

Mi Plan de Negocios en 20 cuadros SIBAYITO TOURS

NEGOCIOS TURÍSTICOS CON COMUNIDADES (NETCOM)



MÓDULO 6: PLAN DE NEGOCIOS

**Sandra Barriga
Biviana Trujillo
Danithza
Velásquez.**

C-1: Describa su idea de negocio preliminar

Describa lo que va a ser su negocio, precisando el **producto turístico**, o sea, los atractivos que desea valorar, los servicios que proveerá y las actividades que se proponen a los visitantes. No olvide, su oferta tiene que diferenciarse de aquella de sus competidores directos, conjugando atributos de originalidad y autenticidad.

AGENCIA DE VIAJES SIBAYITO TOURS

La Agencia de Viajes Sibayito Tours se encuentra ubicada a 4 horas de la ciudad de Arequipa, en el distrito de Sibayo y forma parte del circuito del Valle del Colca, aquí se puede encontrar y desarrollar diversidad de actividades en un entorno bastante característico por las condiciones de conservación de sus manifestaciones culturales y naturales, las casas de piedra son la prueba del estilo rural que posee esta comunidad. Los atractivos más representativos de Sibayo, son la población, su entorno natural y el valor paisajístico con el que cuenta, destacando las visitas a la Momia Juanito, miradores naturales que favorecen la observación de la biodiversidad de la zona, las actividades a realizar son, paseo a caballo, trekking, paseo en bote, pesca artesanal, deportes de aventura, gastronomía participativa, demostraciones en vivo del proceso de los bordados artesanales, entre otras.

Los servicios que ofrecemos son circuitos en la zona con guías locales, alquiler de equipos para las actividades que se ofrecen.

Mi Plan de Negocios: síntesis de los componentes

El Plan de Negocios desarrolla conceptos, enfoques e instrumentos básicos orientados a garantizar la factibilidad técnica, económica y financiera de un proyecto turístico. Este instrumento traza el perfil del negocio y desarrolla los planes de mercadeo, recursos humanos, inversiones y organización para ponerlo en marcha. Los componentes más relevantes, sobre los cuales las comunidades han de buscar consenso, se enuncian sucintamente como sigue:

- 1. Describa su idea de negocio inicial:** formule su idea de negocio de manera preliminar, precisando el producto turístico, o sea, los atractivos que desea valorar, los servicios que proveerá y las actividades que se proponen al visitante. Por el momento, no se abordan las instalaciones, la infraestructura ni el equipamiento (facilidades) para su funcionamiento.
- 2. Inventario y evaluación del patrimonio comunitario:** en esta etapa la comunidad identifica, clasifica y evalúa el potencial de su patrimonio, gracias al análisis de los atractivos turísticos con los que cuenta y que desea transformar en recursos a valorar a través del mercado.
- 3. Identifique a sus clientes potenciales:** se precisa el perfil de los clientes potenciales, es decir: sus motivaciones de viaje, sus características socio-demográficas, sus gustos y preferencias acerca de las actividades y servicios, así como su comportamiento de viaje, o sea, el tiempo de estadía y el gasto promedio esperado por día.
- 4. Conozca a sus competidores directos:** el emprendedor se informa y toma conciencia de que competirá con ofertas y destinos turísticos similares al suyo, ya sea en su entorno inmediato, en el país o fuera de él. Para competir con ventaja, se necesita conocer las fortalezas y debilidades de los que serán sus competidores directos.
- 5. Plan de mercadeo:** en esta etapa se requiere definir cinco elementos claves (**5P**): el **Producto** turístico que se ofertará; el **Precio** o las tarifas que se aplicarán; la **Plaza** o el emplazamiento del destino turístico; la estrategia de **Promoción** y comercialización del producto turístico y las propuestas de **Participación** en redes de negocios.
- 6. Plan de recursos humanos:** se definen las características y el número de personas que se requieren para operar el negocio, en función de cada área operativa y servicio; es decir, las calificaciones técnicas, la experiencia laboral y las motivaciones de los trabajadores. Ello se completa con la forma de organización (organigrama funcional) y los estímulos para un óptimo aprovechamiento del recurso humano.
- 7. Plan de inversión inicial:** con la información y los análisis anteriores, el emprendedor estará en capacidad de estimar todos los gastos que deberá solventar para comenzar a operar su negocio. Además, se definirán las fuentes de financiamiento que pueden complementar sus recursos y las condiciones de acceso a las mismas.
- 8. Forma legal que asumirá el negocio:** según la legislación vigente en un país y las ventajas o restricciones que ofrezca cada una de las modalidades empresariales (cooperativa, asociación, consorcio, compañía, sociedad, etc.), la comunidad elegirá la forma legal que más convenga a sus intereses.
- 9. Plan de dirección y administración:** un excelente proyecto puede fracasar si está en manos de personas incompetentes o si el sistema de dirección y administración son inadecuados. La comunidad debe deliberar y optar por un sistema de gestión y por la(s) persona(s) que coordinará(n) los procesos antes mencionados, a fin de garantizar eficacia en la dirección del negocio y eficiencia en su administración.
- 10. Evaluando mi Plan de Negocios:** se verifica si el plan elaborado cumple con todos los requerimientos para poner en marcha el negocio. Gracias a un cuadro de verificación y al puntaje obtenido, se llega a la conclusión si se está bien preparado para proseguir con el Plan de Implementación o si se debe reformular algunas partes del Plan de Negocios.

