAS DE ENTRADA**

- **GUBERNAMENTALES, LAS QUE PROVIENEN DE POLITICAS GUBERNAMENTALES.**
- **ECONOMIAS DE ESCALA**
- **DIFERENCIACION DE PRODUCTO (FIDELIDAD DE LOS CLIENTES.**
- **NECESIDADES DE CAPITAL (MONTO DE LA INVERSION)**
- **COSTO DEL CAMBIO SON LOS COSTOS EN QUE TIENE QUE INCURRIR EL CLIENTE PARA CAMBIAR DE PROVEEDOR**
- **ACCESO A CANALES DE DISTRIBUCION.**
- **DESVENTAJAS EN COSTOS DISTINTAS A LAS ECONOMIAS DE ESCALA**
  - **Tecnología de producto patentada**
  - **Acceso favorable a las materias primas**
  - **Ventajas de localización**
  - **Subvenciones del gobierno**
  - **Curva de aprendizaje**

## **MATRIZ DE RIESGO RENTABILIDAD**

### **BARRERAS DE SALIDA**

**SON FACTORES QUE IMPIDEN O DIFICULTAN EL ABANDONO DE UNA INDUSTRIA POR PARTE DE UNA EMPRESA. FUERZAN A LAS EMPRESA A LUCHAR POR SOBREVIVIR. SE ASOCIAN AL RIESGO.**

- ACTIVOS ESPECIALIZADOS**
- COSTOS FIJOS DE SALIDA**
- INTERRELACIONES ESTRATEGICAS**
- BARRERAS EMOCIONALES**
- RESTRICCIONES SOCIALES Y GUBERNAMENTALES.**

## MATRIZ DE RIESGO RENTABILIDAD

BARRERAS DE ENTRADA

BAJA

ALTA

BAJA	NEGOCIO INDIFERENTE	\$
ALTA	DESASTRE TOTAL	BUENO PERO RIESGOSO

BARRERAS DE SALIDA

BAJA

ALTA

# COMPETIDORES

- SE REFIERE A LAS ACTUALES EMPRESAS EXISTENTES EN LA INDUSTRIA.
- INDUSTRIA FRAGMENTADA O CONCENTRADA.
- COMO COMPITEN LAS EMPRESAS.
- QUE EMPRESA ES LIDER.
- CUALES SON LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

# PROVEEDORES

- CUALES SON LOS PROVEEDORES DE LA INDUSTRIA.
- CUAL ES EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.
- ¿EXISTE LA CAPACIDAD PARA PROVEER LOS INSUMOS NECESARIOS PARA LA EMPRESA, EN CANTIDAD Y CALIDAD ?
- COMO SON LOS PRECIOS DE LOS INSUMOS CAMBIAN

# PRODUCTOS SUSTITUTOS

- EXISTEN PRODUCTOS SUSTITUTOS PARA EL QUE SE VA A ENTREGAR AL MERCADO.
- CUAL ES EL PODER DE SUSTITUCIÓN.
- CUAL ES EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS.
- EXISTE UNA AMENAZA EN LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS.
- COMO LOS PERCIBEN LOS CONSUMIDORES

# CONSUMIDORES

- QUIENES SERAN LOS CONSUMIDORES DE NUESTRO PRODUCTO.
- CUAL ES LA TASA DE USO.
- CUALES SON LOS FACTORES CLAVE DE COMPRA PARA LOS CONSUMIDORES.
- TIENEN PODER DE NEGOCIACIÓN EN EL PRECIO.
- CUALES SON LAS CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DE LOS

## **OPORTUNIDADES - AMENAZAS**

- 1. ESTOS FACTORES CAMBIAN RAPIDAMENTE Y EN DIFERENTES DIRECCIONES**
- 2. LA PLANIFICACION ESTRATEGICA UBICA EL MEDIO COMO DETERMINANTE DEL EXITO O FRACASO DE UNA EMPRESA.**
- 3. LA EMPRESA NO DEBE TENER UN PAPEL PASIVO FRENTE A LOS COMPORTAMIENTOS DEL MEDIO.**

# DEFINIR MISION VISION

## ■ MISION:

- RAZON DE SER EN LA SOCIEDAD
- VINCULACION DE ACTIVIDAD CON NECESIDAD GENERICA.
- FILOSOFIA.
- NO TIENE UN PLAZO

## ■ VISION:

- LO QUE QUEREMOS SER Y COMO QUEREMOS SER
- UBICADO EN UN PLAZO LARGO+.

