



*Innova y Aprende con...*

**Cámara  
emprende**

**GUÍA PRÁCTICA  
PARA EL  
DESARROLLO DEL  
PLAN DE  
NEGOCIOS**



Programa:



Apoya:



GOBERNACIÓN DEL HUALA





*Innova y Aprende con...*

**Cámara**  
emprende

# **GUÍA PRÁCTICA PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS**



## TABLA DE CONTENIDO

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO 1. PLAN DE NEGOCIOS</b>	<b>9</b>
RESUMEN EJECUTIVO	10
JUSTIFICACIÓN	10
1. ASPECTOS GENERALES	10
2. ESTUDIO DE MERCADO	11
3. PLAN DE OPERACIÓN	21
4. PLAN ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO	25
5. PLAN FINANCIERO Y ECONÓMICO	30
6. EVALUACIÓN FINANCIERA	33
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	34
8. ASPECTOS SOCIALES	34
9. IMPACTO	36
<b>CAPÍTULO 2. FORMAS JURÍDICAS PARA CREAR EMPRESA</b>	
FORMAS JURÍDICAS	
1. ¿QUÉ ES UN COMERCIANTE?	36
2. ¿QUÉ ES EMPRESA?	36
3. TIPOS DE EMPRESA (TIPO DE PERSONA)	36
4. PASOS PARA LEGALIZAR LA EMPRESA EN EL CENTRO DE ATENCIÓN EMPRESARIAL CAE	40
Bibliografía	

## PRESENTACIÓN

Bienvenido a Cámara Emprende, un servicio diseñado especialmente para apoyar a la empresa en todas sus etapas, y al emprendedor en un acompañamiento en la toma de decisiones en las ideas de negocios.

El Centro de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Neiva "Cámara Emprende" está conformado por un equipo humano especializado en temas financieros, administrativos, jurídicos, tributarios, formulación de planes de negocios, mercadeo, imagen corporativa, entre otros, que están orientados a prestar un servicio personalizado a emprendedores y empresarios del departamento del Huila. En Cámara Emprende, se pueden encontrar módulos empresariales dirigidos a una ruta de creación, consolidación y crecimiento de las empresas. Así mismo, cuenta con asesorías especiales para quienes deseen resolver dudas e inquietudes en cualquier materia.

Los módulos empresariales que se ofrecen dentro del programa cámara emprende son:

**1. TRANSFORMANDO IDEAS EN OPORTUNIDADES DE NEGOCIO:** Módulo motivacional basado en la identificación de ideas de negocio con el objetivo de desarrollar estrategias de transformación y consolidación de un proyecto o plan de empresa.

**2. FORMULANDO MI PLAN DE NEGOCIO:** Este módulo le permite al emprendedor conocer los aspectos básicos que integran un plan de negocio de una manera sencilla y práctica.

**3. HACIENDO EL ESTUDIO DE MERCADO:** Identificar los aspectos básicos del estudio de mercado, ¿cómo segmentar los posibles consumidores? (clientes), perfil de clientes, estrategias de mercadeo etc." a dónde y a quién le vamos a vender mi producto"

**4. DEFINIENDO EL PRECIO DE MI PRODUCTO O SERVICIO:** Este módulo facilita al emprendedor herramientas para determinar el

precio de su producto o servicio, identificando los componentes del precio como los costos, gastos y margen de utilidad.

**5.CÓMO FINANCIAR TU INICIATIVA:** Da a conocer las diferentes líneas y fuentes de financiación, cupos especiales y convocatorias existentes para apoyar proyectos empresariales. Ej.: Fondo Emprender, Infihuila, Bancoldex, entre otros.

**6.ENTENDIENDO LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA:** Este módulo tiene como finalidad que los empresarios identifiquen y analicen las cuentas (activo, pasivo, patrimonio) que componen los estados financieros y su importancia a la hora de tomar decisiones.

**7.PROYECTANDO LOS ESTADOS FINANCIEROS DE MI EMPRESA:** Tiene como finalidad que los empresarios fijen y proyecten sus metas financieras "a dónde queremos llegar".

**8.TALENTO HUMANO:** Cómo establecer los perfiles de cargos de la empresa, construir el organigrama, y los aspectos básicos del sistema integral de seguridad social de los empleados.

**9.IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA Y REGISTRO DE MARCAS:** Tiene como fin dar a conocer los conceptos básicos a tener en cuenta en el momento de crear la identidad visual adecuada para nuestra empresa Ej.: logo, símbolos, colores, logotipos, portafolios de servicios, etc.

**10.FORMAS JURÍDICAS PARA LEGALIZAR LA EMPRESA Y PASOS PARA CREAR EMPRESA:** Da a conocer de manera clara y sencilla las diferentes formas jurídicas que permitan tomar la mejor decisión en el momento de formalizar su empresa.

**11.COMERCIO EXTERIOR:** Da a conocer la normatividad vigente así como los pasos para realizar transacciones internacionales (exportación e importación).

Además de estos 11 Módulos Empresariales, se ofrecen 9 asesorías en áreas relacionadas con mercadeo, administración y contabilidad, entre otras.

Los últimos Jueves de cada mes se realiza el llamado "Jueves del Empresario" con el propósito de facilitarle a los emprendedores y empresarios una conferencia sobre temas coyunturales de gran interés.

Todos los servicios del centro de emprendimiento son gratuitos y están dirigidos a toda la comunidad huilense.

Las inscripciones al programa emprendimiento "Cámara Emprende" se pueden realizar a través de la página web [www.camaraempredeneiva.com](http://www.camaraempredeneiva.com) y/o de manera presencial en el segundo piso del edificio de la Cámara de Comercio de Neiva.



*Innova y Aprende con...*

**Cámara**  
emprende

## CAPÍTULO 1

# PLAN DE NEGOCIOS

Todo emprendedor necesita un plan para hacer realidad su idea de negocio, por lo tanto la formulación de un plan de negocios es necesaria para la estructuración de la futura empresa, la aplicación a líneas de financiación y la venta de su proyecto a futuros inversionistas en un marco de innovación, rentabilidad e impacto social y ambiental en nuestra región.

Analizaremos los aspectos más importantes del Plan de Negocios que nos orientará a convertir la idea básica en una oportunidad de negocio o un proyecto hecho realidad.

A continuación encontrará un modelo práctico y completo para desarrollar su plan de negocios y participar en diferentes convocatorias o simplemente apoyarse en él para estructurar su idea de negocio.

### PORTADA

Nombre de la Empresa o Plan de Negocios

Plan de Negocios

**Logo de la Empresa**

Autores:

Nombre de Emprendedor 1

Nombre de Emprendedor 2

Números Telefónicos

Correo Electrónico

Ciudad

País

Año

## DESARROLLO PLAN DE NEGOCIOS

### RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo debe brindar a los lectores y potenciales inversionistas, una síntesis de los elementos principales del Plan de Negocios; Aspectos Generales, Plan de Mercados, Plan de Operación, Plan Organizacional y Administrativo, Plan Financiero y Económico, Evaluación Financiera, Aspectos Sociales e Impacto. Por lo general, es la última sección que se escribe. Una persona que lee el resumen por primera vez debe entender de qué trata el negocio. El resumen debe ser independiente y no remitir a otras partes de su Plan de Negocios.

El resumen, con una extensión de una a tres páginas, motivará a los lectores a continuar leyendo el resto del Plan de Negocios con el objeto de obtener información más detallada.

### JUSTIFICACIÓN

En este apartado se escriben las razones que justifican la puesta en marcha del Plan de Negocios, el por qué se debe llevar a cabo teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos y ambientales que soporten el proyecto empresarial. Se debe hacer énfasis en la justificación porque es una de las partes neurálgicas del Plan de Negocios.

## 1. ASPECTOS GENERALES

### 1.1 Descripción del Negocio

Es una sencilla descripción de (una o dos páginas) la Empresa que ha constituido o espera constituir, o de la idea de negocio que busca estructurar, así como de los productos o servicios que ofrecerá. Debe contener la historia y los antecedentes del Negocio.

### 1.2 Objetivo General

Los objetivos son los propósitos que usted formula para su empresa (no para el proceso de elaboración del Plan de Negocios). Estos deben ser Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y en un Tiempo definido. Defina el plazo de los objetivos (corto, mediano y largo) en meses, acorde con el tipo de proyecto que esté formulando. Se debe especificar si los objetivos descritos se refieren a ventas, producción, participación en el mercado, etc.

### **1.2.1 Objetivos a Corto Plazo**

Son aquellos objetivos que se esperan cumplir en un periodo menor a un (1) año.

### **1.2.2 Objetivos a Mediano Plazo**

Son aquellos objetivos que se esperan cumplir en un periodo entre uno (1) y cinco (5) años.

### **1.2.2 Objetivos a Largo Plazo**

Son aquellos objetivos que se esperan cumplir en un periodo de más de cinco (5) años.

## **2. PLAN DE MERCADOS**

### **2.1. Análisis del Sector o la Industria**

Se debe incluir el desarrollo del Sector en el que operará nuestro Plan de Negocios, estableciendo su comportamiento como mínimo en los últimos 3 años y su tendencia a corto, mediano y largo plazo.

Indicar las fuentes de donde se puede tomar la información.

Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Sector económico, sector de servicios, canales de distribución.
- Tipo de industria o sector. (Manufacturero, Bienes de consumo, Venta minorista, salud, transporte etc.)
- Índices de crecimiento y tendencias.
- Ciclos de demanda y temporadas económicas del sector.
- Reglamentaciones locales y nacionales, así como políticas presentes y futuras que puedan afectar su negocio.
- Factores socioculturales
- Factores tecnológicos (tecnologías en desarrollo)

Es de vital importancia hacer un análisis del tamaño de las empresas del Sector, en cuanto a participación en el mercado con sus respectivos productos/servicios; esto se puede realizar haciendo

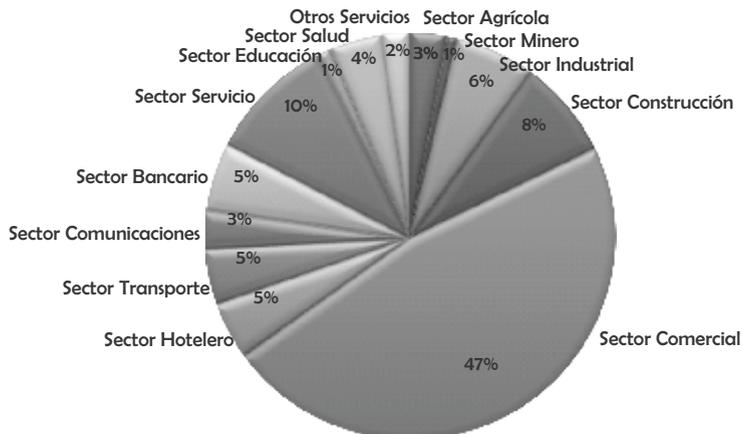
una comparación entre ellas mismas; por ejemplo, número de productos/servicios que ofrecen en el mercado (en marcas, sabores, colores, etc), recordación o preferencia de los clientes hacia dichos productos, infraestructura de la empresa, entre otros.

Es importante graficar esta información.

Se recomienda tomar el Módulo "Haciendo el Estudio de Mercados para Crear Mi Empresa".

### Ejemplo:

SECTOR	EMPRESAS MATRICULADAS EN
CCN	
SECTOR AGRÍCOLA	129
SECTOR MINERO	36
SECTOR INDUSTRIAL	282
SECTOR CONSTRUCCIÓN	351
SECTOR COMERCIAL	2121
SECTOR HOTELERO	207
SECTOR TRANSPORTE	201
SECTOR COMUNICACIONES	137
SECTOR BANCARIO	239
SECTOR SERVICIO	453
SECTOR EDUCACIÓN	50
SECTOR SALUD	182
OTROS SERVICIOS	96
TOTAL	4484



## 2.2. SEGMENTACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO

Se debe establecer el mercado objetivo y su justificación, esto quiere decir, el mercado específico en el cual competirá. Tenga en cuenta que el elemento más importante para el desarrollo de un Plan de Negocios es una investigación de mercados integral, ya que debe convencer a sus potenciales inversores de la necesidad insatisfecha existente en el mercado.

Tenga en cuenta estos aspectos:

- **Demográfico:** edad, nivel de ingresos, estado civil, cantidad de integrantes por familia etc.
- **Geográfico:** área del mercado: barrio, ciudad, región.
- Si el mercado es urbano, suburbano, rural.
- **Naturaleza de la Ubicación:** céntrica, comercial, residencial.
- **Necesidades actuales del mercado y la forma en que su producto o servicio satisface esas necesidades.**

Recopile información sobre el desarrollo y el crecimiento histórico del mercado mediante fuentes primarias y secundarias, identifique tendencias y asegúrese de citar las fuentes de información con el fin de demostrarles a los futuros inversores que usted ha hecho la tarea.

### 2.2.1. Perfil del Cliente

Aquí va consignada toda la información relevante de nuestros clientes potenciales, teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

#### •Características demográficas:

Físicas (edad, sexo), sociales (estado civil, estrato), económicas (ingresos, empleo) educación, etc.

#### •Estilo de vida:

Características generales de la vida de una persona, incluida la forma en que invierte su tiempo, energía y dinero.

#### •Motivos:

Se refiere al por qué el cliente deseará adquirir su producto o servicio (motivos fisiológicos, de seguridad, de pertenencia, de autoestima, de realización personal).

**Personalidad:**

La personalidad son las tendencias perdurables de reacción de un individuo, entre otras características.

## 2.3. COMPETITIVIDAD

### 2.3.1 Propuesta de Valor

Se refiere al factor diferenciador de su producto o servicio que lo hará destacarse de sus competidores, ya sea en la aplicación de tecnología, forma de mercadear, servicios adicionales, modelo de negocio, etc.

Ejemplo: Para el caso de Asesorías Empresariales:

La propuesta incluye un proceso de Apoyo y Orientación Integral, ya que promoverá unos servicios y productos específicos, que permitirá el desarrollo e implementación de metodologías de crecimiento y seguimiento empresarial que desarrollen competencias de los potenciales que posee la empresa, permitiendo con ello la identificación y fortalecimiento de los mercados de la compañía y el uso de la tecnología como base principal en la oferta de servicios empresariales.

### 2.3.2 Ventajas Competitivas

Se refiere a las ventajas más destacadas que le permitirán asegurar el éxito, pueden ser comerciales, técnicas, operacionales, financieras o propias del equipo de trabajo:

Ejemplo: Para el caso de Asesorías Empresariales:

- Aplicación de tecnología de punta en desarrollo de soluciones empresariales.
- Alta profesionalización y desempeño del talento humano.
- Alianzas estratégicas empresariales para reducción de costos y optimización de los procesos empresariales.

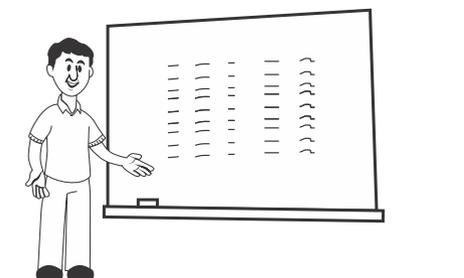
## 2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Enumere y describa a sus principales competidores, los segmentos a los que llegan, sus canales de comercialización y principales fortalezas y desventajas. Es importante graficar esta información.

Ejemplo: Tablas que el emprendedor puede utilizar

Municipios	No. de Competidores	%
Neiva	670	82%
Pitalito	120	15%
	30	4%
<b>Total</b>		

Empresa	Producto	Precio	Participación en el Mercado
<b>Total</b>			



## 2.5 ANÁLISIS DE PRECIOS

Es importante determinar cómo calculamos el precio de nuestros productos o servicios a partir de los costos de cada uno de ellos y del margen de ganancias que esperamos obtener; existen numerosos métodos para su cálculo. Se recomienda tomar el Módulo Empresarial “Definiendo el precio de mi producto o servicio”.

A continuación damos un ejemplo.

Método de Margen sobre los costos para el caso de un producto x:

$$PV = Cu + Cu \cdot mc \quad \longrightarrow \quad PV = Cu \cdot (1 + mc)$$

Donde:

Pv = Precio de Venta

Cu = Costo Unitario (basado en análisis de los costos de nuestro producto o servicio)

Mc = Margen sobre los Costos (que esperamos obtener con base al mercado, competidores etc.)

Cu = \$35.900

mc = 63%

Pv = \$58.517

Recuerde que debe tener en cuenta los seguros necesarios, impuesto a las ventas, riesgo cambiario, aranceles y todos aquellos aspectos que puedan afectar el precio del producto o servicio.

### 2.5.1 Punto de Equilibrio

Debemos establecer el punto en el cual nuestros ingresos totales se igualan a los costos asociados con la venta de nuestro producto o servicio, con el fin de determinar las utilidades o pérdidas que tendrá la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto. Se recomienda tomar el Módulo Empresarial “Proyectando los Estados Financieros de Mi Empresa” en el que abarca este tema.

## 2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO

### 2.6.1 Estrategias de Precio

Presente y justifique en este ítem cuál será su precio de lanzamiento, condiciones de pago, descuentos por cantidad, por pago en efectivo, por estacionalidades o temporadas y el cómo mantendrá su producto o servicio competitivo frente a sus competidores.

En algunas estrategias de precio encontramos:

- **Estrategias de Descremado de Precios:** Consiste en dar inicialmente un precio elevado al producto para que sea adquirido por aquellos compradores que realmente piensan adquirirlo y cuando este mercado se haya satisfecho, se va reduciendo el precio para aprovechar otros segmentos de mercado. Muy utilizada en el Sector de la Moda y los Libros.
- **Estrategias de Precios de Penetración:** Es lo opuesto al Descremado de precios, ya que consiste en dar inicialmente un precio bajo al producto para atraer rápidamente una gran cuota del mercado, permitiéndole a la empresa por medio de gran volumen de ventas, reducir aún más sus costos. Un ejemplo de esta estrategia son los automóviles chinos, especialmente los taxis, que por su bajo precio han captado un gran porcentaje del mercado automotriz.
- **Estrategias de Precios de Prestigio:** Se utiliza en productos o servicio de alta gama, ya que por su calidad y características propias, generan en los consumidores sensaciones de estatus, privilegio y diferenciación como por ejemplo los automóviles BMW, perfumes Oscar de la Renta, joyas Cartier, gafas Ray Ban, entre otros.

## 2.6.2 Estrategias de Distribución

Debe establecer claramente cuáles serán sus canales de Distribución: Mayoristas, Minoristas, Distribuidores, Marketing directo, Estrategia de comercialización y presupuesto de distribución.

Entre las múltiples estrategias de distribución encontramos:

- **Estrategia de Distribución Intensiva:** Consiste en que nuestro producto esté disponible para el consumidor en todos los puntos posibles de venta. Por ejemplo, Coca Cola intenta que su bebida esté disponible en la mayor cantidad de puntos de venta posibles.
- **Estrategia de Distribución Selectiva:** Consiste en seleccionar para nuestro producto los mejores puntos de venta posibles, generando un valor diferenciador.

- **Estrategia de Distribución Exclusiva:** Consiste en seleccionar un solo lugar para la venta de nuestro producto. Es utilizado por grandes empresas como supermercados de cadena, salas de cine, entre otros.

### 2.6.3 Estrategias de Publicidad o Comunicación

No sólo basta con tener un buen producto o servicio, la publicidad es la manera como se posicionará en la mente del consumidor potencial nuestro producto o servicio, por lo tanto explique los medios que utilizará y justifíquelos relacionando sus costos. Así mismo, establezca su estrategia de difusión.

### 2.6.4 Estrategias de Promoción

Establezca las estrategias que utilizará con sus clientes como premios, cupones, reducción de precios y ofertas, muestras, manejo de clientes especiales, cubrimiento, presupuesto de promoción y costos de lanzamiento de la estrategia.

### 2.6.5 Estrategias de Servicio al Cliente

Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicios Post venta: mecanismos de atención a los clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros). Forma de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.\*

## 2.7.6 Presupuesto de Estrategias de Mercado

Elabore una tabla donde integre los costos de las diferentes estrategias de mercadeo y justifíquelas.

ESTRATEGIAS DE PRECIO		
ÍTEM (MEDIO QUE SE UTILIZARÁ PARA LLEVAR A CABO LA ESTRATEGIA)	CANT.	VALOR
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN		
ÍTEM(MEDIO QUE SE UTILIZARÁ PARA LLEVAR A CABO LA ESTRATEGIA)	CANT.	VALOR
ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN		
ÍTEM(MEDIO QUE SE UTILIZARÁ PARA LLEVAR A CABO LA ESTRATEGIA)	CANT.	VALOR
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN		
ÍTEM(MEDIO QUE SE UTILIZARÁ PARA LLEVAR A CABO LA ESTRATEGIA)	CANT.	VALOR
ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE		
ÍTEM(MEDIO QUE SE UTILIZARÁ PARA LLEVAR A CABO LA ESTRATEGIA)	CANT.	VALOR
TOTAL		

## 2.7.7 Análisis de Proveedores y Estrategias de Aprovisionamiento

Describa quiénes serán sus proveedores, sus políticas crediticias, descuentos, plazos de pago que otorga y la forma como mantendrá su cadena de abastecimiento.

## 2.8 PROYECCIÓN DE VENTAS

Se debe establecer la proyección de ventas de nuestros productos o servicios a partir de datos históricos e información relevante del mercado.

Defina las cantidades de ventas por periodo (mensual, trimestral semestral, anual). En caso de importación o exportación se debe tener en cuenta la posición arancelaria del producto.

Existen varios métodos para calcular la demanda potencial, uno muy utilizado es el de Regresión Lineal; sin embargo se debe justificar tanto el método a utilizar como la fuente de los datos históricos para la proyección. (Se recomienda el libro Formulación y Evaluación de Proyectos del profesor Rafael Méndez Capítulo 3).

### Ejemplo: Método Regresión Lineal

En los últimos 5 años las asesorías en creación de empresas han registrado el siguiente comportamiento donde X representa los años históricos y la variable Y representa las ventas de este servicio.

Año	2006	2007	2008	2009	2010
X	1	2	3	4	5
Y	234	286	321	367	403

Al graficar estos valores obtenemos una tendencia rectilínea, para lo cual se utiliza la ecuación  $y = a + bx$  donde los valores de a y b son:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{N(\sum x^2) - (\sum x)^2} \qquad b = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{N(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

x	1	2	3	4	5	15,00
y	234	286	321	367	403	1.611,00
x <sup>2</sup>	1	4	9	16	25	55,00
x*y	234	572	963	1.468	2.015	5.252,00

Reemplazando se obtiene:

$$a = \frac{(1.611)(55) - (15)(5.252)}{5(55) - (15)^2} = 196,50$$

$$b = \frac{5(5.252) - (15)(1.611)}{5(55) - (15)^2} = 41,90$$

Entonces  $y = 196,50 + 41,90x$ . Para proyectar el año 2011 tomaríamos  $y = 196,50 + 41,90(6) = 447,90$ . Esto quiere decir que las ventas para el servicio de asesorías en creación de empresas para el año 2011 serán de  $447,90 \approx 448$  asesorías.

### 2.8.1 Políticas de cartera

Defina y justifique sus políticas frente a el plazo de pago de los clientes y el porcentaje de ventas a crédito de sus productos o servicios.

## 3. PLAN DE OPERACIÓN

### 3.1. Análisis de los Productos o Servicios

#### 3.1.1 Descripción del Producto o Servicio

Describa las características de los productos o servicios a desarrollar teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Capacidad de producción (unidades/mes)
- Características
- Diseño
- Tamaño
- Materias primas e insumos
- Tecnología
- Características fisicoquímicas
- Condiciones climáticas
- Factores ambientales
- Características de empaque y embalaje
- Almacenamiento
- Etiqueta

#### 3.1.2 Estado de Desarrollo del Producto o Servicio

Describa el estado del producto o servicio que ofrece teniendo en cuenta estas preguntas integrándolas en el párrafo.

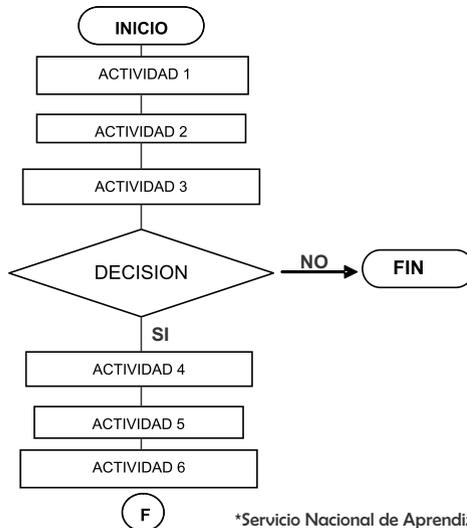
- ¿En qué etapa de su ciclo de vida se encuentra el producto (temprana, creciente, madura, decreciente)?

- ¿El producto o servicio está listo para el mercado o se encuentra en la etapa de desarrollo?
- ¿Qué obstáculos quedan?
- ¿Hasta qué punto sus productos o servicios se encuentran actualizados? Mencione obsolescencias o pérdidas potenciales del mercado.
- ¿Su producto ha sido examinado o evaluado? De ser así, ¿Dónde, cuándo y cuáles fueron los resultados?

### 3.1.3 Descripción de Procesos

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. Se debe realizar el diagrama de flujos de proceso. \*

A continuación relacionamos algunas simbologías que se utilizan en la elaboración de Diagramas de Flujo:



\*Servicio Nacional de Aprendizaje SENA,  
FONADE. Modelo Plan de Negocios Fondo Emprender

### 3.1.4 Necesidades y Requerimientos

Defina las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción y elabore su presupuesto teniendo en cuenta los siguientes aspectos: \*

- 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

A continuación se relacionan tablas que le pueden ser de gran utilidad para este punto:

NOMBRE LINEA DE PRODUCTO O SERVICIO:			
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO:			
EQUIPOS	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
TOTAL			

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO:					
MATERIAS PRIMAS	CANT. POR PRODUCTO	No. UNID. A PRODUCIR	CANT. TOTAL	VR. UNIT.	VALOR TOTAL
TOTAL					

NOMBRE LINEA DE PRODUCTO O SERVICIO:							
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO:							
MANO DE OBRA	CANT.	TIPO DE CONTRATACION	SALARIO MENSUAL	PRESTACIONES MENSUAL	SALARIO ANUAL	PRESTACIONES ANUALES	TOTAL MANO DE OBRA
TOTALES							

### 3.1.5 Plan de Producción

El punto de partida para la elaboración del Plan de Producción es lo establecido en el Plan de Mercado en lo que respecta a las ventas, identificando las unidades a producir por periodo y teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio.

EMPRESA				
LINEA DE PRODUCTO				
PRODUCTO				
PERIODOS		MES 1	MES 2	MES 3
PRODUCCION REQUERIDA		CANT.	CANT.	CANT.
No. DE UNID. ESTIMADAS EN VENTAS				
(-)	No. de Unidades en inventario al iniciar el periodo			
TOTAL UNIDADES A PRODUCIR				
No. de Unidades en inventario al finalizar el periodo				

### 3.1.6 Plan de Compras

Relacione la cantidad de materias primas e insumos que requiere para producir una unidad de producto, justificando estas cantidades.

NOMBRE LINEA DE PRODUCTO O SERVICIO:				
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO:				
MATERIAS PRIMAS POR UNIDAD DE PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRESENTACION	MARGEN DE DESPERDICIO %
INSUMOS	UNIDAD	CANTIDAD	PRESENTACION	MARGEN DE DESPERDICIO %
EMPAQUE	UNIDAD	CANTIDAD	PRESENTACION	MARGEN DE DESPERDICIO %

### 3.1.7 Análisis de Costos

NOMBRE LINEA DE PRODUCTO O SERVICIO:						
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO:						
MATERIAS PRIMAS	CANT. POR PRODUCTO	UNID. A PRODUCIR X MES	CANTIDAD MENSUAL TOTAL	VR. UNITARIO	VALOR MENSUAL TOTAL	VALOR ANUAL TOTAL
SUBTOTAL MATERIA PRIMAS						
INSUMOS	CANT. POR PRODUCTO	UNID. A PRODUCIR X MES	CANTIDAD MENSUAL TOTAL	VR. UNITARIO	VALOR MENSUAL TOTAL	VALOR ANUAL TOTAL
SUBTOTAL INSUMOS						
EMPAQUE	CANT. POR PRODUCTO	UNID. A PRODUCIR X MES	CANTIDAD MENSUAL TOTAL	VR. UNITARIO	VALOR MENSUAL TOTAL	VALOR ANUAL TOTAL
SUBTOTAL EMPAQUE						
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	No. MANTENIMIENTO X MES		VR. UNITARIO		VALOR MENSUAL TOTAL	VALOR ANUAL TOTAL
SUBTOTAL MANTENI. MAQUINARIA						
MANTENIMIENTO INSTALACIONES	No. MANTENIMIENTO X MES		VR. UNITARIO		VALOR MENSUAL TOTAL	VALOR ANUAL TOTAL
SUBTOTAL MANTENI. INSTALACIONES						
MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD		SALARIO MENSUAL		VALOR MENSUAL TOTAL	VALOR ANUAL TOTAL
SUBTOTAL MANO DE OBRA						

## 4. PLAN ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

### 4.1. Nombre de la Empresa

Escriba el nombre de su Empresa incluyendo siglas y diseño de logo.

### 4.2. Aspectos Legales y de Constitución

Describa el tipo de Empresa que conformaría, (persona jurídica o natural), y justifique la ventajas y desventajas de su elección, estado legal actual, legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, aspectos tributarios y protección intelectual) que regule la actividad económica, la comercialización de los productos o servicios, normas o políticas de distribución de utilidades. (Recomendamos asistir al Módulo Empresarial “Formas Jurídicas de Legalizar mi Empresa”.

### 4.3. Estructura Organizacional

Describa la estructura organizacional que tendrá su empresa incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, con la participación de cada uno de los miembros. Así mismo, relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo e incluya el gráfico de organigrama.\*

### 4.4. Misión

Agregue la Misión de su Empresa, esto le dará más formalidad a su Plan de Negocios. Tenga en cuenta que la misión es un párrafo donde se resume la razón de ser, el motivo por el cual existe y sus propósitos.

Ejemplo: Misión de la Cámara de Comercio de Neiva

La Cámara de Comercio de Neiva, inspirada por principios éticos, ofrece los servicios de Gestión de negocios nacionales e internacionales, consultoría empresarial especializada, fortalecimiento del capital humano y métodos alternos de solución de conflictos, administrando efectivamente los registros públicos y actuando en defensa de los temas prioritarios para la competitividad y productividad de la Región Surcolombiana.

### 4.5. Visión

Define y describe la situación futura que desea tener la empresa. El propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la misma organización.

Ejemplo: Visión de la Cámara de Comercio de Neiva

En el año 2015 la Cámara de Comercio de Neiva, será la organización gremial de mayor liderazgo regional que gestione procesos estructurales para la toma de decisiones políticas sociales y económicas, buscando siempre la competitividad empresarial, para mejorar la calidad de vida de la Región Surcolombiana.

\*Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, FONADE. Modelo Plan de Negocios Fondo Emprender

#### 4.6. Política de Contratación

Describa y justifique los tipos de contratación que manejará en su empresa:

- Contrato de trabajo término indefinido
- Contrato de trabajo a término Fijo
- Contrato de Prestación de servicios
- Contrato escrito de trabajo
- Contrato verbal de trabajo, entre otros.

#### 4.7. Localización

Tenga en cuenta que la localización de su negocio tiene un rol decisivo en el éxito o fracaso del mismo. Debe construirse cerca de sus clientes (teniendo en cuenta el tipo de negocio y políticas de transporte) ser accesible y brindar sensación de seguridad.

Especifique el lugar donde estará ubicada su empresa y los motivos de esta decisión teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- ¿Qué requisitos debe reunir el lugar?
- Describa los lugares de producción, venta, almacenaje y edificios.
- ¿Los locales son propios o arrendados?
- ¿Qué renovaciones o remodelaciones necesita y sus costos?
- ¿Su negocio puede ubicarse teniendo en cuenta el Plan de Ordenamiento Territorial?

Esta información puede obtenerla en el Centro de Atención Empresarial CAE de la Cámara de Comercio de Neiva sin costo alguno.

#### 4.8. Análisis DOFA

Es la relación y análisis de la Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas de mi Empresa, así mismo las estrategias a llevar a cabo.

Para una mejor comprensión definimos los conceptos que integran la DOFA:

• **DEBILIDADES:** Son aspectos internos de la Empresa que pueden ser controlables y susceptibles de mejora ej: Costos altos, personal no adecuado, producción insuficiente para la demanda del mercado, etc.

• **OPORTUNIDADES:** Son factores externos a mi empresa, como políticas del estado, estado de la economía, restricciones gubernamentales, mercados no explorados, fuentes de financiación, etc.

• **FORTALEZAS:** Son aquellos aspectos internos de la Empresa en lo que somos mejores o tenemos una posición fuerte respecto a nuestra competencia.

Ejemplo: Experiencia en el negocio, posicionamiento de marca, patentes, fórmulas, personal experto, gran músculo financiero etc.

• **AMENAZAS:** Son todas aquellas situaciones negativas, externas al proyecto empresarial que afectarían la sostenibilidad del mismo.

Ejemplo:

Entrada nuevos competidores, seguridad pública etc.

		FORTALEZAS – F		DEBILIDADES – D	
	1			1	
	2			2	
	3			3	
OPORTUNIDADES – O		ESTRATEGIAS – FO		ESTRATEGIAS – DO	
1		1		1	
2		2		2	
3		3		3	
AMENAZAS – A		ESTRATEGIAS – FA		ESTRATEGIAS – DA	
1		1		1	
2		2		2	
3		3		3	

#### 4.9. Organismos de Apoyo

Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.\*

\*Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, FONADE. Modelo Plan de Negocios Fondo Emprender

## 4.10. Costos y Gastos Administrativos

### 4.10.1 Costos y Gastos de personal

Relacione 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 y uniformes.\*

CARGO	CANT.	TIPO DE CONTRATACION	SALARIO MENSUAL	PRESTACIONES MENSUAL	SALARIO ANUAL	PRESTACIONES ANUALES	TOTAL
TOTALES							

### 4.10.2 Costos y 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. \*

Se recomienda ingresar a [www.crearempresa.com.co-linkconsulta](http://www.crearempresa.com.co-linkconsulta) simulador de pago

### 4.10.3 Costos y Gastos de Administración

Relacione los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como los servicios públicos.\*

COSTOS Y GASTOS DE ADMINISTRACION		
Descripción	Vr Unit. Mens.	Año 1
Arriendo Oficina		
Servicios		
Publicidad		
Voz y Datos		
Total Costos y Gastos de Administración		

## 4.11 Inversiones Fijas e Infraestructura

Relacione la totalidad de instalaciones, maquinaria, equipos, muebles, enseres y herramientas que necesita para llevar a cabo su Plan de negocio en todos los niveles: administrativo, ventas, producción, etc.

INVERSIONES FIJAS DETALLADAS PARA EL AÑO 3		
Descripción	Vida Útil (En Años)	Inversión Inicial
TOTAL FINAL INVERSIONES FIJAS E INFRAESTRUCTURA		

## 5. PLAN FINANCIERO Y ECONÓMICO

### 5.1 Estructura Financiera

Describa en una tabla la composición de la inversión requerida para desarrollar su Plan de Negocios, estableciendo el monto y el porcentaje que será financiado con recursos propios y cuáles serán financiados con deuda.

ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA		
DETALLE	VR.	%
INVERSIONES FINANCIADAS CON RECURSOS PROPIOS		
INVERSIONES FINANCIADAS CON DEUDA		
TOTAL INVERSIONES		100,00%

\*Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, FONADE. Modelo Plan de Negocios Fondo Emprender

### 5.2 Recursos Propios

Relacione los bienes que se aportarán a la empresa o aquellos que serán financiados con recursos propios.

INVERSIONES FIJAS FINANCIADAS CON RECURSOS PROPIOS				
Cantidad	Descripción	Vida Útil (En Años)	Vr Uni.	Inversión Inicial
	TOTAL INVERSIONES RECURSOS PROPIOS			

### 5.3 Fuentes de Financiación

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.\*

Se recomienda ingresar a [www.crearempresa.com.co-linkconsulta](http://www.crearempresa.com.co-linkconsulta) simulador de pago

## 5.4 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) entre otros.\*

DESCRIPCION	VALOR	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4
Adecuación de Instalaciones				X	
Arrendamiento del local			X	X	
Compra de maquinaria y equipo				X	X
Compra de muebles y enseres		X	X	X	
Constitución y legalización de Empresas		X	X	X	
Mano de Obra				X	X
Servicios Públicos			X	X	X
Total					

## 5.5 Balance General de Inicio

Es el estado financiero que muestra la situación financiera con que iniciará su negocio y su ciclo contable mediante la descripción de los conceptos de activo, pasivo y patrimonio.

Se recomienda tomar el Módulo “Entendiendo los Estados Financieros de mi Empresa”.

## 5.6 Balance General Projectado

El balance general proyectado, también llamado balance proforma es un estado que suministra información interna y externa sobre el valor del Activo, Pasivo y Patrimonio de una Empresa y sus variaciones en una cierta fecha futura, con base a los planes previstos en los programas. Debe ser proyectado mínimo a 5 años.

## 5.7 Estado de Resultados Projectado

Su importancia reside en que muestra la información proyectada de los resultados de las operaciones de los periodos contables y, por ende, los ingresos y gastos, así como su utilidad o pérdida neta, permitiendo evaluar los logros que serán alcanzados con los esfuerzos desarrollados durante los periodos consignados en este Estado. Debe ser proyectado a los mismos años del Balance General Projectado.

## 5.8 Estado de Flujo de Caja Projectado

El Estado de Flujo de Caja Projectado es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que obtendrá una empresa en el futuro.

La importancia del Flujo de Caja es que éste nos permite conocer la liquidez de la empresa, es decir, conocer con cuánto dinero en efectivo se cuenta en un momento dado.

## 5.9 Razones Financieras

Permiten analizar los Estados Financieros del Plan de Negocios, evalúa el rendimiento de la empresa y permite la toma de decisiones con información relevante.

Se deben tener en cuenta los siguientes indicadores:

- Liquidez
- Endeudamiento
- Eficiencia o Rotación
- Apalancamiento
- Rentabilidad
- Mercado

## 5.10 Proyección de Deuda y Pagos

Con base al punto 5.3 Fuentes de Financiación, defina la tabla de proyección de deudas y pagos de su Empresa teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Valor de la deuda
- Tasa de interés
- Plazo

**Ejemplo:**

Valor Deuda	30.958.205
Tasa Deuda	22,41%
Plazo Deuda	5 Años
Cuota Fija	-10.905.716

CUOTA	CAPITAL	CUOTA FIJA	INTERES	AMORTIZACION	NUEVO SALDO
1	30.958.205	10.905.716	6.937.734	3.967.982	26.990.223
2	26.990.223	10.905.716	6.048.509	4.857.207	22.133.016
3	22.133.016	10.905.716	4.960.009	5.945.707	16.187.310
4	16.187.310	10.905.716	3.627.576	7.278.139	8.909.170
5	8.909.170	10.905.716	1.996.545	8.909.170	0

**6. EVALUACIÓN FINANCIERA**

Definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación del Plan de Negocios, se procede a determinar y a evaluar la rentabilidad del Plan.

**6.1 Valor Presente Neto**

“El valor presente neto de una suma de dinero es aquella cantidad que se debe invertir hoy para asegurar una suma de dinero en el futuro, durante uno o más periodos. La suma presente es equivalente al flujo de dinero que se espera recibir en el futuro”.\*

Aplicando el método de valor presente neto expresado de la siguiente manera:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

- FNE<sub>n</sub> - Flujo neto de efectivo del año n, que corresponde a la ganancia neta después de impuestos en el año n.
- P - Inversión inicial en el año cero.
- i - Tasa de interés de descuento o tasa mínima aceptable.

Recomendamos utilizar la herramienta Financiera del Módulo "Projectando los Estados Financieros de la Empresa"

\* MÉNDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos. Enfoque para emprendedores- 6ª. Ed.- Bogotá D.C: Icontec Internacional. P. 308

## 6.2 Tasa Interna de Retorno

Se debe aplicar el método de Tasa Interna de Retorno, definiéndolo como la “tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidad asociados al mismo”. \*

## 6.3 Análisis de Sensibilidad

Dependiendo de la plantilla o esquema financiero utilizado, realice un análisis de sensibilidad, simulando varios escenarios (normal, conservador etc), teniendo en cuenta diferentes tasas de interés, entre otras variables.

## 7. 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.\*\*

Ejemplo:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
Periodo	2009						2010											
	I		II				III			IV			V			VI		
Actividad	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP
1.																		
2.																		
3.																		
4.																		

## 8. ASPECTOS SOCIALES

### 8.1 Metas Sociales

Especifique cuáles son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio.

\*MÉNDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos. Enfoque para emprendedores-6ª. Ed.- Bogotá D.C: Icontec Internacional. P. 312

\*\*Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, FONADE. Modelo Plan de Negocios Fondo Emprender

## 8.2 Plan Nacional de Desarrollo

Especifique cómo se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo,\* el cual lo encontrará en la página web del Departamento nacional de Planeación [www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co).

## 8.3 Plan Departamental de Desarrollo

Especifique cómo se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Departamental de Desarrollo, el cual lo puede consultar en la página de la Gobernación del Huila [www.gobernacionhuila.gov.co](http://www.gobernacionhuila.gov.co).

## 8.4 Clúster o Cadena Productiva

Indique a qué clúster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en qué fase de la cadena se integra.\*

Más información en la página de la Gobernación del Huila [www.gobernacionhuila.gov.co](http://www.gobernacionhuila.gov.co).

SECTOR		CADENA PRODUCTIVAS
1	AGROINDUSTRIA	Cafés especiales, frutas (granadilla, lulo, maracuyá, cholupa, mora, tomate de árbol y liva), cacao y tabaco. Cadena piscícola.
2	MINAS Y ENERGIA	Generación de energía: construcción de microcentrales eléctricas. Extracción de fosfatos, arcillas y mármoles (rocas calcáreas).
3	SERVICIOS	Turismo ecológico y cultural.

## 8.5 Empleo

Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos qué características de "población vulnerable" cumple, si es el caso.

## 9. IMPACTO

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.\*

## CAPÍTULO 2 FORMAS JURÍDICAS Y PASOS PARA CREAR EMPRESA

### 1. ¿QUÉ ES UN COMERCIANTE?

- Es toda aquella persona natural o jurídica que voluntariamente y de forma regular y profesional se ocupa en alguna de las actividades que la ley considera como mercantiles. Los menores adultos (varones y mujeres entre 14 y 18 años de edad) pueden ejercer actividades comerciales con autorización de sus representantes legales.

### 2. ¿QUÉ ES EMPRESA?

Es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes para la prestación de servicios.\*\*

La empresa puede ejecutar actividades de naturaleza:

- Industrial o productiva
- Comercial
- Prestación de servicios

### 3. TIPO DE EMPRESA (TIPO DE PERSONA):

3.1 Persona Naturales: Son todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Su responsabilidad se vincula a la totalidad de sus bienes personales.

\*Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, FONADE. Modelo Plan de Negocios Fondo Emprender

\*\*Artículo 25 del Código de Comercio

Ejemplo: el dueño de una veterinaria , el propietario de una tienda.

Características :

Para un emprendedor es la opción ideal, ya que no tendrá que desplegar estructuras jurídicas ni de administración complejas y responderá con su patrimonio ante cualquier acción realizada.

Obligaciones

- 1) Renovar la Matrícula Mercantil cada año dentro de los tres primeros meses.
- 2) Cancelar el impuesto de industria y comercio en la Secretaría de Hacienda Municipal el año siguiente a la matrícula en la Cámara de Comercio de Neiva.
- 3) Llevar por lo menos un libro de contabilidad (libro fiscal)
- 4) Tener el RUT (registro Único Tributario) en un lugar visible del establecimiento de comercio abierto al público.
- 5) Cancelar la matrícula Mercantil si termina la actividad comercial.

### 3.2 Personas Jurídicas

Son sujetos diferentes a las personas que las conforman, ejercen derechos y cumplen obligaciones de naturaleza civil, comercial y laboral etc, estas organizaciones pueden ser creadas por una persona o más; además, responden únicamente con los bienes dedicados a la empresa por regla general.

#### 3.2.1 Entidad Sin Ánimo de Lucro

Es una persona jurídica que nace por voluntad de los asociados en virtud del derecho constitucional de la libre asociación, o por la libertad de la disposición de bienes de particulares, para la realización de fines altruistas o de beneficio comunitario. Su principal característica radica en la ausencia de ánimo de lucro, lo cual significa que no hay reparto de utilidades o remanentes generados en desarrollo de sus objetivos. Las Entidades sin Ánimo de Lucro se clasifican en tres grandes categorías: FUNDACIONES, CORPORACIONES Y ENTIDADES DEL SECTOR SOLIDARIO.

## 3.2.2 Tipos de Personas Jurídicas

### EMPRESA UNIPERSONAL (E.U)

Mediante la empresa unipersonal una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades económicas.

#### CARACTERÍSTICAS

1. Documento privado o escritura pública.
2. Solo puede ser construido por una persona natural o jurídica
3. Debe contar con un patrimonio de constitución
4. La administración de la sociedad estará a cargo inicialmente del empresa constituyente
5. El nombre de la sociedad debe venir acompañada de la frase empresa unipersonal o de la sigla (E.U)

### SOCIEDAD LIMITADA (LTDA)

Es la forma jurídica más común elegida por los emprendedores para llevar a la práctica su proyecto de negocio. Es un tipo de persona jurídica que permite establecer el número de personas que hacen parte de la misma, lo que permite deducir la responsabilidad que va a asumir cada una de las personas interesadas.

#### CARACTERÍSTICAS

1. Mínimo 2 personas y máximo 25 personas.
2. Documento privado o escritura pública
3. El capital debe pagarse en su totalidad.
4. El capital se debe dividir en cuotas de igual valor.
5. La cesión de cuotas implica una reforma estatutaria y se debe cumplir el derecho de preferencia.
6. Al constituirse los socios no desaparecen ante terceros, hecho que permite saber quiénes conforman el capital.
7. El nombre la empresa debe contener la indicación "sociedad limitada" o la sigla LTDA.

### SOCIEDAD ANÓNIMA (S.A)

Es una persona jurídica que ejerce el comercio con el patrimonio aportado por los accionistas y con las utilidades acumuladas. La participación de los accionistas está representada por acciones y los mismos sólo son responsables por las obligaciones sociales hasta la concurrencia de sus respectivos aportes. La sociedad anónima tiene 3 tipos de capital, a saber los siguientes:

- **Capital Autorizado:** Es el máximo tope de capital que los accionistas inicialmente han proyectado.
- **Capital Suscrito:** Es un monto de capital que los accionistas se comprometen a cancelar en un tiempo determinado a la sociedad.
- **Capital Pagado:** Es el monto de capital que para el momento de la constitución los accionistas han ingresado al patrimonio de la sociedad.

#### CARACTERÍSTICAS

1. Mínimo 5 personas, no tiene máximo
2. Documento privado o escritura pública
3. Los accionistas son responsables hasta el monto de sus aportes
4. Al constituirse la sociedad deberá suscribirse no menos del 50% del capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte de cada acción suscrita
5. El capital se divide en acciones de igual valor y son negociables libremente con sus excepciones
6. El nombre de la empresa debe contener la indicación "Sociedad Anónima" (S.A.).

### SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE

Es la compuesta por uno o varios socios comanditados que responden en forma subsidiaria, ilimitada y solidaria de las obligaciones sociales; y por uno o varios socios comanditarios que tienen la responsabilidad limitada al monto de su aportación.

#### CARACTERÍSTICAS

1. Mínimo 5 personas, no tiene máximo
2. Escritura pública o documento privado
3. Existen 2 tipos de socios: gestores y comanditarios siendo los primeros los representantes legales de la sociedad quienes deberán responder por las obligaciones de la empresa de manera solidaria. Y los segundos los socios capitalistas de la empresa (Se debe definir la duración en el documento de constitución)

4. El nombre de la sociedad por regla general debe indicar el nombre completo o solo el apellido de uno o más socios gestores seguida de la expresión "y compañía" o su abreviatura "Cía.". Seguida de la indicación abreviada S. en C.

### **SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES**

La Sociedad en comandita por acciones es la que se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales y de uno o varios socios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones.

#### **CARACTERÍSTICAS**

1. Mínimo 5 personas, no tiene máximo.
2. Escritura pública o documento privado
3. Existen 2 tipos de socios: gestores y comanditarios siendo los primeros los representantes legales de la sociedad quienes deberán responder por las obligaciones de la empresa de manera solidaria. Y los segundos, los socios capitalista de la empresa.
4. Se debe definir la duración en el documento de constitución
5. Se debe tener claridad en la razón social de estas sociedades, la cual se forma exclusivamente con el nombre completo o solo apellido de uno o más socios colectivos, seguido de la palabra "y compañía" o su abreviatura "& Cía." seguido en todo caso por las palabras "Sociedad en Comandita por Acciones" o su abreviatura "SCA".

### **SOCIEDAD COLECTIVA**

Sociedad mercantil de carácter personalista en la que todos los socios, en nombre colectivo y bajo una razón social, se comprometen a participar en la proporción que establezcan, de los mismos derechos y obligaciones, respondiendo subsidiaria, personal y solidariamente de las deudas sociales.

#### **CARACTERÍSTICAS**

1. Mínimo de socios 2, no tiene máximo.
2. Escritura pública o documento privado
3. El capital debe ser pagado en su totalidad al momento de constituirse.
4. La cesión de interés implica una reforma estatutaria, pero el cedente no queda liberado de la responsabilidad de las obligaciones anteriores sino desde que haya transcurrido un año desde la fecha de su inscripción.
5. El capital se representa en acciones de igual valor que son títulos negociables, todo ello es el capital autorizado y se debe aclarar cuánto de esto es capital suscrito y cuánto capital pagado.

### **EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO**

Son "organizaciones económicas productivas, cuyos asociados aportan su capacidad laboral, por tiempo indefinido y algunos además entregan al servicio de la organización una tecnología o destreza, y otros activos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

#### **CARACTERÍSTICAS**

1. Escritura pública o documento privado
2. Mínimo 3 personas y máximo 10 personas
3. Empresas que presten servicios el número de personas 20
4. Tiene 2 clases de aporte: 1. laborar. 2. Capital
5. Deberá cumplir con las disposiciones estipuladas por el Ministerio de la Protección Social
6. Debe indicar el tiempo de duración de la persona jurídica
7. La razón social debe acompañarse con la denominación " empresa asociativa de trabajo "

### **SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS S.A.S**

Es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Se puede constituir con una sola persona.

#### **CARACTERÍSTICAS**

1. Constitución y transformación mediante documento privado o escritura pública.
2. Mínimo 1 persona y no tiene máximo
3. Término de duración indefinida para la sociedad.
4. Objeto social indeterminado.
5. No obligatoriedad de la revisoría fiscal.
6. No es necesario la junta directiva, Basta con el representante legal.
7. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

### 3.2.3 Obligaciones de las Personas Jurídicas

- 1) Renovar la Matrícula Mercantil cada año dentro de los tres primeros meses, antes del 31 de Marzo. Esto aplica para efectos del registro mercantil.
- 2) Hacer las declaraciones tributarias en la DIAN (retención en la fuente cada mes, IVA cada dos meses, renta cada año).
- 3) Hacer el correspondiente pago de industria y comercio en la Secretaría de Hacienda (impuesto anual).
- 4) Registrar y llevar los libros mayor y balances; actas y socios (sociedades comerciales), mayor y balances; actas (empresas Unipersonales).
- 5) Reportar a la Cámara de Comercio cualquier cambio o modificación sujeta a registro, entre los cuales se encuentran: reformas, nombramientos, cambios de dirección, cambios de teléfono, entre otras, que se hagan en la sociedad o empresa unipersonal so pena de inexistencia e inoponibilidad.

## 4. PASOS PARA LEGALIZAR LA EMPRESA EN EL CENTRO ATENCIÓN EMPRESARIAL CAE

### LEGALIZACIÓN PERSONA NATURAL :

- Cédula de Ciudadanía
- Diligenciar el Formulario RUE
- Si se ha tramitado el RUT debe hacer llegar la fotocopia del mismo sino en el el Centro Atención Empresarial se deben Cancelar los derechos de Matrícula Mercantil

Pasos:

Tarifa: se tasa de acuerdo con los activos de inversión como puede observarse en las carteleras que están en nuestras sedes o en la página de la Cámara de Comercio de Neiva ([www.ccneiva.org](http://www.ccneiva.org)) en el link de servicio virtuales.

Formulario RUE:

Si se va a registrar el establecimiento de comercio se le suma el valor correspondiente.

## PASOS PARA LEGALIZACIÓN PERSONA JURÍDICA

1. DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN (ACTA - DOCUMENTO PRIVADO O ESCRITURA PÚBLICA)
2. DILIGENCIAR EL FORMULARIO RUE
3. CANCELAR LOS DERECHOS DE MATRÍCULA MERCANTIL

### Pasos

- La tarifa se tasa de acuerdo con los activos de inversión
- Impuesto de registro y estampillas
- Derechos de Cámara de Comercio
- Formulario RUE

Si se va a registrar el establecimiento de comercio, agencia o sucursal a nombre de la persona jurídica le suma el valor correspondiente que se encuentra en las carteleras que están en nuestra sede o en la página de la Cámara de Comercio de Neiva ([www.ccneiva.org](http://www.ccneiva.org)) en el link de servicio virtuales.

Nota: Sociedades por acciones: S.A. S.A.S; Sociedades en Comanditas por acciones se liquidan con base en el Capital Suscrito de la sociedad.

### AL FORMALIZARCE USTED Y SU EMPRESA OBTIENEN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE NEIVA:

1. Matrícula Mercantil.
2. Inscripción en el RUT y designación del número de identificación(DIAN).
3. Inscripción en la Secretaría de Hacienda Municipal para pagos posteriores del impuesto de industria y comercio.
4. Notificación sobre la apertura de la empresa ante:
  - PLANEACIÓN MUNICIPAL, para la verificación de uso de suelo, según actividad comercial y ubicación del establecimiento, de acuerdo con la nueva modificación del POT de Neiva.
  - BOMBEROS, para verificar el cumplimiento de las normas de seguridad.
  - CAM, para verificar el cumplimiento de las normas ambientales.
  - SECRETARÍA DE SALUD, (Saneamiento ambiental zoonosis), para verificar el cumplimiento de las condiciones higiénico-sanitarias.

## BIBLIOGRAFÍA

- **MÉNDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos. Enfoque para emprendedores- 6ª. Ed.- Bogotá D.C: Icontec Internacional**
- **Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, FONADE Modelo Plan de Negocios Fondo Emprender**
- **Fundación Coomeva. Modelo Plan de negocios**
- **Software Business in a Box. biztree**





*Innova y Aprende con...*

**Cámara**  
emprende

**Informes:**

**Cámara de Comercio de Neiva**

**Cra. 5 No. 10-38 (Piso 2)**

**Tel: 871 36 66 Ext. 115 - 164**

**[www.camaraemprendeneiva.com](http://www.camaraemprendeneiva.com)**