C-2: Componentes de un Plan de Negocios y actividades de planificación

Pasos	Componentes	Fuentes de información	¿Quién lo realizará?*	Tiempo de ejecución	Costo estimado
1.	Precise su idea de negocio inicial	Primaria y Secundaria	Consultor	*1 semana	\$300.00
2.	Inventario y evaluación del patrimonio comunitario	Municipalidad DIRCETUR Universidades Comunidad	Consultor	1 mes	\$1000.00
3.	Identifique a sus clientes potenciales	PROMPERU DIRCETUR Autocolca	Consultor	*1 semana	\$200.00
4.	Conozca a sus competidores directos	DIRCERTUR	Consultor	02 días	\$ 100.00
5.	Plan de mercadeo (5P):	Comunidad de Sibayo	Consultor	06 semanas	\$1000.00
	❖ Producto				
	❖ Plaza	Sibayo	Consultor		
	❖ Precio	\$ 25.00	Sibayito tours Comunidad		
	❖ Participación en redes	Redtours PROMPERU Gov. Locales	Consultor		
	❖ Promoción	AVIT PROMPERU DIRCETUR Ferias Redturs AUTOCOLCA	Sibayito Tours	\$1300.00	
6.	Plan de recursos humanos	Universidades Institutos	Consultor	03 días	\$ 30.00
7.	Plan de inversión inicial		Consultor		\$ 300.00
8.	Forma legal que asumirá el negocio		Consultor		\$500.00
9.	Plan de dirección y administración		Consultor		\$470.00
10.	Evaluando mi Plan de Negocios		Consultor		\$200.00
TOTAL					\$ 5400.00

* Prever eventual contratación de servicios profesionales: arquitecto, abogado, economista, biólogo, etc.

**C-3: Atractivos turísticos en mi comarca
Y propuesta de actividades a desarrollarse**

Atractivos turísticos	Nombre que le atribuimos	Actividades a desarrollarse	Lugar de la actividad
Entorno natural			
Montañas	Cerro Lagarto	Ascension Trekking Andinismo	Cerro Lagarto
Valle	Valle de Sibayo	Senderismo Trekking	Sibayo
Ríos	Río Colca	Canotaje Pesca artesanal	Rio Colca
Cuevas	Arco Punko Pashna Pacana	Rutas guiadas Observ. Fauna y flora	Sibayo
Entorno cultural			
Arquitectura	Iglesia San Juan Bautista de Sibayo	Visita guiada	Sibayo
Casas rurales	Casas rurales	Hospedaje	Sibayo
Artesanía	Bordados Sibayo	Taller en vivo	Sibayo
Ritos	Pagos a la tierra	Participación en pago a la tierra	Sibayo
Restos fósiles	Momia Juanito	Visita guiada trekking	
Eventos	Eventos Alpaqueros Ferias Filmaciones		
Observaciones			
En el tema de las filmaciones de películas, cada vez esta teniendo mayor interés por la particularidad, tranquilidad y belleza de la zona.			

C-4: Identificando a mis clientes potenciales				
Características de la demanda		Perfil del turista		
1.	Procedencia de los turistas: local, provincias aledañas y otras del país	Local ,Nacionales e Internacionales		
	Países limítrofes y de la región	Aún no		
	Otros continentes	Europa		
2.	Principales motivaciones vacacionales	Ocio		
		Aventura		
		Nuevas experiencias y vivencias		
3.	Grupos de edad predominantes	20	45	
4.	Género: masculino, femenino o mixto	M	F	Mx Mixto
5.	Viajan solos, en pareja, con familia, en grupo	Solos y en familias		
6.	Nivel de educación (profesión)	Universitarios y profesionales		
7.	Ingreso familiar promedio (alto, medio, bajo)	A	M X	B
8.	Épocas del año en que se registra mayor afluencia de visitantes	De Julio a Septiembre		
9.	Duración promedio de la estadía	Mínimo 02 días /máximo 02 semanas Estudiantes, tesistas		
10.	Gasto promedio esperado por turista	\$ 30.00 por día		
11.	Actividades turísticas favoritas de los visitantes	Trekking		
		Pesca artesanal		
		Canotaje		
		Artesanía		
		Participación en ritos		
12.	Servicios que valoran más los turistas	Limpieza		
		Alimentación		
		Infraestructura básica		
13.	Tendencias de crecimiento esperado de mi segmento de mercado	50% al mes		

C-5: Conociendo el perfil de mis competidores directos				
Características de mis competidores		Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
1.	Nombre o razón social	KANTATIRY TOURS	MARAVILLAS PERUANAS	EXPLORANDES
2.	Localización	AREQUIPA	AREQUIPA	PUNO
3.	Origen de los visitantes	Locales	Locales	Locales
		Nacionales	Nacionales	Nacionales
		Internacionales	Internacionales	Internacionales
4.	Características similares o diferentes de sus visitantes	Buscan experiencias diferentes	Viajes de estudios	Vivencias en comunidades
5.	Tipo de turismo que ofertan mis competidores	Turismo convencional y no convencional	Turismo convencional y no convencional	Turismo convencional y no convencional
6.	Servicios y actividades	Visitas guiadas	Viajes Intercambio	Colca convencional
		Observación de Cóndor	Canotaje	Turismo comunitario
		Trekking	Colca Convencional	Trekking
		Colca convencional	Turismo Comunitario	
7.	Calidad de los servicios			
		Buena	Regular	Buena
8.	Precios que cobran por día o por servicio			
		\$ 30.00	\$ 26.00	\$ 28.00
9.	Canales de distribución de sus servicios	Indirectos	Indirectos	Indirectos
		Directos	Directos	Directos
10.	Medios de promoción	Pagina web	Folletos	Pagina web
		Folletos	Tripticos	Cd's
		Tripticos	Ferias	Tripticos
		Ferias		Ferias
		Boca a boca		Boca a boca
11.	Fortalezas de mis competidores	Puntualidad	Transporte moderno	Experiencia
		Personal capacitado	Convenio con universidades	Apoyo de ONG's
		Pertenece al AVIT	Buenas relaciones con la comunidad	Buena organización
		Convenio con operadores Internacionales		
12.	Debilidades de mis competidores	Precios elevados	Servicio deficiente	Personal poco capacitado
		Escasa promoción	Falta de institucionalización	Conflictos organizacionales