## **MISION (CARACTERISTICAS Y UTILIDAD)**

- DEFINIR COMO ES LA ORGANIZACIÓN Y COMO QUERRIA SER
- SER LO BASTANTE LIMITADA COMO PARA EXCLUIR ALGUNOS NEGOCIOS
- SER LO BASTANTE AMPLIA COMO PARA DAR CABIDA AL CRECIMIENTO
- DEBE SER DIFERENCIADORA
- SERVIR DE MARCO PARA EVALUAR LAS ACTIVIDADES PRESENTES Y FUTURAS
- SER CLARA COMO PARA QUE LA ENTIENDA TODA LA ORGANIZACION

# MISION ¿ PARA QUE ?

- **ORIENTADORA**
- **MOTIVADORA**
- **DIFERENCIADORA**
- **PLANTEADA CON EL CRITERIO DE DAR SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO.**
- **DEFINIDA EN TORNO A LA SATISFACCIÓN DE UNA NECESIDAD GENERICA ANTES QUE A LA PRODUCCIÓN.**

## ALGUNAS MISIONES

### 3 M:

**RESOLVER DE MANERA INNOVADORA  
PROBLEMAS AUN NO RESUELTOS**

### **CARGILL:**

**MEJORAR EL ESTANDAR DE VIDA ALREDEDOR  
DEL MUNDO**

### **FANNIE MAE:**

**FORTALECER LA SOCIEDAD MEDIANTE LA  
DEMOCRATIZACION CONTINUA DE LA POSESION  
DE VIVIENDA**

## ALGUNAS MISIONES

**WALT DISNEY**

**HACER FELIZ A LA GENTE**

**TELECARE CORPORATION**

**AYUDAR A LAS PERSONAS CON IMPEDIMIENTOS MENTALES A REALIZAR COMPLETAMENTE SU POTENCIAL**

**McKINSEY & COMPANY**

**AYUDAR A LAS CORPORACIONES LIDERES Y GOBIERNOS A SER MAS EXITOSOS.**

## ALGUNAS MISIONES

### HEWLETT PACKARD

HACER CONTRIBUCIONES TECNICAS PARA EL AVANCE Y BIENESTAR DE LA HUMANIDAD

### MARY KAY COSMETICS:

DAR OPORTUNIDADES ILIMITADAS A LAS MUJERES

### MERK:

PRESERVAR Y MEJORAR LA VIDA HUMANA.

## ALGUNAS MISIONES

### NIKE

EXPERIMENTAR LA EMOCION DE LA  
COMPETENCIA, DE GANAR Y APLASTAR A LOS  
COMPETIDORES.

### SONY:

EXPERIMENTAR LA ALEGRIA DE AVANZAR Y  
APLICAR LA TECNOLOGIA PARA BENEFICIO DEL  
PUBLICO

### WAL MART:

DAR A LAS PERSONAS ORDINARIAS LA  
OPORTUNIDAD DE COMPRAR LAS MISMAS COSAS  
QUE LA GENE RICA

## **ALGUNAS MISIONES**

### **PETROINDUSTRIAL**

**LA MISIÓN, LA REFINACIÓN DEL PETRÓLEO OBTENIENDO DERIVADOS DE CALIDAD, PARA SATISFACER LA DEMANDA DE COMBUSTIBLES A NIVEL NACIONAL, PREVINIENDO Y CONTROLANDO LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL.**

## ALGUNAS MISIONES

### YANBAL

MEJORAR EL NIVEL DE VIDA DE TODA MUJER LATINOAMERICANA, OFRECIENDO PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD, SERVICIO PERSONALIZADO Y UNA EXCELENTE OPORTUNIDAD DE GANANCIAS

## **ALGUNAS MISIONES**

### **CONDUIT DEL ECUADOR**

**NUESTRA MISIÓN ES MANTENER UN LIDERAZGO SISTEMÁTICO Y PERMANENTE EN SOLUCIONES TUBULARES, CON PRODUCTOS Y SERVICIOS ACORDE A LA MÁS ERICTAS NORMAS INTERNACIONALES DE CALIDAD QUE SATISFAGAN LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE, PERMITIENDO ALCANZAR ADECUADOS NIVELES DE RENTABILIDAD A LOS ACCIONISTAS Y DE BIENESTAR PARA NUESTRO PERSONAL, A MÁS DE APORTAR PARA EL DESAROLLO DEL PAÍS Y LA CONSERVACIÓN AMBIENTAL.**

## ALGUNAS MISIONES

### ANDINATEL:

- **ANDINATEL S.A. ES UNA EMPRESA ECUATORIANA QUE ESTÁ EN EL NEGOCIO DEL TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN. SATISFACEMOS LAS NECESIDADES DE TRANSMISIÓN DE VOZ, DATOS, VIDEO Y CONEXIÓN A INTERNET TANTO A NIVEL DOMÉSTICO COMO INSTITUCIONAL.**
- **CON ALCANCE NACIONAL E INTERNACIONAL, FACILITAMOS EL DESENVOLVIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE NUESTROS USUARIOS Y EL DESARROLLO DEL ECUADOR. HOY, OPERAMOS EN LA REGIÓN CENTRO-NORTE DEL ECUADOR, PRESTANDO NUESTROS SERVICIOS A 12 PROVINCIAS DEL PAÍS.**

# LA VISION

- ❖ **ES LA ESTRUCTURA MENTAL QUE UBICA A LA ORGANIZACION EN EL TIEMPO Y EN EL ESPACIO DE ACUERDO CON SUS OBJETIVOS: O EN OTRAS PALABRAS, EL SUEÑO DE TODA PERSONA U ORGANIZACIÓN, TENDIENTE A ALCANZAR SU DESARROLLO, TANTO PERSONAL COMO PROFESIONAL**

**ELEMENTOS DE LA VISION:** Puntos de vista de Luis Gomez Hernández en el artículo Objetivo: crecer de Entrepreneur, para discutir.

## LA VISION

- **TODOS LOS GRANDES PROYECTOS HAN NACIDO DE UN SUEÑO (COMO EL SUEÑO DE JULIO VERNE AL IMAGINAR QUE SE PODRIA LLEGAR A LA LUNA)**
- **DE LA MISMA MANERA LAS GRANDES CORPORACIONES HAN PARTIDO DEL SUEÑO DE ALGUIEN QUE HA LOGRADO EL ÉXITO.**

**ELEMENTOS DE LA VISION:** Puntos de vista de Luis Gomez Hernández en el artículo Objetivo: crecer de Entrepreneur, para discutir.

## LA VISION

- **LA VISION SIGNIFICA TRADUCIR CON CRITERIOS DE ÉXITO UNA IMAGEN FUTURA DE LA ORGANIZACIÓN.**
- **SE PLANTEA EN UN HORIZONTE TEMPORAL LEJANO.**
- **CONTIENE MAGNITUDES.**
- **SE DEFINE CON CRITERIOS DE VIABILIDAD.**

**ELEMENTOS DE LA VISION:** Puntos de vista de Luis Gomez Hernández en el artículo Objetivo: crecer de Entrepreneur, para discutir.

## **BENEFICIOS DE LA VISION**

- **FORMA LA BASE DE UN EXTRAORDINARIO ESFUERZO HUMANO**
- **ESTABLECE UN CONTEXTO PARA TOMAR DECISIONES ESTRATEGICAS Y TACTICAS**
- **UNA VISION COMPARTIDA CREA COHESION, TABAJO EN EQUIPO Y SENTIDO DE PERTENENCIA.**
- **ESTABLECE LA BASE PARA QUE LA ORGANIZACIÓN EVOLUCIONE DE LA DEPENDENCIA DE PERSONAS CLAVES**

## ALGUNAS VISIONES

### CONDUIT DEL ECUADOR

- **NUESTRA VISIÓN ES SER EL MEJOR FABRICANTE Y PROVEEDOR DE SOLUCIONES TUBULARES DE ACERO PARA SUS CLIENTES EN EL MERCADO NACIONAL Y DE EXPORTACIONES.**

### YANBAL ECUADOR

- **SER LA COMPAÑÍA DE BELLEZA MÁS PRESTIGIOSA Y COMPETITIVA DE AMÉRICA LATINA, BASADA EN EL PRINCIPIO DE "PROSPERIDAD PARA TODOS".**

# ALGUNAS VISIONES



Qué es Yanbal - Se parte de nosotros - Cómo comprar - Contáctanos

[Catálogo PA](#)



esencial

vibrante

actual

casual

para él

kids y bebés

velas

Qué es Yanbal > Misión y Visión

Misión y Visión

Una gran Corporación

Somos líderes

Apoyo a la comunidad

Oportunidades de Empleo

## Nuestra Misión

Mejorar el nivel de vida de toda mujer Latinoamericana, ofreciendo productos de alta calidad, servicio personalizado y una excelente oportunidad de ganancias.

## Nuestra Visión

Ser la compañía de belleza más prestigiosa y competitiva de América Latina, basada en el principio de "prosperidad para todos".



Buscar un producto

o por categoría

After Shaves



[buscar](#)



Ecuador

© Derechos Reservados de Yanbal  
una Compañía de Yanbal International.

[Página principal](#) - [Novedades](#) - [Ofertas y promociones](#) - [E-Yanbal](#) - [Club Yanbal](#) - [Mapa del site](#)

# DEFINIR INVERSIONES

- IDENTIFICAR Y VALORAR EL PAQUETE DE RECURSOS QUE SE VA A GESTIONAR:
  - TERRENOS
  - OBRAS CIVILES
  - TECNOLOGIA, MAQUINARIAS
  - CAPITAL DE TRABAJO
  - GASTOS DE PREINVERSION

# ENTENDER Y DECIDIR ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

- CONOCER POSIBILIDADES QUE BRINDA EL SISTEMA FINANCIERO
- EVALUAR ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO
- DEFINIR LA ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PAQUETE DE RECURSOS.
  - % FINANCIAMIENTO CON CREDITO (PLAZOS, TASAS DE INTERES, IMPACTO EN FLUJO DE FONDOS).
  - % FINANCIAMIENTO CON CAPITAL PROPIO (POSIBILIDADES DE LEVANTAR EL CAPITAL NECESARIO, VENTA DEL PROYECTO).

# COMUNICAR (PROMOCION)

- TENER CLARIDAD SOBRE LA ESTRATEGIA COMERCIAL
- DEFINIR IMAGEN CORPORATIVA (LOGO)
- CREAR MARCA
- POSICIONAR
- REALIZAR CAMPAÑA PROMOCIONAL
  - PRENSA
  - RADIO
  - TELEVISION

# ESTRATEGIA COMERCIAL

- SEGMENTAR EL MERCADO
- IDENTIFICAR EL SEGMENTO O MERCADO OBJETIVO. PARA QUIEN.
- DESARROLLAR LA MEZCLA DE LAS 4P.
  - PRODUCTO
  - PRECIO
  - DISTRIBUCION (PLAZA)
  - PROMOCION

# SEGMENTAR EL MERCADO

SEGMENTACION DE MERCADOS  
ES EL RECONOCIMIENTO BASICO  
DE QUE TODO MERCADO ESTA  
CONSTITUIDO POR GRUPOS DE  
COMPRADORES (segmentos)  
DISTINGUIBLES, CON  
DIFERENTES “NECESIDADES”

## VARIABLES DE SEGMENTACION

### DEMOGRAFICAS

EDAD - SEXO - TAMAÑO  
FAMILIA - INGRESO -  
OCUPACION -  
EDUCACION - RELIGION  
- RAZA - NACIONALIDAD  
- CLASE SOCIAL

### GEOGRAFICA

REGION - TAMAÑO  
CIUDAD - CLIMA

### SICOGRAFICAS

ESTILO DE VIDA - PERSONALIDAD -  
BENEFICIOS BUSCADOS - POSICION  
USUARIO - TASA DE USO - POSICION  
LEALTAD - SENSIBILIDAD A  
FACTORES DE MARKETING

ESTIMACION DEMANDA, ANALISIS TERRITORIO, ACEPTACION  
PRODUCTO, VARIABLES DE COMPRA, F.C.C., HABITOS, ETC.  
GUSTOS, PREFERENCIAS

# EVALUAR

- CONSISTE EN CUANTIFICAR LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA DECISION DE INVERSION.
- VENTAJA Vs DESVENTAJA
  - VENTAJA NETA:  $\sum V - \sum D$  : ES EQUIVALENTE AL CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO.
  - VENTAJA RELATIVA:  $\sum V / \sum D$  ES EQUIVALENTE AL CALCULO DE LA RELACION BENEFICIO/COSTO.
  - VENTAJA NETA RELATIVA:  
 $(\sum V - \sum D) / \sum D$ : ES EQUIVALENTE AL CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO. (RENTABILIDAD)

## RESUMEN DE UN PLAN DE NEGOCIOS

- 1.- RESUMEN EJECUTIVO
- 2.- RESUMEN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.
- 3.- MISION Y VISION DEL NEGOCIO.
- 4.- ESTRATEGIA COMERCIAL  
PRODUCTO  
MERCADO OBJETIVO  
ESTRATEGIA DE COMUNICACION
- 5.- COMPETENCIA.
- 6.- PRESUPUESTO DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.
- 7.- PLAN DE PRODUCCION.
- 8.- RESUMEN DEL FLUJO DE CAJA (CASH FLOW)
- 9.- EVALUACION.

# DEFINICION DE LA CONTABILIDAD

PROCESO  
SISTEMATICO DE  
REGISTRO DE HECHOS  
ECONOMICOS

# LOS ESTADOS FINANCIEROS

- CONSTITUYEN EL RESULTADO QUE EXHIBE UN PROCESO DE REGISTRO Y TIENEN OBJETIVOS DIFERENTES.
  - BALANCE
  - ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
  - ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS
  - FLUJO DE EFECTIVO.

# BALANCE

- TIENE COMO OBJETIVO MOSTRAR LA SITUACION DE UNA EMPRESA.
- LO QUE TIENE
- LO QUE DEBE
  - A TERCEROS
  - A LOS DUEÑOS (PATRIMONIO)

# ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

- TIENE COMO OBJETIVO MOSTRAR LOS CAMBIOS QUE SE HAN REGISTRADO EN EL PATRIMONIO DE LOS DUEÑOS.
  - LOS INCREMENTOS DE PATRIMONIO (GANANCIAS)
  - LAS DISMINUCIONES DE PATRIMONIO (PERDIDAS)
  - EL RESULTADO NETO.(UTILIDAD DEL EJERCICIO)

# ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

- TIENE COMO OBJETIVO MOSTRAR
  - DE DONDE PROVIENEN LOS RECURSOS FINANCIEROS.
  - EN QUE SE HAN UTILIZADO LOS RECURSOS FINANCIEROS.
  - LA LIQUIDEZ O DISPONIBILIDAD DE CAJA.

# FLUJO DE EFECTIVO

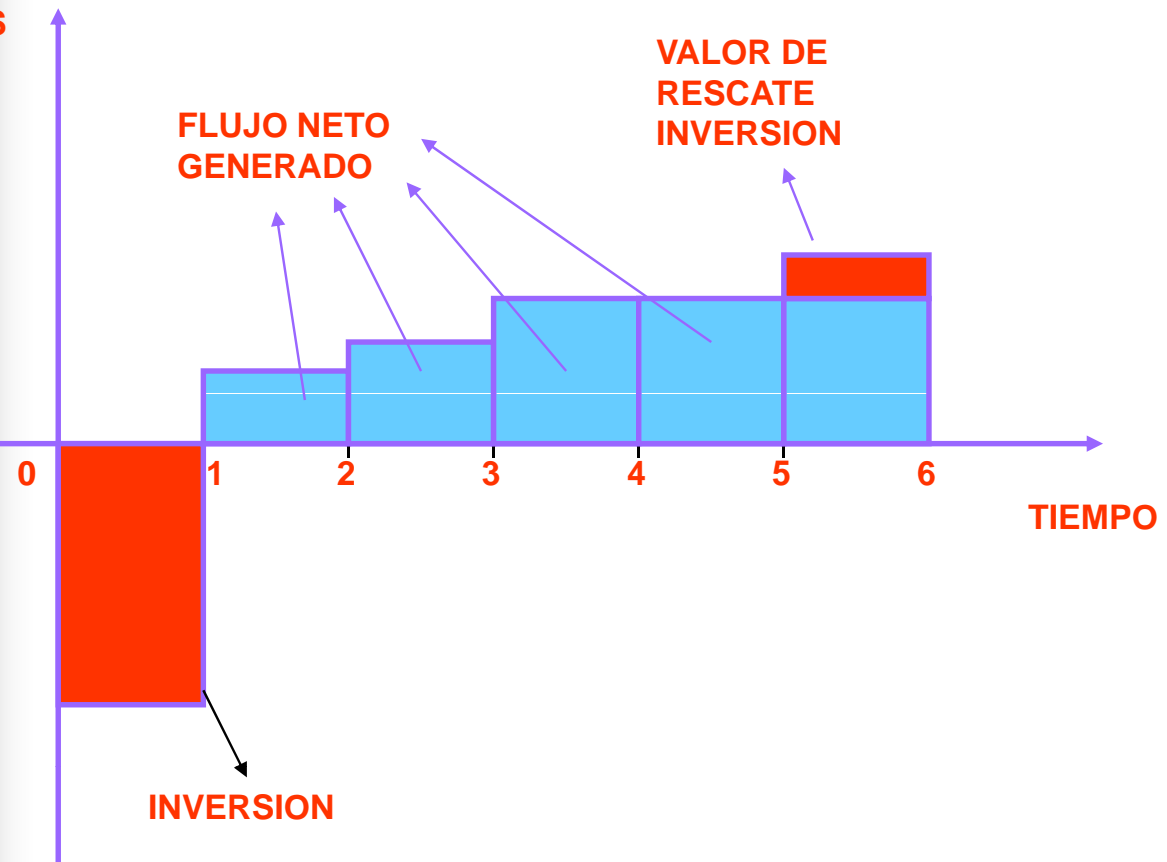
- TIENE COMO OBJETIVO MOSTRAR EL RESULTADO DE UNA ASIGNACION DE RECURSOS EN EL TIEMPO, PARA FINES DE EVALUARLA.
- LOS INPUTS DE RECURSOS (INVERSIONES Y COSTOS) DESVENTAJAS.
- LOS OUTPUTS DE RECURSOS (FLUJO NETO) VENTAJAS.

## FLUJO DE RECURSOS DE UN PROYECTO

RECURSOS  
S/.

V

D



FLUJO DE EFECTIVO						
AÑO	INVERSION	COSTOS OPERATIVOS	PART. TRABAJADORES	IMPUESTO RENTA	INGRESOS	FLUJO
0	10.365	0			0	-10.365
1		65.908	800	1.133	72.098	4.258
2		70.475	1.196	1.694	79.308	5.943
3		75.087	1.694	2.399	87.239	8.058
4		80.598	2.176	3.082	95.963	10.107
5		86.659	2.706	3.834	105.559	12.361
6		93.326	3.310	4.690	116.115	14.789
7		95.505	3.631	5.143	120.429	16.150
8		97.901	3.983	5.643	125.174	17.648
9		100.537	4.371	6.192	130.394	19.295
10		103.437	5.107	7.234	138.201	22.423
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>						<b>67%</b>
<b>VALOR ACTUAL NETO 10%</b>						<b>60.746</b>
<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>						<b>1,57</b>