**FORMATO PARA PRESENTAR EL PLAN DE NEGOCIO**

|  |
| --- |
| **Nombre de la Idea de Negocio:**  Desarrollo de software web y móvil para terceros. |
| **Razón Social:**  DS3 S.A.S. |
| **Nombre Comercial:**  DS3. |
| 1. **- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**   DS3 es una empresa de desarrollo de software web y móvil que se dedica a ofrecer soluciones personalizadas para empresas y organizaciones de diferentes sectores. Su objetivo principal es ayudar a sus clientes a mejorar su eficiencia, productividad y competitividad a través de soluciones tecnológicas innovadoras y de alta calidad. La compañía se especializa en el desarrollo de software a medida, adaptando cada solución a las necesidades específicas de cada cliente. DS3 trabaja en estrecha colaboración con sus clientes para entender sus desafíos de negocio y desarrollar soluciones que les ayuden a alcanzar sus objetivos de manera efectiva. |
| **VISION DEL NEGOCIO**  Para el año 2027, ser líderes en el mercado de desarrollo de software web y móvil para terceros, ofreciendo soluciones innovadoras y de alta calidad que ayuden a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos de negocio. |
| **MISION DEL NEGOCIO**  Proporcionamos soluciones de software web y móvil personalizadas de calidad regular a nuestros clientes, que les ayudan a resolver sus desafíos de negocio y a mejorar su eficiencia y productividad. |
| **OBJETIVOS DEL NEGOCIO**  **Objetivo general**  Desarrollar y consolidar una empresa líder en el mercado de soluciones de software web y móvil, que se distinga por su calidad, personalización y atención al cliente, así como por sus alianzas estratégicas con otros proveedores de tecnología y servicios.  **Objetivos específicos.**   * Ofrecer soluciones de software web y móvil personalizadas de alta calidad que satisfagan las necesidades específicas de cada cliente. * Aumentar la satisfacción del cliente y fidelidad a través de la entrega puntual de proyectos y un servicio de atención al cliente excepcional. * Establecer alianzas estratégicas con otros proveedores de tecnología y servicios para complementar la oferta de soluciones de la empresa. |
| **BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** |
| DS3 es una empresa de desarrollo de software que se dedica a ofrecer soluciones personalizadas para empresas y organizaciones de diferentes sectores. Su objetivo principal es ayudar a sus clientes a mejorar su eficiencia, productividad y competitividad a través de soluciones tecnológicas innovadoras y de alta calidad. La compañía se especializa en el desarrollo de software a medida, adaptando cada solución a las necesidades específicas de cada cliente. DS3 trabaja en estrecha colaboración con sus clientes para entender sus desafíos de negocio y desarrollar soluciones que les ayuden a alcanzar sus objetivos de manera efectiva. |

1. **ANÁLISIS DEL MERCADO**
   1. **ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL**, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estás instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

|  |
| --- |
| 👉[DOFA](https://www.canva.com/design/DAFgyYOzqxc/klqOtR25bQnocmN1p3vYNw/edit?utm_content=DAFgyYOzqxc&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton) 👈  Relaciones:  D2 - F2. Crear un sistema de gestión de calidad.  Aprovechando la experiencia del equipo altamente capacitado de la empresa en el desarrollo de software y tecnologías de vanguardia, se podría implementar un sistema de gestión de calidad que permita cumplir con los estándares de calidad y satisfacer las necesidades del cliente de manera efectiva y consistente.  O2 - F2. Formar alianzas estratégicas.  La empresa podría buscar posibles alianzas estratégicas con empresas y organizaciones del sector para la creación de proyectos en conjunto, lo que podría aumentar su capacidad de competir en el mercado y mejorar su experiencia en el sector.  D1 - O3. Presentar proyectos innovadores y solicitar financiamiento de programas gubernamentales para desarrollar soluciones tecnológicas personalizadas.  F1 - O1. Aumentar la inversión en investigación y desarrollo, y de trabajar de manera más estrecha con los clientes para entender mejor sus necesidades y ofrecer soluciones innovadoras y personalizadas. |

* 1. **ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL**

|  |  |
| --- | --- |
| **CONCEPTO** | **Nº** |
| Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio |  |
| Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales) |  |
| Establecer la cantidad que compran por período |  |
| Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer |  |

* 1. **SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO**

|  |
| --- |
| El público objetivo de DS3, empresa de desarrollo de software, está compuesto principalmente por empresas y organizaciones de diferentes sectores que buscan soluciones tecnológicas personalizadas para mejorar su eficiencia, productividad y competitividad. Esto incluye empresas de cualquier tamaño, desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes corporaciones, así como organizaciones sin fines de lucro y entidades gubernamentales. |

* 1. **VENTAJA COMPETITIVA**

|  |
| --- |
| La ventaja competitiva de DS3 en el mercado de desarrollo de software es clara, ya que ofrece soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente. Al trabajar estrechamente con ellos, puede comprender sus desafíos de negocio y desarrollar soluciones que los ayuden a alcanzar sus objetivos de manera efectiva. Esto la diferencia de otras empresas de desarrollo de software que pueden ofrecer soluciones más genéricas y estandarizadas. Pero eso no es todo. DS3 también se enfoca en soluciones tecnológicas innovadoras y de alta calidad, lo que les permite destacar en un mercado cada vez más competitivo. Su inversión en investigación y desarrollo los mantendrá a la vanguardia de las últimas tendencias tecnológicas, lo que permite ofrecer soluciones de vanguardia a los clientes. |

# 2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

**(MINIMO CINCO EMPRESAS)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Nivel de Aceptación** | | | **Tipo de** | **¿Por qué razón la elijen?** | **¿Dónde se comercializa el producto?** | **¿A que precio lo venden?** |
| **Empresas** |  | | | **cliente** |
|  |  |  |
| **Competidoras** |  |  |  | **que** |
| **Alta** | **Regular** | **Poca** | **atiende** |
| E-Tech Solutions |  | X |  | Empresas medianas y grandes en diferentes sectores. | Por su amplia experiencia en el mercado y por su capacidad de brindar soluciones tecnológicas personalizadas | En diferentes regiones de Colombia y a nivel internacional | El precio de sus servicios varía según el proyecto |
| Software Quality Systems | X |  |  | Empresas medianas y grandes en diferentes sectores | Debido a su alta calidad y experiencia en el mercado | En Colombia  y a nivel internacional | El precio de sus servicios varía según el proyecto |
| Siesa | X |  |  | Empresas medianas y grandes en diferentes sectores, así como entidades gubernamentales | Por su amplia experiencia en el mercado y por su capacidad de brindar soluciones tecnológicas integradas y personalizadas | En Colombia  y en otros países de Latinoamérica | El precio de sus servicios varía según el proyecto |
| Softech |  | X |  | Empresas medianas y grandes en diferentes sectores, así como entidades gubernamentales | Debido a su experiencia y compromiso con el desarrollo de soluciones de alta calidad | En Colombia  y a nivel internacional | El precio de sus servicios varía según el proyecto |
| Sistran | X |  |  | Empresas medianas y grandes en diferentes sectores, así como entidades gubernamentales | Debido a su experiencia y su enfoque en soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente | En Colombia  y a nivel internacional | El precio de sus servicios varía según el proyecto |

* 1. **ESTRATEGIAS DE MERCADEO**
     1. **ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO**

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

|  |
| --- |
| * Soluciones personalizadas: Nos enfocamos en entender las necesidades y requerimientos específicos de cada cliente para ofrecer soluciones a la medida que se ajusten a sus necesidades. * Tecnología de vanguardia: Utilizamos tecnología de última generación para asegurar la mejor calidad en nuestras soluciones. * Mejora en la eficiencia y productividad: Nuestras soluciones están diseñadas para automatizar procesos y mejorar la eficiencia y productividad de las empresas y organizaciones. * Competitividad mejorada: Al mejorar la eficiencia y productividad, nuestros clientes se vuelven más competitivos en su mercado. * Soporte y servicio post-venta: Ofrecemos un servicio post-venta confiable y de alta calidad, asegurando que nuestros clientes estén satisfechos y tengan un soporte técnico en caso de necesitarlo. * Garantía de calidad: Todas nuestras soluciones están respaldadas por una garantía de calidad que asegura su correcto funcionamiento y rendimiento. * Innovación constante: En DS3 nos mantenemos a la vanguardia en cuanto a las últimas tendencias y avances tecnológicos, lo que nos permite ofrecer a nuestros clientes soluciones innovadoras que les permiten estar a la vanguardia en su industria. * Precios competitivos: Ofrecemos precios competitivos y justos en el mercado en relación a la calidad y características de nuestras soluciones tecnológicas. |