C-6: Precisando mi idea de negocio: el producto turístico

Características y diferenciación de los servicios

1.	Describa los servicios que proveerá					
Servicio 1: Servicio de operador turístico, que cuenta con los siguientes actividades:						
Guiado						
Paseo a caballo						
Andinismo y Visita a la momia Juanito						
Canotaje						
Pesca deportiva						
Interacción gastronómica y artesanal						
2.	Precise cómo va a brindar cada servicio (actividades)					
Servicio 1: Lo realizará un comunero el cual ha sido anteriormente capacitado conocedor de toda la zona.						
Servicio 2: Paseo a Caballo (2 horas)						
Se alquilará caballos a un comunero, el los entrenará debidamente preparados						
Servicio 3: Andinismo y Visita a la Momia Juanito						
Después del paseo a caballo, se hará una breve caminata para visitar a un ancestral personaje, como es la Momia Juanito.						
Servicio 4: Canotaje						
Para esta actividad un equipo de la agencia nos esta esperando para iniciar el paseo en bote, así como con las cañas de pescar.						
Servicio 5: Pesca deportiva						
El grupo tendrá la oportunidad de realizar pesca artesanal, ya que es una zona donde se tiene una piscigranja.						
Servicio 6: Interacción gastronómica y artesanal						
Una vez realizada la pesca, se participará en la preparación de los platos a base de trucha; asimismo el grupo participará en la elaboración y confección de un bordado típico de Sibayo.						
3.	¿Qué beneficios aportará el producto a sus clientes?	<table border="1"> <tr> <td>Experimentarán vivencias e intercambios de cultura</td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </table>	Experimentarán vivencias e intercambios de cultura			
Experimentarán vivencias e intercambios de cultura						
4.	¿En qué se diferenciará su producto de aquél de sus competidores directos?	<table border="1"> <tr> <td>Atributos sobresalientes:</td> </tr> <tr> <td>Interactuarán en las actividades diarias de los comuneros (gastronomía y artesanía)</td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </table>	Atributos sobresalientes:	Interactuarán en las actividades diarias de los comuneros (gastronomía y artesanía)		
Atributos sobresalientes:						
Interactuarán en las actividades diarias de los comuneros (gastronomía y artesanía)						
5.	¿Porqué sus clientes potenciales preferirán comprar sus servicios?	<table border="1"> <tr> <td>Originalidad, calidad, precio:</td> </tr> <tr> <td>Por que es un producto diferente a los de la competencia, ofrecen otras actividades participativas a un precio razonable.</td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </table>	Originalidad, calidad, precio:	Por que es un producto diferente a los de la competencia, ofrecen otras actividades participativas a un precio razonable.		
Originalidad, calidad, precio:						
Por que es un producto diferente a los de la competencia, ofrecen otras actividades participativas a un precio razonable.						

C7 Dónde ubicaré las instalaciones turísticas				
Criterios de ubicación		Razones	SI	NO
1.	Emplazamiento del sitio y de las instalaciones turísticas	Cercanía a atractivos	X	
		Cercanía a clientela		X
		Ubicación de la competencia		X
		Accesibilidad física	X	
		Costos de transporte	X	
		Acceso a infraestructura	X	
		Acceso a servicios básicos	X	
	Otros:			
2.	Justificación de la ubicación de acuerdo a las estrategias de gestión del territorio comunitario			
Instalaciones turísticas:				
Se alquilará una oficina debidamente equipada, y ubicada en la plaza principal de Sibayo				
Donde se guardarán los equipos necesarios para los circuitos, donde se brindará la información de cada paquete.				
El distrito de Sibayo ha sido seleccionado como piloto de Turismo Rural Comunitario por MINCETUR, lo cual facilita las acciones para el desarrollo de este tipo de turismo.				
Zonas intangibles:				
3.	Consideraciones de sensibilidad ambiental para la planificación			
Normativa vigente:				
Impactos y carga tolerables (riesgos y amenazas):				
El levantamiento de información base realizado en Sibayo, aún no cuenta con el límite de la capacidad de carga (aforo).				
4.	Mapas, planos, fotos, vídeos y material sobre el sitio que se adjuntan			

C-8: Fijando precios a mis servicios							
Características		Servicios					
		1	2	3	4	5	6
1.	Costo estimado de cada servicio	\$ 5.60	\$ 4.00	\$ 2.40	\$ 3.20	\$ 3.20	\$ 5.60
2.	Mi precio de venta por servicio	\$ 7.00	\$ 5.00	\$ 3.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 7.00
3.	Utilidad esperada por servicio (en %)	20%	20%	20%	20%	20%	20 %
4.	Precios de la competencia	\$ 8.00	\$ 6.00	\$ 4.00	\$ 2.00	\$ 8.00	
5.	Política de precios (descuentos a grupos, ofertas, promociones, rebajas y premios).	\$ 24.00 costo operativo					
		Por inicio de campaña ofrecemos precios promocionales y rebajas por grupos de más de 04 pax.					
6.	Razones que justifican su política de precios	Por que es una agencia nueva en el sector y diversificamos la oferta					

C-9: ¿Cómo distribuir, promover y vender mis servicios?				
Canales y medios		Características		Costos
1.	Distribución y comercialización (canales)	Agencias de viaje operadoras AQP		10%
2.	Promoción (campana publicitaria)	Costo de Marca		\$ 800.00
		Participación en ferias regionales y nacionales		
3.	Soportes publicitarios de mercadeo	Página Web		\$ 500.00
		Folletos		
		Hojas volantes		
		Afiches , poster		
		Tarjetas		
		Radio		
4.	Razones que justifican sus opciones	Por que al ser un tour participativo con la comunidad, necesitamos de medios efectivos y prácticos para agilizar nuestras ventas.		
TOTAL				\$ 1300.00

**C-10: ¿Para qué y cómo participar en redes de negocios?
(Alianzas estratégicas)**

1.	Objetivos perseguidos	Intercambio de información, conocimientos y experiencias
		Acceso común al servicio de desarrollo empresarial
		Ampliación de mercados interno y externo (marketing)
2.	Medios para su consecución	Agencias de viaje operadoras en la ciudad de Arequipa
		Acuerdos comerciales estables (AECI, MINCETUR, Redturs, AUTOCOLCA)
3.	Ámbitos de cooperación y alianzas: (Precise sólo los que le conciernen)	
	1. Producto turístico	Mejorar los sistemas de gestión comunitarios para preservar
		El patrimonio cultural, los ecosistemas y la biodiversidad
	2. Mercadeo y comercialización	
	3. Recursos humanos	Negociar paquetes de capacitación y
		Asistencia técnica
	4. Servicios financieros	
	5. Infraestructura y servicios básicos	
6. Fortalecimiento institucional e imagen		
7. Otros ámbitos (seguridad)		

C-11: Determinando necesidades y costos de personal

Áreas del negocio		Funciones y responsabilidades por área de negocio	Competencias y experiencia por Puesto de trabajo	Tiempo para ejecutar las tareas (horas)*	Remuneración por puesto de trabajo	N° de personas requeridas	
						H	M
1.	Administración	Dirigir , coordinar, reclutar, armar paquetes, ventas, contactos financieros, etc.	Administrador Turístico mínimo 2 años de experiencia, proactivo, empatía con la comunidad	08 horas diarias	\$ 400.00	01	
2.	Alojamiento						
4.	Guiado e interpretación	Organizar su trabajo Informar sobre el atractivo Operar equipos de comunicación Velar por la seguridad del turista	Lider, empatia con la gente, extrovertido, que conozca la comunidad	08 horas por tour	Incluido en los gastos operativos		
5.	Transporte						
6.	Otros servicios (especificar)	Counter	Ordenada, eficiente, vendedora,preactiva	08 horas diarias	\$ 200.00		01
Subtotal					\$ 600.00		
TOTAL					\$ 600.00		

* Definir la posibilidad de afectar recursos humanos a diferentes funciones y tareas (polivalencia).

El Guía, no es personal de la planta, será considerado en el gasto operativo por operación.

C-11a: Organigrama funcional de mi negocio

Diseñe un diagrama con las áreas del negocio, su organización funcional y niveles jerárquicos.



El Guía Local, es eventual.

C-12: Estimación de mis gastos de preinversión					
Principales rubros	Concepto	Costo unitario	Costo parcial	Costo TOTAL	
1.	Activos fijos para uso del negocio	Terrenos e infraestructura			\$ 2400.00
		Construcción y adecuaciones	\$ 200.00	\$ 200.00	
		Maquinaria y equipo (botes)	\$ 1200.00	\$1200.00	
		Muebles/equipo de oficina	\$ 900.00	\$900.00	
		Vehículos			
		Otros/alquiler	\$ 100.00	\$ 100.00	
2.	Conexiones a La red pública	Electricidad	\$ 20.00		\$ 80.00
		Teléfono	\$ 25.00		
		Internet	\$ 25.00		
		Agua	\$ 5.00		
		Saneamiento	\$ 5.00		
3.	Promoción y publicidad (ver cuadro 9)	Ferías	\$500.00		\$1300.00
		Marca	\$300.00		
		Publicidad gráfica	\$500.00		
4.	Licencias y permisos	Municipalidad	\$ 100.00		\$ 200.00
		Defensa civil	\$ 80.00		
		Dircetur	\$ 20.00		
5.	Servicios profesionales	Asesoría legal	\$ 100.00		\$ 4100.00
		Apoyo técnico	\$ 4000.00		
		Capacitación			
6.	Contratación de personal (ver cuadro 11)	Preapertura	\$320.00	\$320.00	\$320.00
			TOTAL	\$8400.00	

C-13: Estimación del capital de trabajo para empezar A operar mi negocio			
Principales rubros		Gastos operativos Primer mes	Gastos operativos 3 primeros meses*
1.	Alquiler de terreno y locales	\$ 60.00	\$ 180.00
2.	Insumos varios	\$ 50.00	\$ 150.00
3.	Electricidad, teléfono, agua, Internet	\$ 80.00	\$ 240.00
4.	Artículos de oficina	\$ 20.00	\$ 60.00
5.	Promoción y publicidad	\$ 100.00	\$ 300.00
6.	Sueldo de la dirección	\$ 400.00	\$ 1200.00
7.	Pagos a personal	\$200.00	\$ 600.00
8.	Seguros		
9.	Amortización de préstamos	\$ 215.00	\$ 645.00
10.	Otros gastos (5% imprevistos)	\$ 56.25	\$ 168.75
TOTAL		\$1181.25	\$ 3543.75

* Número de meses hasta que su negocio esté en capacidad de pagar estos gastos con sus ventas.

C-14: Fuentes de financiamiento para el capital inicial			
Fuentes	Características y condiciones	%	
1.	Capital propio	Ahorros propios de los emprendedores de la comunidad	20 %
2.	Capital de proximidad (familiares, amigos, socios, otros)		
3.	Préstamo bancario o de cooperativas	Caja Municipal Arequipa \$ 2520.00 En un año \$ 215.00 mensuales	30 %
4.	Fondos especiales (gobierno, ONGs, cooperación, otros)	AECI	50 %
TOTAL		100%	

C-15: Plan de ventas y costos para los 12 primeros meses de operación
¿A partir de qué mes, mi negocio tendrá utilidades?

Conceptos		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1.	Ventas	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 1500.00	\$ 1500.00	\$ 1500.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00	
2.	(-) Costos de material directo	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	
3.	(-) Costo mano de obra directa	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	
4.	(-) Costos* indirectos	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	
5.	Utilidad bruta 1- (2+3+4)	(\$ 449.00)	(\$ 449.00)	\$ 151.00	\$ 151.00	\$ 151.00	\$ 151.00	\$ 451.00	\$ 451.00	\$ 451.00	\$ 151.00	\$ 151.00	\$ 151.00	
6.	Impuestos	\$85.31	\$85.31	\$ 28.69	\$ 28.69	\$ 28.69	\$ 28.69	\$ 85.69	\$ 85.69	\$ 85.69	\$ 28.69	\$ 28.69	\$ 28.69	
7.	Utilidad neta (5-6)	(363.69)	(363.69)	122.31	122.31	122.31	122.31	365.31	365.31	365.31	122.31	122.31	122.31	

* Gastos generales, pago de intereses y amortizaciones

C-16: Flujo de caja proyectado para los 6 primeros meses de operación

¿Qué resultados obtendré al fin de cada mes?

Flujo de caja		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
A. INGRESOS (entradas de efectivo)							
1.	Efectivo al inicio del mes	\$ 1181.25	\$ 1181.25	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00
2.	(+) Ingreso por ventas	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
3.	(+) Otros ingresos						
4.	TOTAL DE INGRESOS (Total de efectivo disponible)	\$ 1781.25	\$ 1781.25	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00
B. EGRESOS (salidas de efectivo)							
5.	Costos de material directo	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
	* Contado						
	* Crédito						
6.	(+) Costos mano de obra directa	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00
7.	(+) Costos indirectos	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00
8.	(+) Inversiones en equipo						
9.	(+) Otros egresos						
10.	TOTAL DE EGRESOS (Total de salidas de efectivo)	\$ 1049.00	\$ 1049.00	\$ 1049.00	\$ 1049.00	\$ 1049.00	\$ 1049.00
C. SALDO FINAL DE CAJA							
11.	EFFECTIVO al final del mes (Casillas 4-10)	\$ 732.25	\$ 732.25	\$ 751.00	\$ 751.00	\$ 751.00	\$ 751.00

**C-17. ¿Qué forma legal asumirá mi negocio?
(Ventajas y desventajas)***

Factores a considerar		Microempresa	Cooperativa	Comunidad	Asociación	Compañía limitada (CL)	Sociedad anónima (SA)
1	Trámites legales a realizar	Minuta de constitución RUC Registros públicos Municipalidad Defensa Civil Dircecur					
2	Costos de tramitación	\$ 200.00					
3	Responsabilidad y riesgo financiero	Aval, Municipalidad					
4	Contar con socios	Si, dos familias					
5	Toma de decisiones	Administrador junta comunal					
6	Distribución de beneficios	Junta comunal					
7	Régimen de impuestos	RUS					
8	Obligaciones laborales	Renta de Tercera categoría					
9	Otros factores						
10.	Decisión adoptada	Mi negocio funcionará como: Microempresa de Responsabilidad Limitada, en la cual la comunidad resultara la mayor beneficiada, donde los trabajadores principales serán los mismos pobladores debidamente capacitados.					
11.	Motivos para escoger esta forma legal	Por que esta modalidad nos permite acceder a créditos con menores tasas de interés , asi como gestión de apoyo ante instituciones cooperantes , que viene apoyando este tipo de emprendimientos, para mejorar sus condiciones de vida.					

* Anote en cada casilla las ventajas (V) o desventajas (D) que se desprendan de su análisis.

C-18: Plan de gestión del negocio, funciones y periodicidad					
Funciones		Periodicidad			
		Diaria	Semanal	Mensual	Anual
1.	Control de calidad	X			
2.	Gestión del personal			X	
3.	Promoción y mercadeo			X	
4.	Compras y relación con proveedores			X	
5.	Registros varios			X	
6.	Control de inventarios			X	
7.	Obligaciones laborales			X	
8.	Obligaciones fiscales			X	X
9.	Otras obligaciones financieras/seguros			X	
10.	Organización de la oficina		X		
11.	Relaciones con la comunidad	X			
12.	Relaciones públicas		X		
13.	Elaboración de balances /informes			X	

Resultados de la evaluación y conclusión (Ver C-19)	
Respuestas negativas	Conclusión
Cero	Usted está muy bien preparado y puede seguir adelante. Comience a preparar el Plan de Acción para aplicar su Plan de Negocios.
1 a 10	Usted debe revisar las unidades del Plan de Negocios para las que todavía no tiene una respuesta clara y trabajar con mayor detenimiento hasta que haya logrado una respuesta satisfactoria.
Más de 10	Usted correría un grave riesgo si decide emprender un negocio en las condiciones actuales de preparación. Mantenga su entusiasmo en alto y comience por revisar su Plan de Negocios paso a paso. Quizás resulte prudente reformular su idea de negocio inicial o, talvez, sea necesario buscar el asesoramiento de un especialista.

C-19. Evaluación de mi Plan de Negocios

PREGUNTAS		SI	NO
1.	¿Ha decidido qué producto turístico va a vender?	X	
2.	¿Ha definido quiénes serán sus clientes?	X	
3.	¿Ha preguntado a algunos de ellos qué piensan de su oferta?	X	
4.	¿Sabe quiénes serán sus competidores directos?	X	
5.	¿Conoce las fortalezas y debilidades de esos competidores?	X	
6.	¿Conoce cuáles son los precios de sus competidores?	X	
7.	¿Ha decidido qué precios va a cobrar por sus servicios?	X	
8.	¿Tiene definida una política de precios para su negocio?	X	
9.	¿Está debidamente justificado el emplazamiento turístico?	X	
10.	¿Cuenta con un Plan de promoción para su producto turístico?	X	
11.	¿Ha decidido qué canales de distribución utilizará?	X	
12.	¿Conoce cuánto le costará la promoción y la distribución?	X	
13.	¿Ha definido con qué otros negocios tendrá que aliarse para desarrollar el suyo?	X	
14.	¿Ha definido claramente el perfil del personal para su negocio?	X	
15.	¿Sabe cuántas personas deberá contratar para comenzar?	X	
16.	¿Conoce todos los derechos laborales del personal?	X	
17.	¿Conoce el costo del personal incluyendo las prestaciones sociales legales?	X	
18.	¿Ha calculado el monto del capital inicial para su negocio?	X	
19.	¿Sabe cómo va a reunir el capital inicial?	X	
20.	¿Cuenta con un Plan de ventas y costos proyectado para el primer año de operación de su negocio?	X	
21.	¿En qué mes del primer año obtendrá su primera utilidad?	X	
22.	¿A cuánto estima la totalidad de la utilidad para el primer año?	X	
23.	¿Dispone de un Flujo de Caja proyectado para el primer año?	X	
24.	¿Su proyecto de Flujo de Caja ha demostrado que no se quedará sin efectivo durante los primeros 6 meses?	X	
25.	¿Ha decidido qué forma legal le conviene más a su negocio?	X	
26.	¿Ha tomado las medidas necesarias para cumplir con todas las licencias y permisos de funcionamiento legal de un negocio?	X	
27.	¿Ha calculado cuánto le costarán dichos requisitos legales?	X	
28.	¿Ha decidido qué seguros deberá tomar su negocio?		X
29.	¿Conoce cuánto deberá pagar por esos seguros?		X
30.	¿Ha tomado consejo o asesoramiento para elaborar y evaluar su Plan de Negocios?	X	
TOTAL		28	2

C-20. Plan de Acción para implementar mi Plan de Negocios

Tiempo de ejecución en meses

Variables		Primer Año												Segundo Año											
Pasos	Actividad	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Paso 1	Definir idea de negocio	X																							
Paso 2	Planificación	X																							
Paso 3	Inventario	X	X																						
Paso 4	Estudio de mercado	X																							
Paso 5	Perfil competidores	X																							
Paso 6	Producto Turístico		X																						
Paso 7	Emplazamiento		X																						
Paso 8	Fijación de precios		X																						
Paso 9	Promoción		X																						
Paso 10	Inclusión en Redes		X																						
Paso 11	RRHH			X																					
Paso 12	Gastos de Preinversión	X																							
Paso 13	Estimación capital	X																							
Paso 14	Fuentes Financiamiento		X	X																					
Paso 15	Plan de Ventas		X																						
Paso 16	Capacitación			X			X		X		X		X					X						X	
Paso 17	Sensibilización	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Paso 18	Trámites legales		X																						
Paso 19	Funcionamiento			X																					
Paso 20	Diversificar oferta													X				X							

Documento elaborado por: