



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 1 de 38

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PLAN DE NEGOCIOS</b>	<b>2</b>
<b>2. PLAN DE MERCADOS</b>	<b>7</b>
<b>3. PLAN DE PRODUCCIÓN</b>	<b>15</b>
<b>4. PLAN ADMINISTRATIVO</b>	<b>21</b>
<b>5. PLAN LEGAL</b>	<b>27</b>
<b>6. PLAN FINANCIERO</b>	<b>29</b>
<b>7. IMPACTO DEL PROYECTO</b>	<b>36</b>
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>37</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>38</b>



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 2 de 38

## **1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PLAN DE NEGOCIOS**

### ***1.1 Introducción***



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 3 de 38

**1.2 Justificación**



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 4 de 38

**1.3 Objetivos**

**1.3.1 Objetivo General:**

**1.3.2 Objetivos Específicos:**

\*

\*

\*

\*



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 5 de 38

**1.4 Idea de Negocio**

**1.4.1 Datos generales del proyecto:** Definir de manera clara y precisa la empresa que se pretende crear.

¿Qué empresa quiere crear?

---

---

---

---

**1.4.2 ¿Qué productos o servicios quiere vender?**

---

---

**1.4.3 ¿Qué necesidad, deseo o problema en el mercado satisface o soluciona con sus productos o servicios?**

---

---

---

---

---

---

**1.4.4 Describa la experiencia que tiene en las actividades que quiere crear (Experiencia laboral, académica o de otro tipo).**

---

---

---

---

---



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 6 de 38

**1.4.5 ¿Por qué la quiere crear?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**1.4.6 ¿Dónde ubicará la empresa?**

Local propio  Arrendado   
Casa propia  Arrendada

Ciudad


Dirección

Barrio

Vereda

**1.4.7 Sector al que pertenecerá la empresa:**

Industrial  Comercial  Servicios  Mixto

	<b>PROYECTO FORMATIVO</b>  <b>“PLAN DE NEGOCIOS”</b>	Versión: 2  Página: 7 de 38
---	--	-----------------------------------


Actividad económica a la que pertenece:

Actividades culturales y deportivas.		Fabricación de productos en caucho y plástico.	
Agropecuario.		Hoteles, restaurantes, bares, y similares.	
Alimentos y bebidas.		Industrias manufactureras.	
Artesanías.		Maquinaria, equipos y tecnología.	
Comercio.		Marroquinería.	
Construcción.		Servicios de salud.	
Educación.		Telecomunicaciones y mensajería.	
Fabricación productos químicos.		Textil y confección.	
Otra. ¿Cuál?			

## 2. PLAN DE MERCADOS

**2.1 Investigación del mercado:** Describa la investigación de mercado que realizó.

HERRAMIENTAS APLICADAS	OBJETIVO	ÁREA GEOGRÁFICA	CANTIDAD
Encuestas			
Observación directa			
Entrevistas			

	<b>PROYECTO FORMATIVO</b>  <b>“PLAN DE NEGOCIOS”</b>	Versión: 2  Página: 8 de 38
---	--	-----------------------------------

Grupos focales (grupo de discusión seleccionado para examinar la idea de negocio)			
Otras fuentes (estudios de caso, talleres, análisis textual, experimentos)			

**Nota:** Anexe las encuestas tabuladas y el análisis de las mismas al plan de negocio.

**2.2. Análisis del sector:** Según los resultados de investigación, describa el sector al cuál pertenece su idea de negocio

<b>SECTOR ECONÓMICO</b> (ejemplo: agricultura, minería, confecciones, alimentos, etc.)	
<b>TAMAÑO DEL SECTOR</b> (como está el sector a nivel nacional, departamental (Antioquia), en la localidad (municipio)	





**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 9 de 38

<b>EVOLUCIÓN Y TENDENCIA DEL SECTOR</b> ¿Cómo ha evolucionado y hacia dónde se proyecta?	
<b>FUENTES DE CONSULTA</b>	

**2.3. Segmentación del mercado y comportamiento del consumidor:**

Según los resultados de investigación, identifique y describa su segmento de mercado y el comportamiento de sus consumidores

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	
VARIABLE	RESPUESTA
Edad	
Sexo	
Estado civil	
Formación académica	
Estrato Social	
Ubicación geográfica	
Aspectos culturales (forma de vida específica)	
Aspectos psicológicos (formas de pensar específica)	
Otros aspectos importantes	



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**


Versión: 2  
Página: 10 de 38

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	
ASPECTO	RESPUESTA
¿Quién toma la decisión de compra?	
¿Cuándo compra?	
¿Cada cuánto lo compra? (frecuencia)	
¿Por qué y cómo elige la compra?	
¿Dónde compran los productos?	
¿Cómo paga el cliente?	
¿En qué presentaciones lo compra?	
¿Qué hace con el producto o servicio?	
¿Qué percibe el cliente del producto o servicio?	
¿Por qué los posibles clientes no comprarían el producto o servicio?	
¿Qué aspectos no le gusta al cliente en cuanto a la publicidad, la promoción o la comunicación del producto o servicio?	

**2.4. Análisis del producto o servicio que vendo:**

PRODUCTO / SERVICIO	CARACTERÍSTICA	VENTAJAS (comparativa frente a la competencia)	BENEFICIOS QUE DA EL PRODUCTO AL CLIENTE
1.			
2.			

Nota: Adicione productos o servicios cuando sea necesario

	<b>PROYECTO FORMATIVO</b>  <b>“PLAN DE NEGOCIOS”</b>	Versión: 2  Página: 11 de 38
---	--	------------------------------------

**2.5. Análisis competitivo:** Identifique sus tres principales competidores y realice el análisis sugerido

Competidor 1: \_\_\_\_\_

Competidor 2: \_\_\_\_\_

Competidor 3: \_\_\_\_\_

CRITERIO	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3
Fortaleza principal			
Debilidad principal			
Atractivo de la localización			
Niveles de satisfacción de los clientes			
¿Quiénes son los clientes?			
Proveedores			

En el siguiente cuadro realice una comparación general de los competidores donde:

**1:** Deficiente **2:** Regular **3:** Aceptable **4:** Bueno **5:** Excelente

ASPECTO	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3
Precio al detal (unitario)			
Precio al por mayor			
Descuento			
Empaque			
Canal de distribución			
Posicionamiento			
Garantía post – venta			
Calidad			
Equipo de vendedores			
Promoción			
Publicidad			
<b>TOAL DEL PUNTAJE</b>			



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 12 de 38

**2.6 Estrategias de Producto, Precio, Plaza y Promoción**

<b>ESTRATEGIAS DE PRODUCTO</b>	
<b>ESTRATEGÍA 1</b>	
<b>ESTRATEGÍA 2</b>	
<b>ESTRATEGÍA 3</b>	

<b>ESTRATEGIAS DE PRECIO</b>	
<b>ESTRATEGÍA 1</b>	
<b>ESTRATEGÍA 2</b>	
<b>ESTRATEGÍA 3</b>	

<b>ESTRATEGIAS DE PLAZA</b>	
<b>ESTRATEGÍA 1</b>	
<b>ESTRATEGÍA 2</b>	
<b>ESTRATEGÍA 3</b>	

<b>ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN</b>	
<b>ESTRATEGÍA 1</b>	
<b>ESTRATEGÍA 2</b>	
<b>ESTRATEGÍA 3</b>	





**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 14 de 38

**Logo símbolo (el nombre y el símbolo)**

**Eslogan** *(frase corta y concisa que apoya y refuerza la marca, generalmente resaltando alguna característica o valor de la misma)*



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 15 de 38

### **3. PLAN DE PRODUCCIÓN**

#### **3.1 Ficha técnica del producto o servicio:**

<b>ASPECTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Capacidad	
Cualidades	
Diseño	
Tamaño	
Maquinaria empleada	
Características físicas	
Características de empaque	
Características de embalaje	
Características de almacenaje	
Otros	




**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2

Página: 16 de 38

**3.2 Proceso de producción o prestación del servicio (Flujo grama)**



	<b>PROYECTO FORMATIVO</b>  <b>“PLAN DE NEGOCIOS”</b>	Versión: 2  Página: 17 de 38
---	--	------------------------------------

**3.2.1 Describa que actores podrían intervenir en su actividad productiva:**

Es decir, instituciones del estado, instituciones privadas que lo puedan apoyar, otras empresas con las que se pueda aliar:

Organización o empresa	Actividad que desarrolla	Como le puede beneficiar a su proyecto

**3.3. Necesidades y requerimientos**

- Requerimientos de materia prima e insumos:

Materia prima (Insumos)	Cantidad por unidad	Unidades a Producir	Necesidad de Materiales



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 18 de 38

- Requerimientos de maquinaria, equipos-muebles y enseres:

Descripción (tipo de maquinaria o equipo)	Cantidad requerida	Valor unitario	Valor total	Nombre proveedor
<b>Total</b>				

- Requerimientos locativos: Detalle el tipo de ajustes locativos que debe realizar:

Tipo de ajuste	Valor requerimiento	Forma de pago	Nombre contratista
<b>Total</b>			

- Requerimientos técnicos y tecnológicos (Soluciones tecnológicas: software libre, software licenciado (ofimática, producción gráfica), software de seguridad y mantenimiento)

Descripción necesidad	Valor total	Nombre del proveedor
<b>Total</b>		



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 19 de 38

- Requerimientos mano de obra:

Profesión	Cantidad requerida	Honorarios	Total \$
<b>Total</b>			

### **3.4 Plan de producción**

Capacidad de Producción

- Número de unidades/servicios que producirá/ofrecerá mensualmente:

Mes 1:	Mes 2:	Mes 3:	Mes 4:	Mes 5:	Mes 6:
Mes 7:	Mes 8:	Mes 9:	Mes 10:	Mes 11:	Mes 12:

- Número de unidades/servicios que va a vender mensualmente:

Mes 1:	Mes 2:	Mes 3:	Mes 4:	Mes 5:	Mes 6:
Mes 7:	Mes 8:	Mes 9:	Mes 10:	Mes 11:	Mes 12:

### **3.5. Servicio al cliente**

#### **¿Cómo realizará el servicio postventa en su empresa?**

Actividades que realizará luego de entregar el producto/servicio a su cliente.  
Por ejemplo: soporte técnico, aplicación de garantía, mantenimiento, cursos y manejo de quejas.

---

---

---

---



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 20 de 38

**3.6. Calidad**

**¿Cómo piensa realizar el control de calidad?**

Defina de qué manera asegura la calidad de los productos/servicios que vende, teniendo en cuenta el proceso que se diseñó en el flujo-grama

---

---

---

---

---

---

---

**3.7. Seguridad en el trabajo y medio ambiente**

Determine qué tipo de medidas son necesarias adoptar en la actividad que va a desarrollar, respecto a la seguridad, higiene y medio ambiente.

Consulte normas sobre prevención de riesgos laborales y cuidado del medio ambiente y manejo de residuos, relacionadas con su actividad. En caso de que no haya ninguna normativa al respecto, ¿qué cree que se debería hacer para prevenir lesiones y enfermedades derivadas del trabajo al que se dedicará?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 21 de 38

**4. PLAN ADMINISTRATIVO**

En esta área se define cómo se va a organizar la empresa. Además es importante fijar las metas que puede asumir el negocio a lo largo de los primeros años.

**4.1 Planificación del futuro de la empresa**

Planifique el desarrollo futuro de su empresa. Esta planificación le servirá para realizar previsiones que le ayudarán a detectar y corregir las desviaciones que se produzcan en el devenir de su negocio.

**4.1.2 Misión**

---

---

---

---

**4.1.3 Visión**

---

---

---

---

---

**4.2 Objetivos a corto plazo (Menos de 1 año)**

---

---

---

---

---



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 22 de 38

**4.3. Objetivos a mediano plazo (entre 1 y 3 años)**

---

---

---

---

---

**4.4. Objetivos a largo plazo (entre 3 y 5 años)**

---

---

---

---

---

**4.5. Estructura Organizacional**

Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.

Área en que requiere el personal	Número de personas	Tipo de contrato	Salario
Administrativa			
Producción			
Comercialización/ Ventas			
Aprendiz			
Otras. ¿Cuáles?			
<b>Total:</b>			



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 23 de 38

#### ***4.6 Organigrama***

Es importante realizar el organigrama administrativo y conocer los aspectos legales de la contratación de trabajadores, las cargas sociales que ello implica.



#### ***4.7 Gestión del personal***

Debe quedar bien claro, que al iniciar la marcha es la empresa sobre quien recaen las distintas responsabilidades; por ello se debe detallar quién se va a hacer responsable del mercadeo, de la producción, de las finanzas etc. Hay que identificar qué áreas de la empresa carecen de personal con las habilidades necesarias para hacer que se desarrolle convenientemente, se deberá tratar de encontrar un experto externo que asesore al equipo en esa área, o incluso buscar un nuevo socio, o emplear a alguien con habilidades en ese campo.



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 24 de 38

**4.7.1 Procedimiento de selección de personal:** Defina la manera para la contratación del personal.

---

---

---

---

---

---

**4.7.1 ¿Qué formación van a necesitar usted y su equipo para mejorar el negocio?**

---

---

---

---

---

---

**4.7.2 ¿Cómo se evaluará el desempeño de sus empleados?**

---

---

---

---

---

---

**4.8 Análisis D.O.F.A.**

Se construye recopilando toda la información obtenida en las diferentes áreas de la empresa, para evaluar las Dificultades, las Oportunidades, las Fortalezas y las Amenazas de su negocio:





**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 25 de 38

- **Debilidades:** factores internos que impiden el crecimiento de la empresa (escases de recursos, espacios locativos, ubicación, calidad entre otros)

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

- **Oportunidades:** factores externos que benefician la empresa.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

- **Fortalezas:** factores internos que benefician la empresa (ubicación, precio, calidad, espacios locativos, entre otros).

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

- **Amenazas:** factores externos que pueden afectar la empresa (clima, violencia, modificaciones legales, entre otros).

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 26 de 38

**4.9 Identifique que riesgos puede tener el proyecto y plantee posibles acciones para evitarlo o afrontarlo.**

Posible riesgo	Acciones propuestas para evitarlo o afrontarlo



PROYECTO FORMATIVO  
"PLAN DE NEGOCIOS"

Versión: 2  
Página: 27 de 38

## 5. PLAN LEGAL

### 5.1 ¿Hay alguna ley especial que se deba tener en cuenta para el desarrollo de su producto?

Describa que restricciones legales habría para su proyecto

---

---

---

---

---

---

---

**5.2 Formas de organización empresarial:** especifique el tipo de sociedad que conformaría. Marque con una x, si corresponde a Régimen Cooperativo, Entidad sin ánimo de Lucro o Entidad con Ánimo de Lucro, según sea el caso:

### ENTIDADES DEL RÉGIMEN COOPERATIVO

Pre cooperativa		Asociación mutual	
Cooperativa		Cooperativa especializada	
Cooperativa Multiactiva		Cooperativa Integral	
Cooperativa de trabajo asociado		Otra cuál?	

### ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

Corporación		Fundación	
Otra forma asociativa ¿Cuál?			

### ENTIDADES CON ÁNIMO DE LUCRO

Sociedad en comandita		Responsabilidad limitada	
Sociedad anónima		Sociedad de economía mixta	
Sociedad por acciones simplificada		Otra forma ¿Cuál?	



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**


Versión: 2  
Página: 28 de 38

### **5.3 Legalización y Formalización**

Se debe decidir qué forma legal se va a dar a la sociedad. Además la correcta elección de la forma de la sociedad puede tener importantes repercusiones a nivel de responsabilidad de los socios y de cargas fiscales. Conviene pues consultar con un experto que aconseje la mejor forma social de acuerdo con los objetivos globales de la empresa y los objetivos personales de los socios. Incluso en el caso de un único socio, existen distintas modalidades de constituir la empresa que deben estudiarse.

Señala el tipo de registros requeridos para el montaje de la empresa.

<b>Tipo de registro</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Entidad Gestora</b>	<b>Costo total</b>
Escritura pública				
RUT				
NIT				
Industria y comercio				
Avisos y tableros				
Registro mercantil				
Licencia sanitaria				
Licencia ambiental				
Licencia de funcionamiento				
Uso del suelo				
INVIMA				
Registro de marca				
<b>Total</b>				

	<b>PROYECTO FORMATIVO</b>  <b>“PLAN DE NEGOCIOS”</b>	Versión: 2  Página: 29 de 38
---	--	------------------------------------

## 6. GESTIÓN FINANCIERA

**6.1 Plan económico y Financiero.** El objetivo del Plan Económico y Financiero es realizar un presupuesto a mediano y largo plazo de los recursos necesarios para la puesta en marcha y permanencia del negocio.

El control del plan económico y financiero permite a través de sus variaciones analizar y corregir las tendencias, sus resultados positivos muestran la empresa atractiva para posibles inversionistas y facilita el acceso a crédito.


**6.2 Plan de Inversiones.** La inversión requerida antes de la puesta en marcha de su negocio pueden agruparse en: activos fijos, gastos pre-operativos y capital de trabajo.

**6.2.1. Activos fijos.** Consta de la inversión en activos como: maquinaria y equipo, muebles, vehículos, edificios y terrenos, etc.

Concepto	Egreso Parcial	Egreso Total
Terrenos	_____	
Edificios	_____	
Maquinaria	_____	
Herramientas	_____	
Equipos de oficina	_____	
Muebles de oficina	_____	
<b>Total</b>		_____

**6.2.2. Gastos pre-operativos.**

Estas inversiones son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del

	<b>PROYECTO FORMATIVO</b>  <b>“PLAN DE NEGOCIOS”</b>	Versión: 2  Página: 30 de 38
---	--	------------------------------------

proyecto, de los cuales, los principales rubros son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, las capacitaciones y los imprevistos.

	<b>Egreso Parcial</b>	<b>Egreso Total</b>
Costos legales de constitución	_____	
Del Proyecto	_____	
Costo montaje	_____	
Arriendo (local y ofc. Antes de Operación)	_____	
Capacitaciones	_____	
		_____

### **6.2.3. Capital de trabajo**

Es el dinero que se requiere para comenzar a producir. La inversión en capital de trabajo es una inversión en activos corrientes: efectivo inicial, inventario, cuentas por cobrar e inventario, que permita operar durante un ciclo productivo, dicha inversión debe garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materia prima y para cubrir costos de operación durante el tiempo requerido para la recuperación del efectivo (Ciclo de efectivo: producir-vender-recuperar cartera), de modo que se puedan invertir nuevamente.

	<b>Egreso Parcial</b>	<b>Egreso Total</b>
Materias primas	_____	
(Periodo X)	_____	
Mano de obra	_____	
(Periodo X)	_____	
Arriendo	_____	
Servicios	_____	
		_____
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$</b>	_____



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 31 de 38

**6.3 COSTOS VARIABLES DEL PRODUCTO**

Producto / Servicio	Cantidad a vender en un mes	Costo variable unitario / CMV	Precio de venta unitario	Costo variable total	Venta total
<b>Total \$</b>		<b>Total \$</b>	<b>Total \$</b>	<b>Total \$</b>	<b>Total \$</b>

**6.4 Costos Fijos de Producción:**

Salario \$ \_\_\_\_\_

Prestaciones sociales \$ \_\_\_\_\_

Arriendo \$ \_\_\_\_\_

Servicios \$ \_\_\_\_\_

Transporte \$ \_\_\_\_\_



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 32 de 38

Mantenimiento  
(Maquinaria y equipo) \$ \_\_\_\_\_

Aseo \$ \_\_\_\_\_

Vigilancia \$ \_\_\_\_\_

**TOTAL COSTOS FIJOS  
DE PRODUCCIÓN** \$ \_\_\_\_\_

**6.5 Costos Fijos de Administración**

Salario \$ \_\_\_\_\_

Prestaciones sociales \$ \_\_\_\_\_

Papelería \$ \_\_\_\_\_

Mantenimiento  
(Equipo de oficina) \$ \_\_\_\_\_

**TOTAL COSTOS FIJOS  
DE ADMINISTRACIÓN.** \$ \_\_\_\_\_

**6.6 Costos Fijos de Comercialización y Ventas**

Salario \$ \_\_\_\_\_

Prestaciones sociales \$ \_\_\_\_\_

Publicidad y mercadeo \$ \_\_\_\_\_

**TOTAL COSTOS FIJOS  
DE COMERCIALIZACIÓN** \$ \_\_\_\_\_





**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 33 de 38

**6.7 Total Costos Fijos**

(Total CF producción + total CF administración + total CF comercialización)

\$ \_\_\_\_\_

**Otros cálculos**

**COSTO VARIABLE TOTAL (CVT):** \$ \_\_\_\_\_

**COSTO FIJO TOTAL (CFT):** \$ \_\_\_\_\_

**VENTAS TOTALES (VT):** \$ \_\_\_\_\_

**COSTO VARIABLE PROMEDIO (CVP) EN %**

Costo variable total / ventas totales

**6.8 Margen de contribución**

$(1 - \text{CVP}) \text{ EN \%} = \text{_____} \times 100 = \text{_____} \%$

**Margen de contribución**

$(\text{VT} - \text{CVT}) \text{ EN \$ } \text{_____}$

**6.9 Punto de Equilibrio**

Se llama punto de equilibrio al volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos de la empresa. Para un volumen de ventas superior se tendrán beneficios, para un volumen inferior se cerrará con pérdidas.



**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 34 de 38

Si bien el cálculo del punto de equilibrio es complejo, entre otras cosas por la dificultad de anticipar los costos variables que se van a producir, hay que hacer un esfuerzo para obtener un valor lo más correcto posible.

Punto de Equilibrio en unidades:  $\frac{\text{Costo fijo mensual}}{\text{Precio de venta} - \text{costo variable}}$

Punto de Equilibrio en \$:  $\frac{\text{Costo fijo mensual} \times \text{Venta total}}{\text{Margen de contribución}}$





**PROYECTO FORMATIVO**  
**“PLAN DE NEGOCIOS”**

Versión: 2  
Página: 36 de 38

## **7. IMPACTOS DEL PROYECTO**

**7.1 ¿Cuál será el impacto ambiental?**

---

---

---

---

---

---

**7.2 ¿Qué impacto social tendrá su proyecto?**

---

---

---

---

---

---

**7.3 ¿Qué impacto cultural genera su proyecto?**

---

---

---

---

---

---

**7.4 ¿Qué impactos económicos generara su proyecto?**

---

---

---

---

---

---



