**TÍTULO**

Nombre\_Empresa



Autor

**Estudiantes**

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**

**Facultad Tecnológica**

**Ingeniería en (Control/ Telecomunicaciones)**

Bogotá D.C. Mes, Año

**TÍTULO**

Nombre\_Empresa



Autor

**Estudiante (nombre, código, email)**

**INFORME FINAL DE PROYECTO DE GRADO**

**MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**

**Presentado para optar al título de: Ingeniero(a) en (Control y Automatización/Telecomunicaciones)**

**Director Interno**

Nombre del profesor

**Director Externo**

Nombre y cargo del asesor en la empresa

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**

**Facultad Tecnológica**

**Ingeniería en (Control/ Telecomunicaciones)**

Bogotá D.C. Mes, Año

# Dedicatoria

*Esta parte del informe solo es válida para los trabajos de título o los de grado. Se localiza inmediatamente después de la portada y en una página separada, se sugiere que sea breve y de carácter formal. No se debe incluir en el índice.*

# Índice

[1 Dedicatoria i](#_Toc161915709)

[2 Índice ii](#_Toc161915710)

[3 Índice de Figuras iv](#_Toc161915711)

[4 Índice de Tablas v](#_Toc161915712)

[6 Índice de Anexos vi](#_Toc161915713)

[7 Glosario vii](#_Toc161915714)

[8 Lista de Abreviaturas y Siglas viii](#_Toc161915715)

[9 Resumen ix](#_Toc161915716)

[1. Introducción 1](#_Toc161915717)

[2. Presentación de la Empresa 2](#_Toc161915718)

[3. Planteamiento del problema en la Empresa 3](#_Toc161915719)

[4. Justificación 4](#_Toc161915720)

[5. Objetivos 5](#_Toc161915721)

[5.1. Objetivo General 5](#_Toc161915722)

[5.2. Objetivos específicos 5](#_Toc161915723)

[6. Marco de referencia 6](#_Toc161915724)

[6.1. Antecedentes 6](#_Toc161915725)

[6.2. Marco teórico 6](#_Toc161915726)

[6.3. Marco Legal 6](#_Toc161915727)

[7. Plan de Negocio 7](#_Toc161915728)

[7.1. Concepto del Negocio 7](#_Toc161915729)

[7.2. Potencial del Mercado en Cifras 7](#_Toc161915730)

[7.3. Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor 7](#_Toc161915731)

[7.4. Investigación de Mercados 7](#_Toc161915732)

[7.4.1. Definición de Objetivos 7](#_Toc161915733)

[7.4.2. Justificación y Antecedentes del Proyecto 7](#_Toc161915734)

[7.4.3. Análisis del Sector 7](#_Toc161915735)

[7.4.4. Análisis de Mercado 7](#_Toc161915736)

[7.4.5. Análisis de la Competencia 7](#_Toc161915737)

[7.5. Estrategias de Mercado 8](#_Toc161915738)

[7.5.1. Concepto del Producto ó Servicio 8](#_Toc161915739)

[7.5.2. Estrategias de Distribución 8](#_Toc161915740)

[7.5.3. Estrategias de Precio 8](#_Toc161915741)

[7.5.4. Estrategias de Promoción 8](#_Toc161915742)

[7.5.5. Estrategias de Comunicación 8](#_Toc161915743)

[7.5.6. Estrategias de Servicio 8](#_Toc161915744)

[7.5.7. Estrategias de Aprovisionamiento 8](#_Toc161915745)

[7.6. Proyecciones de Ventas 9](#_Toc161915746)

[7.6.1. Proyección de Ventas y Política de Cartera 9](#_Toc161915747)

[7.7. Operación 9](#_Toc161915748)

[7.7.1. Ficha Técnica del Producto ó Servicio 9](#_Toc161915749)

[7.7.2. Descripción del Proceso 9](#_Toc161915750)

[7.7.3. Necesidades y Requerimientos 9](#_Toc161915751)

[7.7.4. Plan de Producción 9](#_Toc161915752)

[7.8. Plan de Compras 10](#_Toc161915753)

[7.8.1. Consumos Por Unidad de Producto 10](#_Toc161915754)

[7.8.2. Costos de Producción 10](#_Toc161915755)

[7.8.3. Infraestructura 10](#_Toc161915756)

[7.9. Organización 10](#_Toc161915757)

[7.9.1. Estrategia Organizacional: Análisis DOFA 10](#_Toc161915758)

[7.9.2. Estructura Organizacional 11](#_Toc161915759)

[7.9.3. Constitución Empresa y Aspectos Legales 11](#_Toc161915760)

[7.10. Costos Administrativos 11](#_Toc161915761)

[7.10.1. Gastos de Personal 11](#_Toc161915762)

[7.10.2. Gastos de Puesta en Marcha 11](#_Toc161915763)

[7.10.3. Gastos Anuales de Administración 11](#_Toc161915764)

[7.11. Finanzas 11](#_Toc161915765)

[7.11.1. Ingresos y Fuentes de Financiación 11](#_Toc161915766)

[7.11.2. Egresos 12](#_Toc161915767)

[7.11.3. Capital de Trabajo 12](#_Toc161915768)

[7.12. Plan Operativo 12](#_Toc161915769)

[7.12.1. Cronograma de Actividades 12](#_Toc161915770)

[7.13. Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental 12](#_Toc161915771)

[7.14. Equipo de Trabajo 12](#_Toc161915772)

[8. Modelo CANVA 12](#_Toc161915773)

[8.1. Segmentos de mercado 12](#_Toc161915774)

[8.2. Propuesta de valor 12](#_Toc161915775)

[8.3. Canal 13](#_Toc161915776)

[8.4. Relación con el cliente 13](#_Toc161915777)

[8.5. Fuentes de ingresos 13](#_Toc161915778)

[8.6. Actividades clave 13](#_Toc161915779)

[8.7. Recursos clave 13](#_Toc161915780)

[8.8. Socios clave 13](#_Toc161915781)

[8.9. Estructuras de costos 13](#_Toc161915782)

[9. Conclusiones y Recomendaciones 14](#_Toc161915783)

[10. Referencias 15](#_Toc161915784)

[11. Anexos 16](#_Toc161915785)

# Índice de Figuras

/\*en esta sección se detallan todas las figuras que son expuestas en el texto, deben tener interlineado simple como se muestra a continuación \*/

[Figura 2.1: Imagen del logo de la Universidad 5](#_Toc435543534)

# Índice de Tablas

/\*Listado de todas las tablas que son presentadas en el texto, deben tener interlineado simple como se muestra a continuación \*/

[Tabla 2.1: Ejemplo simple de Tabla 5](#_Toc435543535)

# Índice de Anexos

Los Anexos se incorporan como textos al final del documento o hipervínculos dentro del texto.

Anexo 1……………………………………………...……………………………………………15

# Glosario

/\*se entiende como la especificación de los conceptos claves del trabajo que deben ser detallados para la facilitación de la comprensión del texto. Esta sección solo es útil cuando se están trabajando con conceptos pocos conocidos y no muy divulgados, **deben tener espaciado de 6 puntos** entre cada uno de los conceptos e interlineado simple como se muestra a continuación \*/

|  |  |
| --- | --- |
| **Concepto** | **Explicación breve y detallada del concepto** |
| accesibilidad | La condición de ser accesible. Por ejemplo, una carretera transitable todo el año proporciona mejor accesibilidad que una vía transitable en tiempo seco. |
| aceleración | Incremento de la velocidad en la unidad de tiempo. |
| divergencia | Proceso de desdoblamiento de una corriente vehicular en dos corrientes independientes. |

# Lista de Abreviaturas y Siglas

/\*El uso de abreviaturas y siglas es muy común en la disciplina por lo que todas aquellas abreviaturas y siglas que serán usadas en el texto deben ser detalladas en esta sección especificando su significado, **deben tener espaciado de 6 puntos** entre cada uno de las siglas e interlineado simple como se muestra a continuación.\*/

|  |  |
| --- | --- |
| **Sigla/Abreviatura** | **Significado** |
| INE | Instituto Nacional de Estadística |
| BM | Banco Mundial |
| BRT | Bus Rapid Transyt |
|  |  |

# Resumen

El objetivo de esta parte del informe es contextualizar al lector de una manera clara y precisa sobre los aspectos más relevantes del trabajo que se está presentando, entregando una idea general del documento. El resumen es el primer contacto del lector con su trabajo por lo que éste debe ser de calidad.

El contenido debe ser una secuencia de párrafos interrelacionados con oraciones lógicamente relacionados (no es una enumeración). El primer párrafo debe describir el contexto en el cual se desarrolla la pasantía. El segundo párrafo se orienta a una descripción y planteamiento del problema. El tercer párrafo presenta la solución desarrollada mientras que en el cuarto párrafo se analizan los resultados obtenidos. Por último, las conclusiones obtenidas por el trabajo.

En un resumen no deben aparecer ni figuras, tablas o fórmulas matemáticas.

Recordar que el tamaño máximo del Resumen es el de una página.

*Palabras claves: Ciberataque, Control inteligente, Modem,...*

Las palabras claves son máximo de 6 palabras reservadas, tomar la taxonomía de IEEE, UNESCO.

# Introducción

La introducción de un trabajo es una de las partes fundamentales de cualquier informe que realice. En la misma se detallan los principales aspectos del trabajo y se cierra con una descripción de las siguientes secciones.

Es importante prestar atención a la forma en la que se escribe y se presenta un documento.

# Presentación de la Empresa

En esta sección se debe presentar la empresa, describiendo por lo menos los siguientes elementos:

* Razón Social
* Actividad a la que se dedica
* Reseña Histórica
* Misión
* Visión
* Estructura organizacional
* Área o grupo de trabajo en el cual el estudiante desarrolló su pasantía.

# Planteamiento del problema en la Empresa

El planteamiento de un problema de investigación se asemeja a un "diagnóstico", cuyo objetivo es poner en evidencia cuál o cuáles son las necesidades (económicas, técnicas, organizacionales, humanas, tecnológicas, entre otras) a las que se requiere dar respuesta en la Organización en la cual desarrolló su pasantía. Dichas necesidades constituyen el problema, a cuya solución se pretende llegar con el desarrollo de las actividades de la pasantía. Entonces, plantear un problema implica describir una situación, y analizar su incidencia en las organizaciones.

# Justificación

La justificación puede considerar aspectos diversos, por ejemplo, apoyarse en determinados planes de desarrollo (local o nacional) o en los resultados del estado del arte para argumentar que, no existe una solución para la problemática anunciada y que, por lo tanto, se requiere de un abordaje específico para la consecución de una solución. En otras palabras, la justificación es la demostración juiciosa de que existe un problema que requiere ser solucionado.

# Objetivos

## Objetivo General

## Objetivos específicos

Presentación en forma infinitiva de los objetivos general (1 objetivo) y específicos (2-5 objetivos) del proyecto. En general, esta sección es una transcripción directa de los objetivos y requerimientos de la solución aprobados en la propuesta de pasantía.

# Marco de referencia

## Antecedentes

El estado del arte da cuenta del avance del conocimiento en relación con la problemática que, abordará el proyecto. Por ello, para el investigador, constituye un punto de partida en relación con lo que se ha hecho y lo que falta por hacer. El estado del arte da cuenta de dónde buscamos[[1]](#footnote-1), con ayuda de qué palabras claves, qué se encontró en términos de producción académica y científica (tesis, informes de investigación, artículos resultados de la investigación), entre otros aspectos relevantes. La escritura puede considerar el uso de citas textuales y una estructura que dé cuenta, cuando menos, de los problemas que preocupan a los investigadores, en cada momento de tiempo y espacio geográfico, las diferentes maneras de abordar la solución de una problemática y los resultados de las investigaciones.

Debe ser presentado en formato narrativo (es decir, no es válido simplemente listar y resumir los trabajos encontrados) buscando comparar y complementar la información existente; dejando claro qué aspectos son aportes nuevos del proyecto propuesto

(máximo 3000 palabras a partir de la consulta de mínimo 15 fuentes bibliográficas; preferiblemente artículos resultado de investigación publicados en revistas especializadas nacionales e internacionales, publicadas en los últimos 8 años)

## Marco teórico

El marco teórico implica exponer aquellas teorías, leyes, etc., en las cuales se apoyará el investigador para materializar los objetivos de investigación, es decir, para la concreción de la solución al problema. En otras palabras, el Marco Teórico es el lente a través del cual el investigador observa, analiza y actúa sobre un problema. (máximo 3000 palabras)

## Marco Legal

Las normas (leyes, decretos resoluciones de carácter nacional e internacional), promulgadas por países, asociaciones, instituciones u organismos debidamente conformados, aprobados y legalizados, que intervienen en el desarrollo del proyecto de investigación (por ejemplo, regulaciones en relación con el diseño de tecnologías limpias)

# Plan de Negocio

* 1. Concepto del Negocio

Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.

* 1. Potencial del Mercado en Cifras

Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio.

* 1. Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor

Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto o servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.

* 1. Investigación de Mercados
     1. Definición de Objetivos

Defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que usted considere relevantes.

* + 1. Justificación y Antecedentes del Proyecto

Justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto. Así mismo relacione los antecedentes del proyecto

* + 1. Análisis del Sector

Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.

* + 1. Análisis de Mercado

Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente. importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países); Relacione los productos sustitutos y productos complementarios

* + 1. Análisis de la Competencia

Identificación de principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.

* 1. Estrategias de Mercado

* + 1. Concepto del Producto ó Servicio

Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia

* + 1. Estrategias de Distribución

Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.

* + 1. Estrategias de Precio

Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.

* + 1. Estrategias de Promoción

Explique o describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)

* + 1. Estrategias de Comunicación

Explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.

* + 1. Estrategias de Servicio

Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.

* + 1. Estrategias de Aprovisionamiento

Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos

* 1. Proyecciones de Ventas

* + 1. Proyección de Ventas y Política de Cartera

Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en $) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cuál es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado.

Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.

* 1. Operación

* + 1. Ficha Técnica del Producto ó Servicio

Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.

* + 1. Descripción del Proceso

Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto o servicio. En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto)

* + 1. Necesidades y Requerimientos

Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.

* + 1. Plan de Producción

Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, numero de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. primer mes = 0 cajas de 50 unidades, .......quinto mes = 300 cajas de 50 unidades, …sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, ... mes n= 1000 cajas de 50 unidades, etc.

* 1. Plan de Compras

* + 1. Consumos Por Unidad de Producto

Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto.

* + 1. Costos de Producción

Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. $/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal. En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.

* + 1. Infraestructura

Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada máquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.

* 1. Organización

* + 1. Estrategia Organizacional: Análisis DOFA

El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.

* + 1. Estructura Organizacional

Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente, la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.

* + 1. Constitución Empresa y Aspectos Legales

Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cuál es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos o Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.

* 1. Costos Administrativos

* + 1. Gastos de Personal

Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.

* + 1. Gastos de Puesta en Marcha

Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

* + 1. Gastos Anuales de Administración

Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

* 1. Finanzas

* + 1. Ingresos y Fuentes de Financiación

Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando sí se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc.), plazo, forma de pago, tasa de interés etc. Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.

* + 1. Egresos

Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.

* + 1. Capital de Trabajo

Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc. (costos operacionales).

* 1. Plan Operativo

* + 1. Cronograma de Actividades

Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

* 1. Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental

Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, ó corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento

* 1. Equipo de Trabajo

1. Modelo CANVA
   1. Segmentos de mercado

Información sobre el segmento de cliente al que se dirige la propuesta. ¿Quién es el cliente? Además, si existiera más de un segmento también se debe detallar. Pensar en un medio de comunicación: por un lado, hay lectores y por otro, empresas interesadas en insertar publicidad en él.

* 1. Propuesta de valor

En este punto se debe explicar qué necesidades se cubren en el segmento de mercado que se está abarcando, detallando qué productos y/o servicios se van a ofrecer y cómo los productos propios se diferencian de la competencia. Esa diferenciación dará una ventaja competitiva que puede ser de diferentes tipos: de coste, de producto o de transacción (según el acceso de los clientes a la compra de los productos propios).

* 1. Canal

¿Cómo podrán comprar el producto? cómo hacer llegar la propuesta de valor a los diferentes clientes. Aquí se debe tener en cuenta cómo se va a distribuir, sobre todo si en el modelo de negocio hay compromiso de trabajar en plazos muy cortos.

* 1. Relación con el cliente

Los clientes requieren un trato personalizado y exclusivo, si va a existir una relación personal con ellos o si va a estar automatizada. La relación con los clientes debe ser siempre acorde con el mensaje de la marca. ¿Cómo se podrías captar nuevos clientes y cuál es la mejor manera de relacionarse con ellos?

* 1. Fuentes de ingresos

Cómo generar recursos con lo que se tiene que ofrecer al mundo. No solamente hay que pensar a qué precio vender los productos, sino establecer cuánto se cree que están dispuestos a pagar los clientes por aquello que se ofrece. Por lo tanto, se debe buscar que la empresa sea rentable sin olvidarse de estar en el lugar del consumidor.

* 1. Actividades clave

Este apartado establece todo lo necesario para llevar a cabo la propuesta de valor, aclarando las actividades necesarias para lanzar la propuesta de valor. Tal como la producción, la solución de problemas y la plataforma que se necesita utilizar.

* 1. Recursos clave

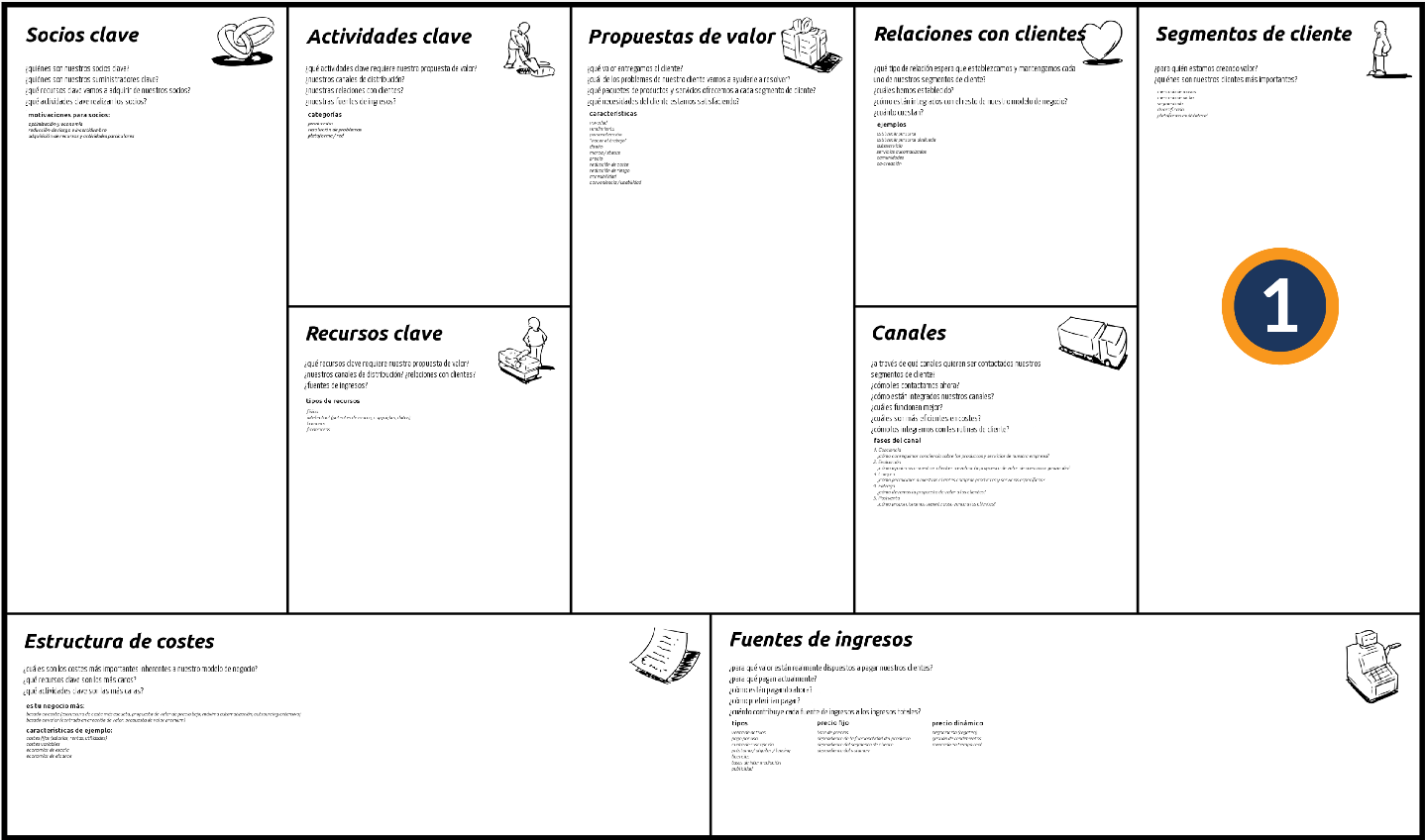
Para que funcione el modelo de negocio hace falta una serie de recursos físicos y materiales, como patentes o derechos de autor, además de humanos y financieros. En este apartado se debe detallar qué se necesita para desarrollar la propuesta, relación con el cliente y canal.

* 1. Socios clave

¿Cuáles van a ser las alianzas estratégicas para desarrollar el modelo de negocio? Los socios y proveedores deben estar presentes en este punto, algo esencial para que el proyecto sea viable y valorar su potencial de crecimiento.

* 1. Estructuras de costos

Definir los costos más importantes de tus actividades y recursos claves. Es importante que tener en mente opciones como bajar el precio del producto y automatizar la producción o trabajar en la creación de valor para el consumidor cuando sea necesario ajustar los costes.



# Conclusiones y Recomendaciones

Esta sección se nutre de las implicaciones en la práctica, de las lecciones metodológicas aprendidas, de las limitaciones de los aspectos no resueltos y nuevas preguntas o necesidades creadas a partir del mismo, propuestas de nuevos proyectos a partir de los resultados actuales.

# Referencias

Las referencias deben estar en normas APA, se recomienda utilizar un gestor de referencias.

# Anexos

De ser necesario, se pueden preparar Anexos en orden alfabético (Anexo 1, Anexo 2, etc.). Pueden ser utilizados para presentar mayor detalle sobre algún aspecto del documento sin romper el hilo conductor del texto principal. Por ejemplo, se puede usar para presentar el formato de encuesta que se espera usar en el proyecto, o un protocolo de observación, etc.

**PAUTAS PARA LA REDACCIÓN DEL DOCUMENTO**

Se propone el seguimiento de las normas de la APA. En general se espera que la ortografía sea impecable (no confiarse del corrector de MS Word). Las propuestas deben estar bien presentadas; se debe cuidar: la unidad del estilo del texto, títulos y sub-títulos a lo largo del documento.

Cada capítulo debe comenzar en una nueva página. El fin de una sección y el encabezado de la próxima no deben ser separados por espacios adicionales. Cuándo una sección comienza al final de la página, ésta debe ser trasladada a la página siguiente si el primer párrafo de la sección no alcanza a tener dos líneas de texto.

La extensión del documento no debe superar las 60 páginas sugerido (70 páginas máximo) sin incluir los preliminares (portada, contraportada, índices, dedicatoria, glosario, siglas); Listado de referencias bibliográficas ni Anexos

**Estilo y formato:**

***Redacción****:* La propuesta debe ser redactada en tercera persona.

***Texto y formato de los párrafos:***La letra del documento es Times New Roman tamaño 12 o equivalente, el interlineado es sencillo. Además, se deben parametrizar el párrafo con los siguientes valores:

* Alineación: Justificada.
* Espaciado: Anterior: 12 pto, Posterior: 12 pto, Interlineado: 1,0
* Viñetas y significado de variables y parámetros de fórmulas: Espaciado (Anterior: 6 pto, Posterior: 6 pto)

***Títulos:*** A continuación, una descripción de los tipos de títulos y sus características:

* Título 1 (Sección primaria o Capítulo): Times New Roman Negrita tamaño 14
* Titulo 2 (sección secundaria o Sub-capítulo): Times New Roman Negrita tamaño 13.
* Título 3 (sección terciaria): Times New Roman Negrita tamaño 12

***Número de Página***Todas las páginas deben estar numeradas excepto la portada. Las páginas previas al capítulo de introducción deben ser numeradas en números romanos (i, ii, iii, iv, v,…) en minúsculas, mientras que a partir de la introducción debe ser arábiga (1,2,3…).

***Notas al pie de página****.* Las notas al pie de página tienen por finalidad brindar una información extra o aclarar un concepto dentro del cuerpo principal. Son una herramienta útil para agregar contenido que para un lector lego puede ser de utilidad para interpretar o entender lo que se está presentando. Las notas al pie de página deberán ser referenciadas utilizando un superíndice y la nota al pie de página deberán tener un tamaño de letra entre 10 a 8. Utilizar la funcionalidad pie de página para esta parte del texto.

***Figuras y Tablas en el texto.***La resolución adecuada de fotos y figuras que permitan leer y entender el mensaje que se desea entregar. Toda tabla y figura debe tener un título. Además, toda tabla y figura debe ser anunciada en el texto del documento antes de aparecer en el mismo, no olvide referenciarla

*Ejemplo:*

Se evaluó la simulación de la marcha normal, al igual que las diferentes fases de un ciclo, trazando la flexión y extensión de la cadera contra la flexión y extensión de la rodilla. La cadera está en el eje *x* y la rodilla está en el eje *y*; La magnitud de los gráficos se indica en ángulos. El resultado del ciclograma mostrado en la Figura 6 concuerda con los resultados reportados en la literatura, ya que los ángulos de rodilla y cadera están dentro de los límites de los valores observados en estudios previos.

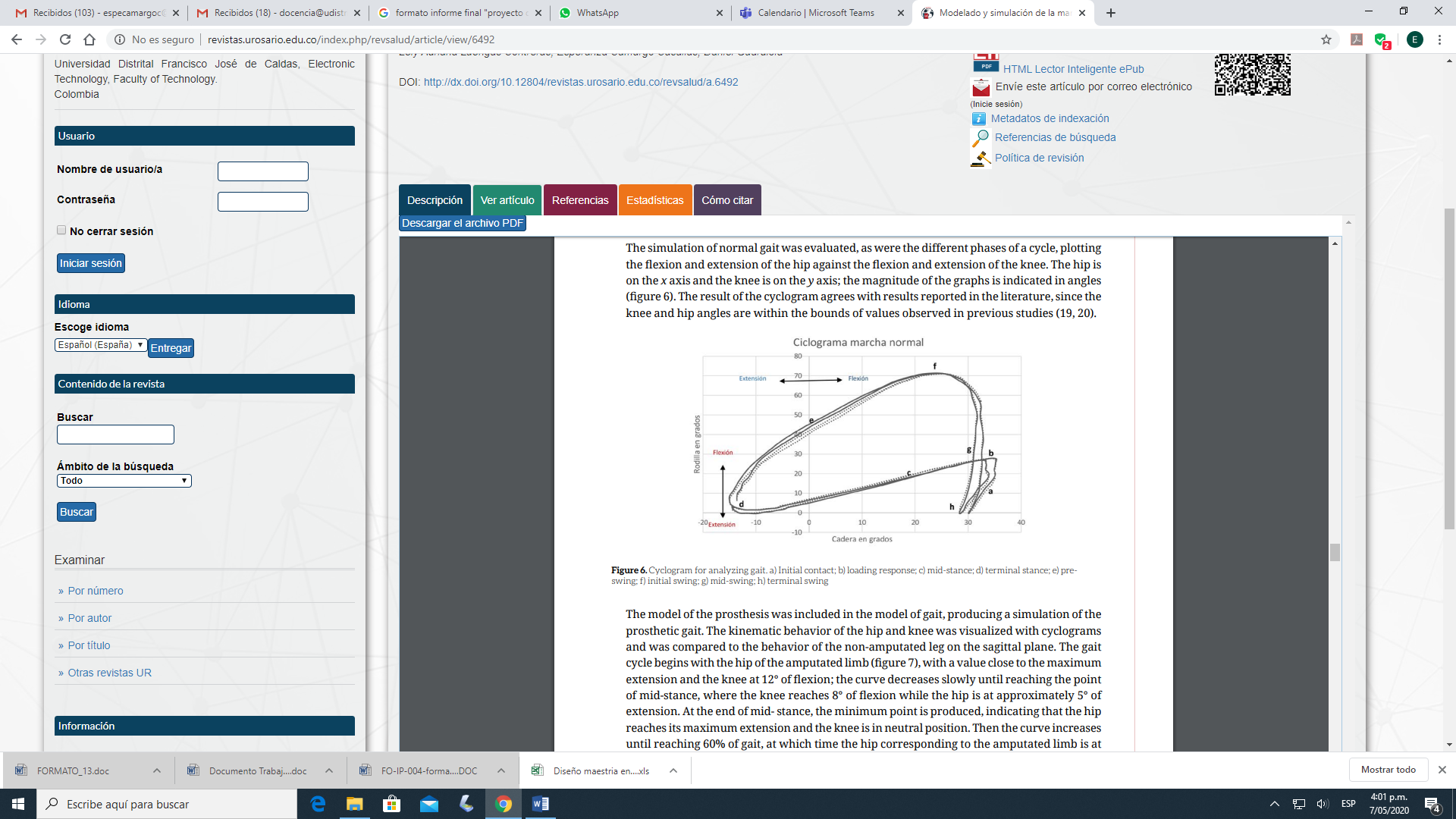


Figura 6. Ciclograma para analizar la marcha. a) Contacto inicial; b) Respuesta de carga; c) Apoyo media; d) Apoyo terminal; e) Prebalanceo f) Balanceo inicial; g) Balanceo medio; h) Balanceo terminal. (Camargo, 2018)

En el caso de las tablas se sigue un criterio similar a las figuras, el tamaño mínimo de la letra al interior de la tabla es 11.

Ejemplo:

Como se muestra en la Tabla 1, los valores de *t* para un nivel de confidencia del 95%, depende de los grados de libertad asociados con la desviación estándar.

|  |  |
| --- | --- |
| **Grados de Libertad** | **Nivel de confidencia** |
| 2 | 4.303 |
| 4 | 2.776 |
| 6 | 2.447 |

Tabla 3. Variables de medición. Fuente: El Autor

***Ecuaciones y Fórmulas.***Las ecuaciones deben ser elaboradas en un editor de ecuaciones apropiado. Si utiliza Word, use o bien Microsoft Editor de Ecuaciones o MathType. Numere las ecuaciones consecutivamente, deben estar centradas, por orden de aparición, con números arábigos entre paréntesis justificado al margen derecho. Las ecuaciones al igual que las figuras y tablas deben ser anunciadas en el texto del documento antes de aparecer en el mismo.

Ejemplo:

La curva de frecuencia (1) de los valores medios está centrada alrededor del valor límite medioy tiene un factor de escala

|  |  |
| --- | --- |
|  | (1) |

***Citaciones***Las citaciones son referencias a textos realizados por otras personas, las podemos clasificar en tres grandes grupos:

* Formales: donde se transcriben literalmente textos. Es imprescindible que éstas sean colocadas entre comillas e indicar su fuente.
* Conceptuales: en este caso se reproduce el concepto utilizando palabras propias, es una síntesis personal de una idea basándose en otra idea, es necesario referenciar usando normas APA.

***Referencias*** Las referencias bibliográficas constituyen una parte importante del texto donde se detallan todas las fuentes consultadas en el trabajo que se está presentando. Es importante detallarlo adecuadamente para que posteriormente otros lectores puedan realizar búsquedas de esas referencias.

Las referencias deberán ser ordenadas considerando el apellido del primer autor, en caso de que el autor tenga más de un artículo o trabajo referenciado en el informe se debe ordenar por el año de publicación. Para mayor información sobre la forma de referenciar se les sugiere que revisen las normas APA.

***Especificando las referencias***

Considere los siguientes ejemplos que se detallan a continuación para realizar las referencias. El autor debe dejar un espacio entre una y otra referencia.

**Referencias de libros:**

Apellido autor, Iniciales nombre autor, (Año), *Título en cursiva,*Ciudad y país, Editorial.

Hacyan, S., (2004), *Física y metafísica en el espacio y el tiempo. La filosofía en el laboratorio*, México DF, México: Fondo nacional de cultura económica.

**Referencia de páginas web:**

Apellido, A. A. (Fecha). Título de la página. Lugar de publicación: Casa publicadora. Dirección de donde se extrajo el documento (URL).

Argosy Medical Animation. (2007-2009). Visible body: Discover human anatomy. New York, EU.: Argosy Publishing. Recuperado de <http://www.visiblebody.com>.

Nombre del artículo, (s. f). En xxxxx. Recuperado el X de MES de AÑO de <http://xxx.xxxxxxxxxx.xx/xxxx/xxx>.

**Referencia revistas científicas:**

Apellido autor1, Iniciales nombre autor1., Apellido autor2, Iniciales nombre autor2., …y Apellido autorN, Iniciales nombre autor. (Año). Nombre del trabajo, revista, volumen(número del volumen), paginas.

Coruminas, M., Ronecro, C., Bruguca, E., y Casas, M. (2007). Sistema dopaminérgico y adicciones, *Rev Mukuel*, 44(1), 23-31.

Arshinder, K., Kanda, A., y Deshmukh, S. G. (2011). A Review on Supply Chain Coordination: Coordination Mechanisms, Managing Uncertainty and Research Directions. In T.-M. Choi & T. C. E. Cheng (Eds.), Supply Chain Coordination under Uncertainty SE - 3 (pp. 39–82). Springer Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-642-19257-9\_3.

**Referencias congresos y seminarios:**

Autor, A., & Autor, A. (año). Título de la ponencia, Título del simposio o congreso. Simposio o conferencia llevado a cabo en el congreso Nombre de la organización, Lugar.

Rojas, C., y Vera, N. (2013). ABMS Automatic BLAST for Massive Sequencing), 2° Congreso Colombiano de Biologia Computacional y Bioinformática CCBCOL. Congreso llevado a cabo en Manizales, Colombia.

1. Por ejemplo: revistas de ingeniería, memorias de eventos especializados y congresos en una temática específica. [↑](#footnote-ref-1)