* + 1. **ESTRATEGIA DE PRECIO**

|  |  |
| --- | --- |
| ¿Cuál será el precio del producto? | Los precios no son fijos, pueden variar según el proyecto. |
| ¿Cómo se ha determinado el precio? | Los precios se determinan a través de un análisis detallado de los requerimientos del cliente, el alcance del proyecto, el tiempo y los recursos necesarios para desarrollarlo. |
| ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido? | Ninguno de los anteriores |
| Otra información relevante para la fijación de precios  Los precios se ajustan según el tamaño y el presupuesto de la empresa cliente. | |

**2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)**

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta ( venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

|  |
| --- |
| * Venta directa: DS3 puede vender sus soluciones tecnológicas directamente a sus clientes a través de su sitio web o mediante visitas a las empresas. * Distribuidores: También podría considerar establecer acuerdos con distribuidores que se encarguen de comercializar sus productos en diferentes regiones o sectores. * Delivery: DS3 podría ofrecer servicios de entrega de sus productos directamente a los clientes para mayor comodidad y eficiencia. * Alianzas estratégicas: DS3 podría explorar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con empresas complementarias que les permitan ampliar su alcance y ofrecer soluciones más completas a sus clientes. |

**2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**

|  |  |
| --- | --- |
| ¿Qué se hará para promocionar el negocio? | * Marketing digital: Se podría invertir en publicidad en redes sociales, como Facebook y LinkedIn, y en motores de búsqueda como Google, para llegar a un público específico y generar interés en los servicios de DS3. * Eventos: DS3 podría participar en eventos de la industria y conferencias para aumentar su visibilidad y establecer contactos con clientes potenciales. * Relaciones públicas: Se podría trabajar con medios de comunicación para obtener cobertura en prensa y medios digitales, y así aumentar la visibilidad y credibilidad de la empresa. * Publicidad impresa: La publicidad en revistas y periódicos especializados podría ser una opción para llegar a un público específico. * Referencias: DS3 podría ofrecer incentivos para los clientes que refieran a otros clientes, lo que ayudaría a aumentar la base de clientes y la lealtad de los mismos. |
| ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades? | El presupuesto para las actividades de promoción dependerá del tamaño de la empresa y los recursos disponibles. |
| Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos  También se podría considerar la creación de contenido de calidad en el sitio web de DS3, como blogs y recursos educativos, para atraer a posibles clientes y demostrar el conocimiento y experiencia de la empresa. | |

1. **ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN**
   1. **Describir las características de la localización del negocio,**



* 1. **Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).**
  2. **Especificaciones técnicas**



* 1. **Diseñar el diagrama de Operaciones en Proceso de la elaboración de su producto o servicio.**

Usar los iconos – símbolos que se adjunta



* 1. **Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Maquinaria** | **Cantidad (Unidades Requeridas)** | **Equipos y Herramientas** | **Cantidad (Unidades Requeridas)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

* 1. **Realizar el cálculo de Materiales y/o Materias Primas que usarán en el proceso productivo**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Materia Prima Insumos** | **Cantidad Unidades Requeridas** | **Unidades a Producir** | **Necesidad de Materiales** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

* 1. **Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# Organización de las personas en el proceso productivo

Hacer un listado de las personas que se necesitan para producir la cantidad de bienes o servicios detallados en este Plan de negocio**.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Puesto de Trabajo** | **Numero** |
|  |  |
|  |  |

* 1. **Enumerar las tareas según las responsabilidades de cada uno.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Puesto de Trabajo** | **Tareas del puesto** | **Experiencia mencionada en la Idea de Negocio**  **u Otra** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **ESTUDIO ECONÓMICO**

41 Determinar la Proyección de **Ventas en unidades**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nº** | **Producto** | **Precio del producto o servicio** | **Períodos** | | | | | | **Total** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **…** |
| **1** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

* 1. Con los datos que se tienen, elaborar el **Plan de inversión**

**PLAN DE INVERSIÓN EN NUEVOS SOLES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Rubro | Valor Unit. | Unid.  Requeridas | Inversión Total |
| 1. Activo Fijo |  |  |  |
| Terrenos y/o Infraestructura |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Maquinarias y Equipos |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Herramientas |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Muebles y Enseres |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Total Activos Fijos |  |  |  |
| 2. Gastos Pre Operativos |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Total de Gastos Pre Operativos. |  |  |  |
| 3. Capital de Trabajo |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Total de Capital de Trabajo |  |  |  |
| TOTAL |  |  |  |

* 1. Determinación de la **Estructura de costos**

Producto representantivo: Unidad de costos:

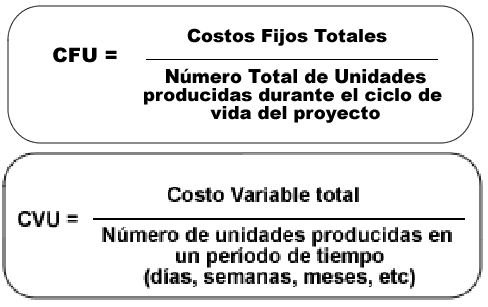
Periodo de estimación:

Volumen de producción por periodo

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rubro | Valor Unit. | Unid.  Requeridas | Costo Total | |
| FIJO | VARIABLE |
| 1. Costos directos |  |  |  |  |
| Materiales |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Mano de Obra |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Gastos de fabricacion |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Total Costos Directos |  |  |  |  |
| 2. Costos Indirectos |  |  |  |  |
| Gastos Administrativos |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Gastos de Ventas |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Total Costos Indirectos |  |  |  |  |
| TOTAL |  |  |  |  |

* 1. Paso siguiente, determinar **El costo Total Unitario** de producción

**CTU = CFU + CVU**



Ahora se puede calcular el Precio de Venta Unitario – PVU

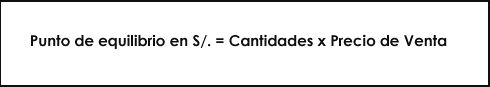
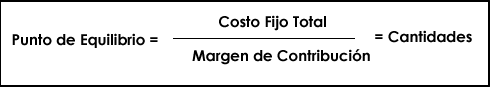
tabla_3

* 1. **Calcular la Proyección de Ventas en nuevos soles**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nº** | **Producto** | **Precio del producto o servicio** | **Períodos** | | | | | | **Total** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **…** |
| **1** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

* 1. **Margen de Contribución y Punto de Equilibrio**





* 1. **Con toda la información que se maneja, ahora se puede elaborar el Flujo de Caja del negocio**

**FLUJO DE EFECTIVO**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CONCEPTO** | **PERÍODOS** | | | | | | | | **TOTAL** |
| **0** | **1** | **2** | **3** | **…..** | **10** | **11** | **12** |  |
| INGRESOS (A) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VENTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| EGRESOS (B) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ACTIVO FIJO** | | | | | | | | | |
| TERRENOS E INSFRAESTRUCTURA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| MAQUINARIA Y EQUIPOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| HERRAMIENTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| MUEBLES Y ENSERES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **GASTOS PRE OPERATIVOS** | | | | | | | | | |
| MATERIA PRIMA / INSUMOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| MANO DE OBRA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **COSTOS INDIRECTOS** | | | | | | | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| GASTOS DE VENTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **SALDO ANTES DE IMPUESTOS (A-B)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| IMPUESTOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **SALDO ECONÓMICO (C)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDAD DE FINANCIAMIENTO** | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Aporte de Capital** | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Préstamos** | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Amortización** | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **NETO actividad de financiamiento (D)** | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **INCREMENTO NETO DE** | | |  | |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **EFECTIVO (C+D)** | |  | | |
| **EEFECTIVO AL INCIO DEL** | | | | |  |  | 0 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **PERIODO** |  | | | |  | |
| **EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO** | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |