

Trabajos de titulación



Sandra Muñoz
Cristina Vargas
David Varea
Xavier Oviedo
Wendy Anzulez

Septiembre 2016

sandra.munoz@udla.edu.ec
cristina.vargas@udla.edu.ec
alfredo.varea@udla.edu.ec
xavier.oviedo@udla.edu.ec
wendy.anzulez@udla.edu.ec

Plan de negocio



Plan de negocio



- Documento estratégico que plantea cómo iniciar un negocio sobre una línea de productos que no se encuentra actualmente atendida por una persona natural o jurídica.
- Definirá una nueva estructura organizacional o modificará la actual para aprovechar una nueva línea de productos

Línea de productos: Conjunto de productos que se encuentran muy relacionados debido a que funcionan de forma similar, se venden a los mismos grupos de clientes, se comercializan a través de los mismos tipos de punto de venta o se encuentran dentro de determinado rango de precios. (Kotler, 2013)

Trabajos de titulación

FACEA



Plan de negocios

Plan de negocios



Oportunidad de negocio

Marketing

Estructura de la empresa

Evaluación financiera

Plan de negocios



Oportunidad de negocio

- Análisis de entorno (PESTEL)
- Análisis de industria (PORTER)
- Investigación de mercado

Marketing

- Estrategia de marketing (Mercado objetivo y Diferenciación)
- Mix de marketing

Plan de negocios



Estructura de la empresa

- Visión y Misión
- Objetivos y estrategias
- Áreas funcionales y personal
- Estructura de operaciones

Evaluación financiera

- Proyección de balances
- Monto de inversión y financiamiento
- Indicadores de liquidez, endeudamiento, actividad, rentabilidad o crecimiento
- Significativo y comparado

Bibliografía



- ❧ David, F. R. (2008). *Conceptos de ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA* (Decimo primera ed.). (S. Books and Words Solutions, Trad.) Mexico D.F.: Pearson.
- ❧ Ellet, W. (2007). *The case study handbook* (Primera ed.). Boston, Massachusetts, Estados Unidos de América: Harvard Business School Press.
- ❧ Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (Décimo primera ed.). (G. Dominguez Chavez, Ed.) Naucalpan de Juarez, Estado de México, México: Pearson.
- ❧ Porter, M. E. (Enero de 2008). The five competitive forces that shape the strategy. (P. Crowther, Ed.) *Harvard Business Review*, 78-93.
- ❧ Robins, & Coulter. (2010). *Administración* (Décima ed.). Mexico: Pearson.
- ❧ Ross, S., Weterfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de finanzas corporativas* (Novena edición ed.). Mexico DF, Máxico: McGrawHill.
- ❧ Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2007). *New venture creation entrepreneurship for the 21st century* (Séptima edición ed.). (J. E. Biernat, Ed.) New York, New york, Estados Unidos de América: McGraw-Hill.

Argumentación



Argumentación



☞ Conclusión.

☞ ¿Por qué se llega a esa conclusión?

☞ Evidencias que la demuestran.

Qué



Por qué



Evidencias

(Ellet, 2007)

El tutor



Tutor



- ❧ Acompañamiento de la elaboración del trabajo
- ❧ 12 sesiones
- ❧ Diferenciar y cuidar las estructuras de análisis y redacción.
- ❧ Cuidar la secuencia adecuada de los distintos pasos del proceso.
- ❧ Revisar oportunamente los avances.
- ❧ Leer el trabajo de titulación completo antes de entregar su informe.

Tutor



- ❧ Cuestionar al estudiante la argumentación de las afirmaciones y conclusiones del trabajo.
- ❧ Evaluar la calidad de las referencias y su correcta citación mediante APA.
- ❧ Presentar el informe dentro del plazo establecido.

Tutor



Cronograma

<u>Semana de clases reales</u>	<u>Fecha</u>	<u>Tema a tratar</u>	<u>Entregables</u>	<u>Extensión en páginas</u>	<u>Actividades adicionales</u>
0	Mayo 16	Presentación alumnos MET			
0	Junio 17	Entrega de formularios			
0	Septiembre 5	Asignación docentes guías			
1	Sep 12 – Sep 16	Análisis de entorno			
2	Sep 19 – Sep 23	Análisis de mercado	Análisis de entorno (PESTEL, PORTER)	11	
3	Sep 26 – Sep 30	Análisis de mercado			
4	Oct 3 – Oct 7	Análisis de mercado			
5	Oct 10 – Oct 14	Oportunidad de negocio y Estrategia de marketing	Análisis de mercado (Investigación exploratoria cualitativa y cuantitativa)	7	
6	Oct 17 – Oct 21	Mix de marketing Aplicación al modelo financiero	Oportunidad de negocio y Estrategia de marketing (Oportunidad de negocio encontrada, Mercado objetivo, Diferenciación)	4	
7	Oct 24 – Oct 28	Mix de marketing Aplicación al modelo financiero			
8	Nov 7 – Nov 11	Estructura organizacional y operacional Aplicación al modelo financiero	Mix de marketing (Producto costeadado, Precio (ventas proyectadas); Plaza costeadada y Promoción costeadada)	14	
9	Nov 14 – Nov 18	Evaluación financiera	Estructura organizacional y operacional (Plan operaciones costeadado, Estructura administrativa)	9	

Tutor

PLAN DE NEGOCIOS 2017-1

Índice

1 INTRODUCCIÓN (2 PÁGINAS)

1.1 Justificación del trabajo

1.1.1 Objetivo General del trabajo

1.1.2 Objetivos Específicos del trabajo (temas que se abordarán a lo largo del documento)

2 ANÁLISIS ENTORNOS (11 PÁGINAS)

2.1 Análisis del entorno externo

2.1.1 Entorno externo (entorno económico, político, social, y tecnológico)

2.1.2 Análisis de la industria (Porter)

2.2 Análisis interno (si aplica)

3 ANALISIS DEL CLIENTE (7 PÁGINAS)

3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa

4 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO (4 PÁGINAS)

4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada, sustentada por el análisis interno, externo y del cliente

5 PLAN DE MARKETING (14 PÁGINAS)

5.1 Estrategia general de marketing

5.1.1 Mercado Objetivo

5.1.2 Propuesta de valor

5.2 Mezcla de Marketing

6 PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (9 PÁGINAS)

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

Normativa



- ☞ Un ejemplar del documento final escrito del trabajo (que será conservado en Biblioteca) en papel blanco, **tamaño A4**, de 75 gramos, con **letra Arial tamaño 12** (excluyendo anexos), impreso **a una cara, con interlineado de un espacio y medio**, texto justificado escrito en procesador de textos computarizado, en idioma español, empastado.
- ☞ Deberá dejarse un **margen idéntico a los 4 lados de 3 cm.**
- ☞ Las páginas anteriores a la Introducción no se numerarán. A partir de la Introducción se iniciará la numeración en la parte superior derecha con números arábigos de manera consecutiva y secuencial.
- ☞ Para el documento empastado se usará espacio y medio entre renglones sucesivos del texto y se imprimirá a una cara. Los párrafos deberán estar espaciados entre sí, doble espaciado de espacio y medio.

El corrector



Corrector



- ❧ Leer el trabajo de titulación completo.
- ❧ Asegurar la fundamentación académica de las afirmaciones y conclusiones del trabajo.
- ❧ Evaluar si el documento cumple con la estructura formal requerida para un trabajo de titulación.

Corrector



- ❧ Evaluar el proceso de análisis que lleva a las conclusiones del trabajo.
- ❧ Asegurar la correcta citación de fuentes mediante APA.
- ❧ Presentar el informe dentro del plazo establecido.
- ❧ El corrector no evalúa la viabilidad del proyecto, sino que se asegura que los pasos del proceso se siguieron de forma correcta y sustentan las conclusiones alcanzadas.

Calificación



Rúbrica



- ❧ Criterios y descriptores
- ❧ Evaluación de los criterios cumpliendo los descriptores
- ❧ Se evalúa estrictamente el descriptor

Rúbrica



	3	2	1	0	
Análisis interno y externo	<p>El documento usa exclusivamente fuentes de información válidas</p> <p>-En el caso de planes de negocio enfocados a importación o exportación de bienes o servicios</p> <p>El documento hace referencia correcta a fuentes secundarias de información sobre el mercado a atender si este no se encuentra en Ecuador</p>	<p>Al menos el 70% de las fuentes utilizadas en el documento son válidas</p> <p>-En el caso de planes de negocio enfocados a importación o exportación de bienes o servicios</p> <p>El documento hace referencia a fuentes secundarias de información sobre el mercado a atender si este no se encuentra en Ecuador con errores leves</p>	<p>Al menos el 50% de las fuentes utilizadas en el documento son válidas</p> <p>-En el caso de planes de negocio enfocados a importación o exportación de bienes o servicios</p> <p>El documento hace referencia a fuentes secundarias de información sobre el mercado a atender si este no se encuentra en Ecuador con errores graves</p>	<p>El documento no usa fuentes de información válidas</p> <p>-En el caso de planes de negocio enfocados a importación o exportación de bienes o servicios</p> <p>El documento no hace referencia a fuentes secundarias de información sobre el mercado a atender si este no se encuentra en Ecuador a pesar de existir</p>	2,5

Blog FACEA



Blog FACEA

FACEA

CATEGORÍAS

[Evaluación Proceso de Titulación Nueva Modalidad](#)

[Examen Complexivo](#)

[Fechas Importantes
Procesos de Titulación](#)

[Intercambios](#)

[MET500](#)

[Proceso de Titulación
Economía Inicio Marzo
2016](#)

[Proceso de Titulación
Economía Inicio
Septiembre 2016](#)

[Proceso de Titulación Inicio
Diciembre 2015](#)

[Proceso de Titulación Inicio
Marzo 2016](#)

[Proceso de Titulación Inicio
Septiembre 2015](#)

[Proceso de Titulación Inicio
Septiembre 2016](#)

[Proceso de Titulación
Modalidad Antigua Inicio
antes de Septiembre 2015](#)

[Titulación](#)

[Tutorías](#)

Category Archives: Proceso de Titulación Inicio Septiembre 2016

PROCESO DE TITULACIÓN INICIO SEPTIEMBRE 2016

INFORMACIÓN PARA ALUMNOS QUE INICIARÁN SU PROCESO DE TITULACIÓN EN SEPTIEMBRE 2016

© 13 MAYO, 2016

A continuación podrán encontrar información relevante para la elaboración del plan de titulación

[Formulario para Toma de Decisión de las Nuevas Modalidades de Titulación](#)

[Lista de docentes guías](#)

[Aclaración IMPORTANTE para los estudiantes que se cambien de la modalidad antigua a las nuevas modalidades de titulación](#)

[Información importante sobre el proceso de titulación](#)

Normativas del Trabajo de Titulación: <http://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2016/08/Guia-General-de-Titulacion.pdf>

blogs.udla.edu.ec/facea/



- ❧ Formulario para Toma de Decisión de las Nuevas Modalidades de Titulación
- ❧ Lista de docentes guías
- ❧ Aclaración IMPORTANTE para los estudiantes que se cambien de la modalidad antigua a las nuevas modalidades de titulación
- ❧ Información importante sobre el proceso de titulación
- ❧ Normativas del Trabajo de Titulación: <http://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2016/08/Guia-General-de-Titulacion.pdf>
- ❧ Normas apa
- ❧ Definición de plan de negocio y plan de mejora
- ❧ Índice plan de negocios
- ❧ Índice plan de mejora
- ❧ Cronograma planes de negocio
- ❧ Cronograma planes de mejora
- ❧ Rúbrica de planes de negocio
- ❧ Rúbrica de planes de mejora
- ❧ Formulario de registro- de tutorías

Plan de negocios



❧ Limitación en la extensión del documento

THE NUTS & BOLTS OF GREAT BUSINESS PLANS

2014



*Entrepreneurship
& Emerging Enterprises*

SYRACUSE UNIVERSITY

(Revised November 2014)

Dream > Believe > Pursue

Índice del plan de negocio

- ❧ 1 INTRODUCCIÓN (2 PÁGINAS)
- ❧ 2 ANÁLISIS ENTORNOS (11 PÁGINAS)
- ❧ 3 ANALISIS DEL CLIENTE (7 PÁGINAS)
- ❧ 4 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO (4 PÁGINAS)
- ❧ 5 PLAN DE MARKETING (14 PÁGINAS)
- ❧ 6 PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (9 PÁGINAS)
- ❧ 7 EVALUACIÓN FINANCIERA (7 PÁGINAS)
- ❧ 8 CONCLUSIONES GENERALES (2 PÁGINAS)
- ❧ ANEXOS (12 PÁGINAS)

THE NUTS & BOLTS OF
GREAT BUSINESS
PLANS

2014



Entrepreneurship
& Emerging Enterprises

SYRACUSE UNIVERSITY

(Revised November 2014)
Dream > Believe > Pursue

2. ANÁLISIS ENTORNOS



(11 PÁGINAS)

Cristina Vargas

Planes de negocio que contengan enfoque internacional:

❧ Aplicación de un régimen de importación/exportación



❧ Benchmarking internacional

❧ Filial de comercialización o buscadora de recursos

❧ Exportación de servicios

❧ Licencia o representación comercial

Rúbrica Planes de

Análisis de entorno: **Negocios**

- PEST del mercado donde se realizará la producción.
- PEST del mercado donde se realizará la venta del producto.
- PORTER del mercado donde se venderá el producto.

Se debe usar fuentes de información válidas.

Variables PEST

Políticos	Económico	Social	Tecnológicos
Organización del gobierno (sistema jurídico, político)	Crecimiento económico	Distribución del ingreso	Gasto gobierno en educación e investigación
Orientación política	Política monetaria Desempleo, PIB, PIB per cápita, Inflación	Demografía (tasas de crecimiento)	Tasa de transferencia de tecnología
Estabilidad política	Tipo de cambio	Movilidad laboral y social	Uso y costos de energía
Política comercial (libre mercado o proteccionismo, ACRs)	Gasto público	Cambios en estilo de vida	Penetración de internet
Políticas fiscales	Tasa de interés	Actitud respecto al trabajo y el ocio	Ciclo de obsolescencia de tecnología
Legislación de cumplimiento de contratos y consumidores	IDH	Niveles de educación	Conectividad (logística, infraestructura)
Legislación ambiental	Balanza comercial	Sensibilidad respecto a salud, educación y seguridad	
Legislación laboral	(estadísticas M/X)	Distancia cultural	
Estabilidad política			

- Las variables incluidas así como las fuentes de información brindadas constituyen una sugerencia de los elementos a ser considerados; cada estudiante de realizar el análisis de qué variables impactan su proyecto así como las fuentes utilizadas.

Análisis de variables con impacto significativo para el proyecto

- ¿Qué podemos hacer para evitar los cambios que tienen un impacto desfavorable?

LISTA DE <u>FACTORES</u>	<u>Impacto</u>

Lista de factores y fuentes

Político y legal	Fuentes de consulta online	Website
<p>Organización del gobierno (sistema jurídico, político)</p> <p>Orientación política</p> <p>Estabilidad Política</p> <p>Política comercial (Libre mercado o proteccionismo, Acuerdos de Comercio en los que participa el país y que puedan intervenir en el proyecto</p> <p>Política fiscal</p> <p>Legislación vinculada al cumplimiento de contratos</p> <p>Legislación protección del consumidor</p> <p>Legislación laboral</p> <p>Legislación ambiental</p> <p>Legislación específica sobre el producto: arancelaria, no arancelaria: certificaciones, etiquetado, etc</p>	<p>Doing Business</p> <p>Indice Kof</p> <p>Freedom House Index</p> <p>World Trade Alert</p> <p>The rule of law Index</p> <p>OMC: Exámenes de políticas comerciales</p> <p>Entidades de fomento al comercio: Proecuador, Prochile, Promperú, etc.</p> <p>Ministerios de Comercio y/o Oficinas de Aduana</p> <p>Ej: Ministerio de Comercio de Ecuador, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador</p> <p>Market Access Map</p> <p>Trade Map</p> <p>OMC: Estadísticas de consumo servicios</p>	<p>http://espanol.doingbusiness.org/rankings</p> <p>http://globalization.kof.ethz.ch/</p> <p>https://freedomhouse.org/</p> <p>http://www.globaltradealert.org/</p> <p>http://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index</p> <p>https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tpr_s.htm</p> <p>http://www.proecuador.gob.ec/</p> <p>http://www.comercioexterior.gob.ec/</p> <p>http://www.macmap.org/</p> <p>http://www.trademap.org/</p> <p>https://www.wto.org/spanish/res_s/statistics/its2015_s/its15_toc_s.htm</p>

Económico	Fuentes de consulta online	Website
PIB, PIB per cápita, Inflación, Desempleo, % crecimiento PIB, Índice GINI, Tipo de cambio, Tasa de interés, IDH Balanza comercial (estadísticas de M/X de la partida arancelaria del producto) Gasto público	Banco Mundial Bancos Centrales Ej: Banco Central del Ecuador FMI	http://datos.bancomundial.org/tema/economia-y-crecimiento https://www.bce.fin.ec/ http://www.imf.org

Social, demográfico, cultural	Fuentes de consulta online	Website
Distribución del ingreso Movilidad laboral y social Cambios en estilo de vida Actitud respecto al trabajo y ocio Niveles de educación Distancia cultural en caso de proyectos internacionales Factores culturales que favorecen o no la comercialización del producto Análisis demográfico de la población: genero, edad, concentración, estratificación socio-económica, segmentación poblacional, movilidad social Identificación de la potencial demanda/segmentación.(indicadores familiares de consumo, consumo per cápita, gasto familiar, etc)	CIA Factbook Banco Mundial FMI, World Economic Outlook Database CEPAL Santander Trade Hofstede Entidades de fomento al comercio: Proecuador, Prochile, Promperú, ICEX etc.	https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/ http://datos.bancomundial.org/tema/economia-y-crecimiento http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/update/01/ http://www.cepal.org/es https://www.geert-hofstede.com/ http://www.proecuador.gob.ec/ http://www.icex.es/

Tecnológicos	Fuentes de consulta online	Website
Gasto del gobierno en investigación Tasa de transferencia de tecnología Costos de la energía Penetración de internet Ciclo de obsolescencia de tecnología Conectividad (logística internacional, infraestructura, bancos, seguros)	Doing Business Banco Mundial: Logistics Performance Index Cotizadores de empresas de transporte internacional Ej: UPS, MAERSK	http://espanol.doingbusiness.org/rankings http://lpi.worldbank.org/ https://wwwapps.ups.com/fctc/timeandcost?loc=es_PR https://www.maerskline.com/es-ec/

Doing Business

REGIÓN América Latina y el Caribe

CATEGORÍA DE INGRESO Ingreso alto medio

POBLACIÓN 15.737.878

INB PER CÁPITA (US\$) 5.510

CIUDAD CUBIERTA Quito

DOING BUSINESS 2015 CLASIFICACIÓN

115

DOING BUSINESS 2015 DAF** (PUNTOS PORCENTUALES)

58,88

DOING BUSINESS 2014 CLASIFICACIÓN***

115

DOING BUSINESS 2014 DAF** (PUNTOS PORCENTUALES)

58,30

CAMBIO

0

CAMBIO EN DAF** (PUNTOS PORCENTUALES)

↑ 0,58

Clasificación

Distancia a la frontera

TEMAS	DB 2015 Clasificación	DB 2014 Clasificación	Cambio
Apertura de un negocio	165	157	+ .8
Manejo de permisos de construcción	59	59	No cambio
Obtención de Electricidad	120	116	+ .4
Registro de propiedades	80	79	+ .1
Obtención de crédito	89	86	+ .3
Protección de los inversionistas minoritarios	117	136	+ 19
Pago de impuestos	138	133	+ .5
Comercio transfronterizo	114	116	+ 2
Cumplimiento de contratos	88	88	No cambio
Resolución de la insolvencia	151	150	+ .1

Apertura de un negocio

165

Manejo de permisos de construcción

59

Obtención de Electricidad

120

Registro de propiedades

80

Obtención de crédito

89

Protección de los inversionistas minoritarios

117

Pago de impuestos

138

Comercio transfronterizo

114

Cumplimiento de contratos

88

Resolución de la insolvencia

151



TRADE MAP

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.



[Inicio & Búsqueda](#) [Disponibilidad de Datos](#) [Documentos de referencia](#) [Otras Herramientas del ITC](#) [Más](#) [Iniciar sesión](#) [Español](#)

Trade Map proporciona - en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras. Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del Sistema Armonizado. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de línea arancelaria.

Importaciones Exportaciones

Servicio **Producto**

Single Grupo

Ingrese una palabra clave o un código del producto (ou el código de la partida)

[Búsqueda avanzada](#)

País Region

Ingrese un país/territorio o una región

[Búsqueda avanzada](#)

Indicadores

Serías Anuales

Serías Trimestrales

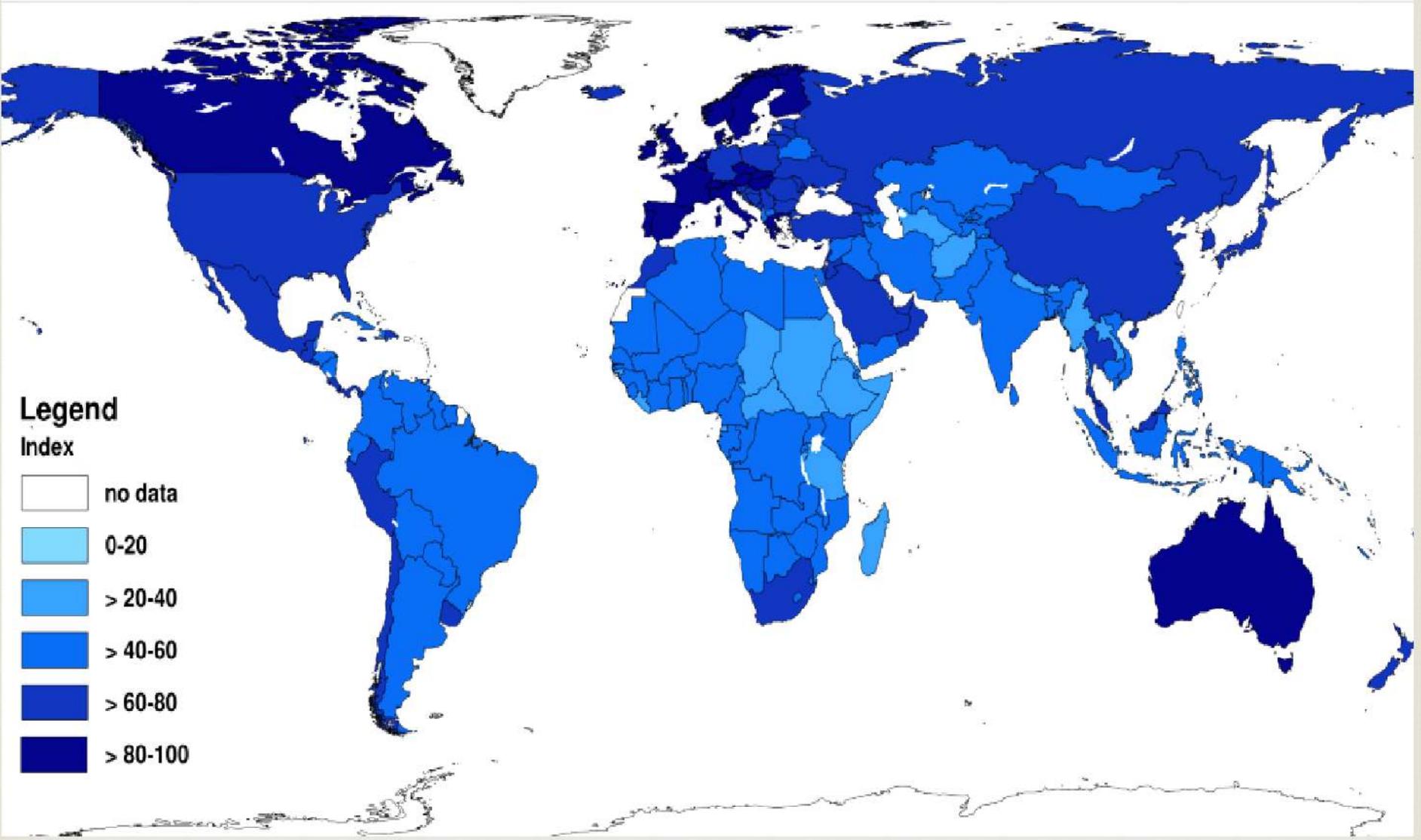
Serías Mensuales

Empresas

Concentración y distancia media en 2015
Producto importado : Total

Evolución de los países importadores
Producto : Total

KOF Index of Globalization 2011



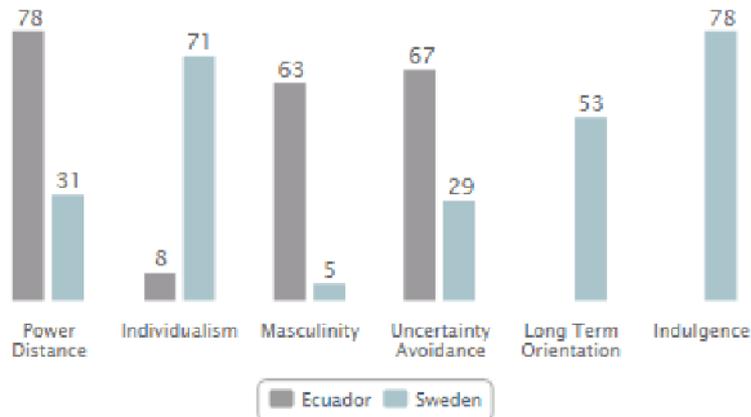
GEERT HOFSTEDE



- GEERT HOFSTEDE ▼
- CULTURAL DIMENSIONS ▼
- THE HOFSTEDE CENTRE ▼
- CERTIFICATION COURSES ▼
- TOOLS NEW

Select a Country ▼ Sweden ▼

Ecuador
in comparison with Sweden



Compare your personal cultural preferences to a country of your interest — take the [Culture Compass](#)

[See all tools](#)

Upcoming Events

Certification in Intercultural Management

The Hague, The Netherlands

October 10-14 2016



Upcoming Free Webinars

October 2016						
S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22



EL BANCO MUNDIAL

BIRF - AIF

Trabajamos por un mundo sin pobreza

[English](#)
[Español](#)
[Français](#)
[العربي](#)
[Русский](#)
[中文](#)

Búsqueda


[Portada](#)
[Quiénes Somos](#)
[Datos](#)
[Investigación](#)
[Aprendizaje](#)
[Noticias](#)
[Proyectos](#)
[Publicaciones](#)
[Países](#)
[Temas](#)

Datos

[Países](#)
[Temas](#)
[Indicadores](#)
[Índice de datos](#)
[Micro datos](#)
[Iniciativas](#)
[Lo último](#)
[Ayuda](#)
[Productos](#)

 Esta página en [English](#) | [Español](#) | [Français](#) | [العربية](#) | [中文](#)
[COMPARTIR](#)

Ecuador

América Latina y el Caribe (países en desarrollo solamente)

Nivel de ingresos

Ingreso mediano alto

PIB (US\$ a precios actuales)

\$100,9 mil millones 2014

Población, total

15,90 millones 2014

VER

- ▶ [Indicadores del desarrollo mundial](#)
- ▶ [Perspectivas económicas mundiales - Pronósticos](#)
- ▶ [Proyectos y operaciones](#)
- ▶ [Finanzas](#)
- ▶ [Encuestas](#)
- ▶ [Cambio climático](#)

Indicadores del desarrollo mundial

Cree gráficos y mapas y compare más de 1.000 indicadores de series cronológicas de los Indicadores del desarrollo mundial y más de 5.000 de otras colecciones, como Estadísticas de género, Indicadores del desarrollo de África

Inscripción escolar, nivel primario (% bruto)

112% 2013

Emisiones de CO2 (toneladas métricas per cápita)

2,4 2011

[portada](#) > [temas comerciales](#) > [acuerdos comerciales regionales](#)



Acuerdos comerciales regionales

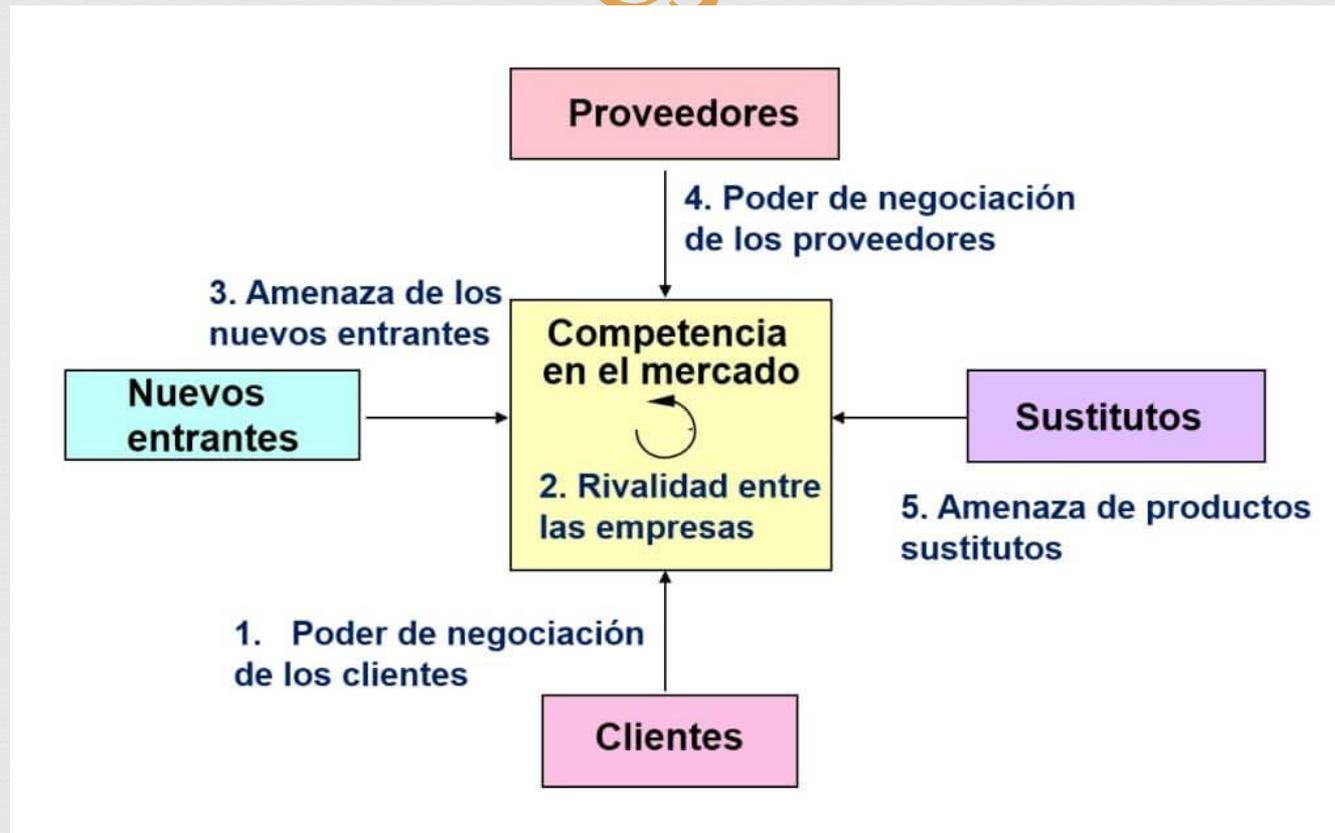
El número de acuerdos comerciales regionales (ACR) no ha dejado de aumentar desde principios del decenio de 1990. A 1 de julio de 2016 se habían notificado al GATT/OMC unos 635 ACR (si se cuentan por separado bienes y servicios), de los cuales 423 estaban en vigor. Estas cifras de la OMC corresponden a 460 ACR establecidos (acuerdos sobre mercancías, sobre servicios y de adhesiones), 267 de los cuales están en vigor actualmente

En el contexto de la OMC, la característica común de todos los ACR es que son acuerdos comerciales recíprocos entre dos o más socios. La información sobre los ACR notificados a la OMC puede consultarse en la [Base de datos sobre los ACR](#).

La OMC también recibe notificaciones de sus Miembros relativas a arreglos comerciales preferenciales (ACP). En el marco de la OMC, los ACP constituyen preferencias comerciales unilaterales. La información sobre los ACP notificados a la OMC puede consultarse en la [Base de datos sobre los ACP](#).

Análisis de la industria

(Usar código CIU identificado)



Poder de negociación de los clientes:

- ❧ Considerar las características de los clientes que influirán en el éxito del negocio.
- ❧ Hábitos de consumo, formas de pago, seriedad en los pedidos, tasas de uso del bien o servicio

Rivalidad entre las empresas:

- ❧ Industria fragmentada (existen muchas empresas competidoras y todas con participaciones similares)
- ❧ Industria concentrada (existen dos o tres empresas que controlan la mayor proporción del mercado).

Amenaza de nuevas empresas:

- ❧ Considerar los principales tipos de barreras de entrada existentes.
- ❧ Gubernamentales (trámites y requisitos que pone el gobierno para instalar un negocio)
- ❧ Economías de escala (si existen empresas en la industria que operan volúmenes escalados o si el tipo de negocio tiene escalas reducidas.
- ❧ Inversión a realizar
- ❧ Acceso a canales de distribución
- ❧ Lealtad de los clientes o diferenciación del producto que motive el cambio
- ❧ Costo del cambio de proveedor o de mercado.

Poder de negociación de los proveedores

- ❧ Se refiere a las características de los proveedores de la industria, no a los de la empresa a constituir.
- ❧ Existe disponibilidad de proveedores para poner en marcha la nueva propuesta de negocio.
- ❧ Posibilidad de proveedores internacionales

Productos sustitutos

- ❧ Productos que cubren la misma necesidad que el propuesto
- ❧ Cantidad de productos sustitutos existentes
- ❧ Disponibilidad y grado en el que satisfacen la misma necesidad.

3. ANÁLISIS DEL CLIENTE



(7 PÁGINAS)

David Varea

ANALISIS DEL CLIENTE

- ❧ Investigación cualitativa
- ❧ Investigación cuantitativa
- ❧ Conclusiones preferencias cliente
- ❧ Conclusiones necesidades cliente

ANALISIS DEL CLIENTE

❧ Investigación cualitativa

- ❧ Focus Group

- ❧ Dos entrevistas a profundidad a expertos en el tema

- ❧ Dos entrevistas a profundidad a clientes*

❧ Investigación cuantitativa

- ❧ Sondeo descriptivo (encuestas) 50 personas

- ❧ Sondeo descriptivo (encuestas) 10 personas*

* Planes de negocio enfocados en negocios internacionales

ANALISIS DEL CLIENTE

- ❧ Conclusiones preferencias cliente
 - ❧ Sustentar comportamiento de compra
- ❧ Conclusiones necesidades cliente
 - ❧ Sustentar mercado objetivo

4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO



(4 PÁGINAS)

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO



☞ Sustentada por análisis externo/interno

☞ Conclusiones análisis del cliente

5. PLAN DE MARKETING



(14 PÁGINAS)

Xavier Oviedo

Estrategia de marketing



Elegir el
cliente a
atender

- Segmentar
- Escoger el mercado objetivo

Propuesta
de valor

- Diferenciación
- Posicionamiento

Producto

Mezcla de productos

Niveles de producto

Ancho -> líneas

Beneficio básico

Largo -> Producto /
línea

Producto real

Profundidad ->
versiones de producto

Producto aumentado

Precio

Estrategia general de precio

- Costos
- Valor

Estrategia de productos nuevos

- Penetración
- Descremado

Estrategia de ajuste

- De descuento
- Por segmentos
- Psicológica
- Promocional
- Geográfica
- Dinámica
- Internacional

Plaza

Estrategia de distribución

Intensiva

Exclusiva

Selectiva

Tipo de canal

Directo

Indirecto

Tipo de minorista

Tienda de especialidad

Tienda departamental

Supermercado

Tienda de conveniencia

Tienda de descuento

Minorista de descuento

Hipermercado

Promoción



Referencias

- ❧ Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (Décimo primera ed.). (G. Dominguez Chavez, Ed.) Naucalpan de Juarez, Estado de México, México: Pearson.
- ❧ Ellet, W. (2007). *The case study handbook* (Primera ed.). Boston, Massachusetts, Estados Unidos de América: Harvard Business School Press.

6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

(9 PÁGINAS)

Wendy Anzulez

```
graph LR; A[6.1 Misión, visión y objetivos de la organización] --- B[6.2 Plan de Operaciones]; B --- C[6.3 Estructura Organizacional];
```

6.1 Misión,
visión y
objetivos de la
organización

6.2 Plan de
Operaciones

6.3 Estructura
Organizacional

Misión, visión y objetivos

Deben estar alineadas entre sí

Misión:

Producto, clientes,
mercado, ventaja
competitiva, empleados

Visión:

Mercado, tiempo

Objetivos: SMART

Mediano y largo plazo
(alineados con el análisis
del entorno, cliente e
investigación de mercado
realizadas)

Plan de Operaciones

Mapa de procesos,
flujograma de procesos,
análisis de tiempos

Infraestructura,
maquinarias,
equipos,
tecnología,
materia prima,
etc.

Estructura Organizacional

Estructura
legal

- Constitución de la compañía (costo)

Diseño
organizacional

- Tipo de estructura
- Organigrama
- Costos (roles)

Bibliografía



- ❧ Alcaráz, R. (2011). El emprendedor de éxito. México: McGraw Hill.
- ❧ David, F. (2013). Conceptos de Administración estratégica. (14a ed). Naucalpan de Juárez, México: Pearson
- ❧ Heizer, J. y Render, B. (2009). Principios de Administración de Operaciones. México: Pearson.
- ❧ Jones, G. (2013). Teoría Organizacional. (7a Ed). México: Pearson.
- ❧ Kaplan, R., & Norton, D. (2007). Mapas Estratégicos. Gestión 2000.
- ❧ Ley de Compañías. Registro Oficial 312 de 05-nov.-1999 Última modificación: 22-may.-2016
- ❧ Pérez, J. (2012). Gestión por procesos. (5ª ed.). Madrid, España: Editorial ESIC.
- ❧ Pardo, J. (2012). Configuración y usos de un mapa de procesos. AENOR.
- ❧ Robbins S. Coutler M. (2014). *Administración*. (12ª ed.). México. Pearson.
- ❧ Schroeder, R. (2011). Administración de Operaciones. México: McGraw Hill.

7. EVALUACIÓN FINANCIERA



(7 PÁGINAS)

Sandra Muñoz

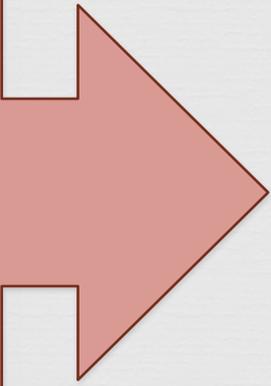
FINANZAS

- ❧ Componentes del capítulo financiero - Contabilidad
 - ❧ Proyección de ingresos, costos y gastos (costos)
 - ❧ Determinación de inversión inicial y financiamiento (estructura de capital)
 - ❧ Elaboración de Estados Financieros
 - ❧ Estado de Resultados
 - ❧ Estado de Situación Financiera
 - ❧ Estado de Flujos de Efectivo (sirve para determinar la inversión inicial en capital neto de trabajo - cuadra la cuenta de efectivo en el estado de situación financiera)

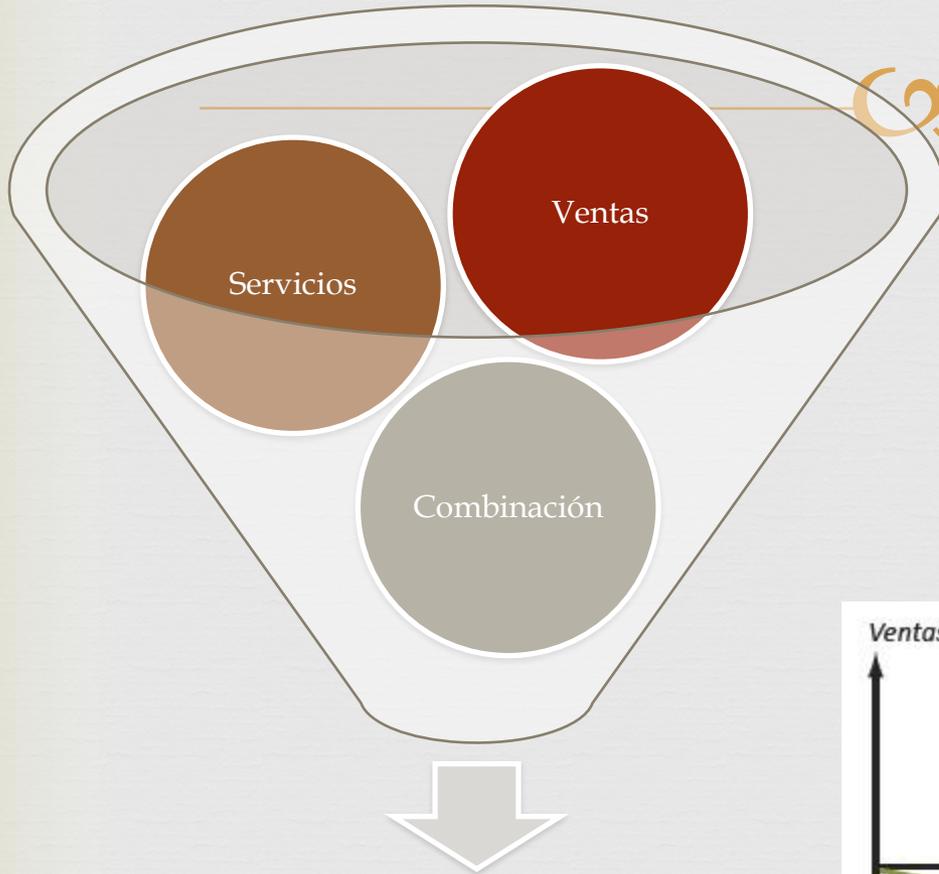
ESTADO DE RESULTADOS



Muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado



INGRESOS

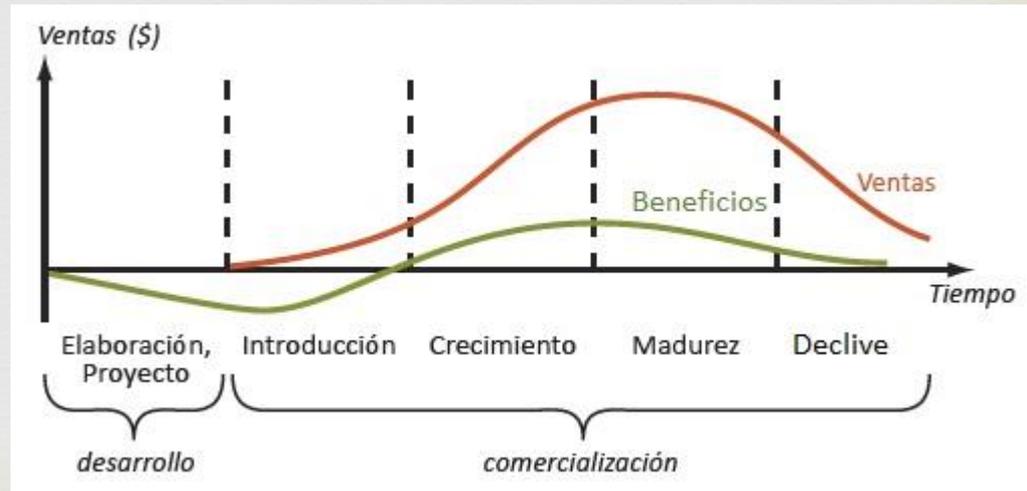


ALINEADOS A:

- CIUU
- Oferta
- Demanda
- Demanda insatisfecha
- Mercado relevante y cliente potencial
- Plan de Marketing
- Objetivos y Estrategias

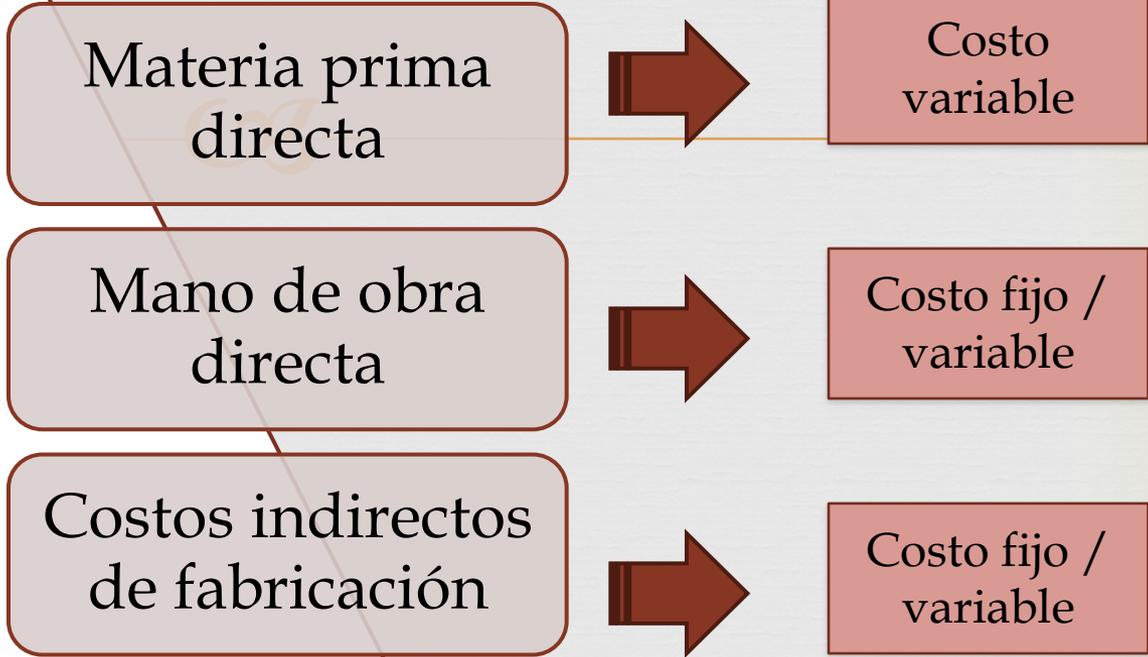
Proyecciones

Política de cuentas por cobrar



COSTOS

*Desembolso económico que
representa la fabricación de
un producto o la prestación
de un servicio*



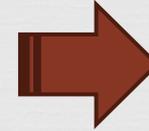
Mano de obra indirecta
Materiales indirectos
Otros costos indirectos de fabricación

**COSTO DE PRODUCCIÓN Y
COSTO DE VENTAS**

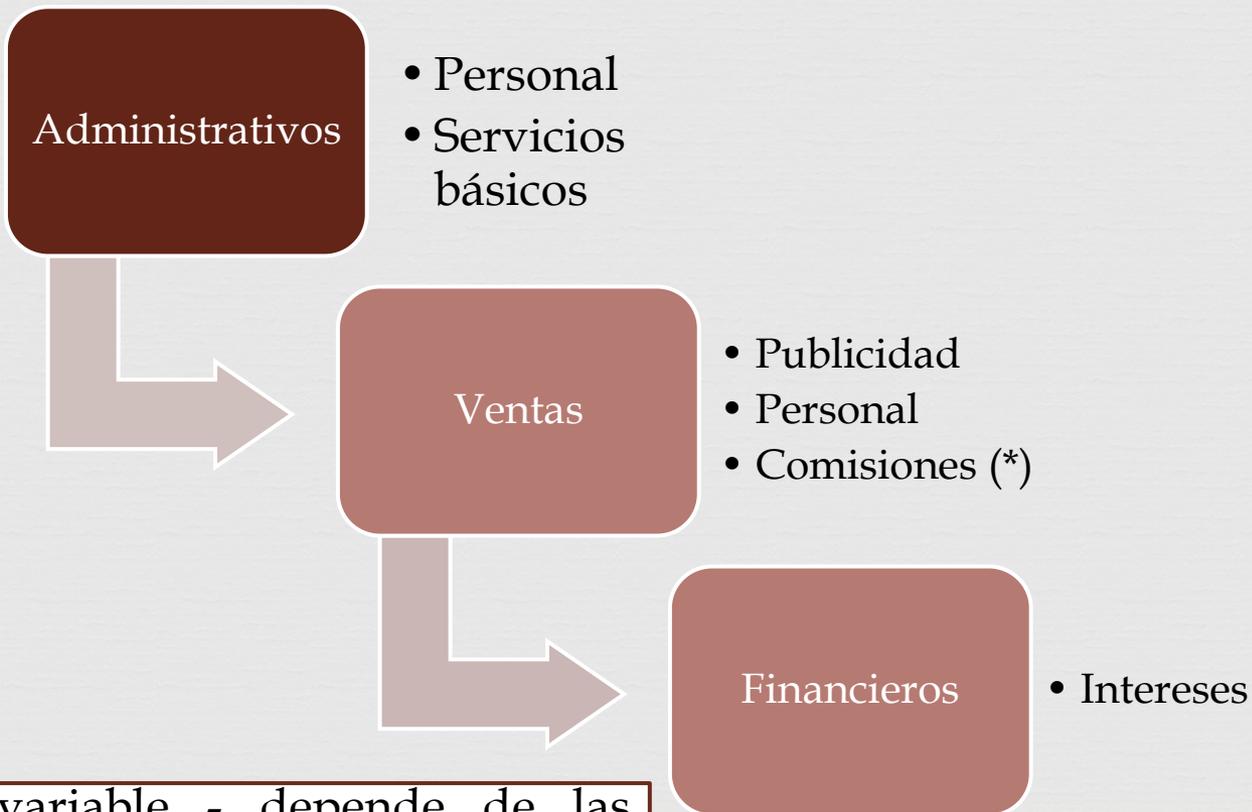
Política de Inventario /
Política de Cuentas por
pagar

GASTOS

Partida contable que cierta y directamente disminuye el beneficio, o en su defecto, aumenta la pérdida.

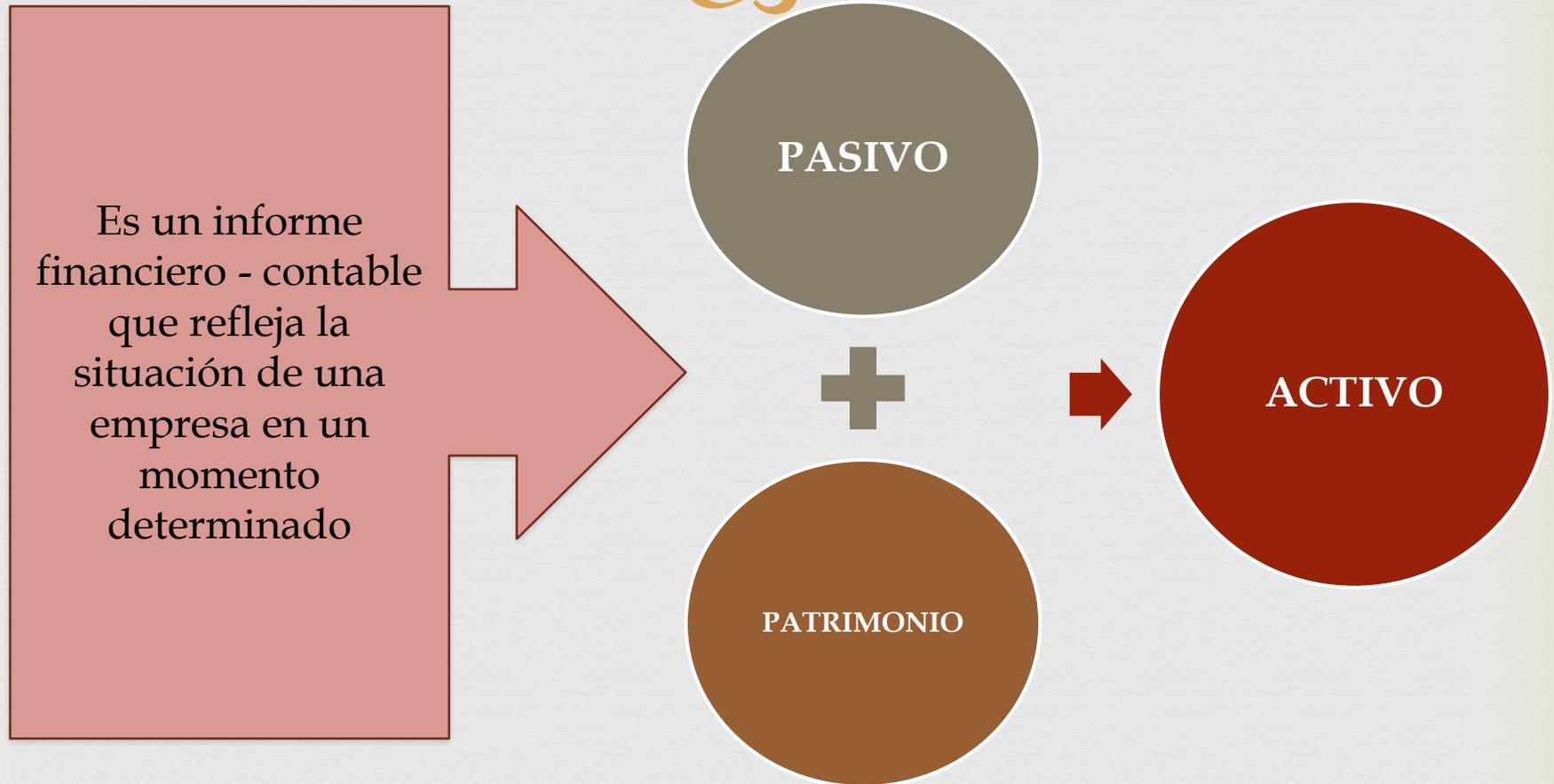


Costo fijo



(*) Costo variable - depende de las ventas

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA



ESTADO DE SITUACIÓN

FINANCIERA

PASIVO CORRIENTE

- Cuentas por pagar proveedores
- Sueldos por pagar
- Impuestos por pagar

PASIVO NO CORRIENTE

- Deuda a largo plazo (financiamiento)



ACTIVO CORRIENTE

- Efectivo
- Inventario
- Cuentas por cobrar

ACTIVO NO CORRIENTE

- Propiedad, planta y equipo (inversiones)
- Activos Intangibles
- Depreciaciones y amortizaciones

- Capital
- Utilidad del ejercicio / Utilidades retenidas

FINANZAS

- ❧ Componentes del capítulo financiero - Finanzas
 - ❧ Indicadores financieros comparados con la industria
 - ❧ Determinación de flujos de caja (proyecto e inversionista)
 - ❧ Determinación de las tasas de descuento (CAPM; WACC)

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

FEO +

CAPEX +

VRDI

VARIACIÓN CTN +

= FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Cómo calculamos el
Flujo de caja del
proyecto?

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

PRÉSTAMO +

PAGO DE INTERESES -

PAGO DE DEUDA (AMORTIZACIÓN) -

ESCUDO FISCAL +

= FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Cómo calculamos el Flujo de caja del inversionista?

CRITERIOS DE INVERSION

- Se acepta si es positivo

- Se acepta si supera la tasa de descuento

VPN

TIR

IR

PRC

- Se acepta si es mayor a uno, y si supera el requisito planteado

- Se acepta si es menor al tiempo requerido

FINANZAS - NOTAS IMPORTANTES

- ∞ El “Estado de Flujos de Efectivo” no es igual al “Flujo de Caja o Flujo de Efectivo”
 - ∞ Para el Estado de flujos de efectivo ver:
 - ∞ **Capítulo 13.** Libro de Contabilidad de Horngren
 - ∞ Para el Flujo de caja o Flujo de efectivo ver:
 - ∞ **Capítulo 10.** Libro de Fundamentos de finanzas corporativas de Ross.

FINANZAS - NOTAS IMPORTANTES



- ❧ Para el análisis de financiero se debe comparar a la empresa con la industria
 - ❧ Para las razones financieras ver:
 - ❧ **Capítulo 3.** Libro de Fundamentos de Finanzas Corporativas de Ross.
 - ❧ Para la industria ver:
 - ❧ Página “Info Empresas” de la Superintendencia de Compañías.

FINANZAS - NOTAS IMPORTANTES

- ❧ Ya no se utilizan escenarios apalancados y desapalancados.
- ❧ En lugar de ello se evalúa el flujo del proyecto y el flujo del inversionista
 - ❧ Para el flujo de la empresa ver:
 - ❧ **Capítulo 10.** Libro de Fundamentos de Finanzas Corporativas de Ross
 - ❧ Para el flujo del inversionista ver:
 - ❧ **Capítulo 8.** Libro de Proyectos de Inversión de Nassir Sapag Chain.

FINANZAS – NOTAS IMPORTANTES



- ❧ Cálculo de la tasa de descuento:
 - ❧ Para el flujo del proyecto utilizar WACC.
 - ❧ Para el flujo del inversionista utilizar CAPM, ver:
 - ❧ **Capítulo 18.** Libro de Finanzas corporativas de Ross.
 - ❧ **Capítulo 13.** Libro de Proyectos de Inversión de Nassir Sapag Chain.

Bibliografía



- ❧ Nobles T., Mattison B., Matzumura E.(2016). Contabilidad de Horngren,(10a. Ed.). Colombia: Pearson
- ❧ Horngren, C.T.m Datar, S.M., Rajan, M.V. (2012). Contabilidad de Costos: Un enfoque gerencial. México: Pearson
- ❧ Ross S., Westerfield E., Jordan B., (2014). Fundamentos de Finanzas Corporativas, (10a Ed.). México: Mc Graw Hill
- ❧ Ross, Westerfield, Jaffe (2010). Finanzas Corporativas (9na edición). México, D.F.: McGraw-Hill
- ❧ Nassir Sapag Chain. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Chile: Pearson