

# UNIDAD I

## PROYECTO, EMPRESA, INVERSIONES Y RECUPERO



# **UNIDAD I**

## **PROYECTO, EMPRESA, INVERSIONES Y RECUPERO**

### **1.5.MODELO EMPRESARIAL**

#### **1.5.1. Modelo de Negocio Canvas**

# Modelo de Negocio CANVAS

La metodología CANVAS tiene el objetivo de analizar diferentes modelos de negocio antes de lanzarlos al mercado. Mediante el desarrollo de 9 áreas relacionadas, se evalúa la viabilidad económica a partir del valor agregado real de una idea de negocio.

# Modelo de Negocio CANVAS



# Negocio: Cerveza Artesanal “Cool”

<b>8.Socios clave</b> + Proveedores de insumos (lúpulo, cebada y malta) + Intermediarios Chopearías, pubs, bares, discotecas, restaurantes y hoteles. + Asociación de cerveceros caseros del Perú	<b>7.Actividades clave</b> + Proceso productivo ( gestión de BPM, control de calidad y costos) + Distribución + Marketing y ventas + Servicio al cliente + Identidad de marca y buscar posicionamiento <b>6.Recursos clave</b> + Físicos: Infraestructura y equipamiento. + Humanos: Maestro cervecero y fuerza de ventas. + Registro sanitario y de marca	<b>2.Propuesta de valor</b> <b>Diferenciación:</b> Producto natural y de calidad <b>Personalizada:</b> Para bares, discotecas y pubs que deseen su propia marca. <b>Nutritiva:</b> Ofrece varios beneficios para la salud.	<b>4.Relaciones con el cliente</b> + Basada en la identidad de marca + Generar confianza y cercanía con el target + Plataforma e <u>comerce</u> <b>3. Canales: ¿Cómo llegaremos a los clientes?</b> + Fuerza de Ventas + Marketing directo (página <u>Web Facebook, twitter, Instagram</u> ) + Participación en ferias y eventos sociales y culturales.	<b>1. Segmento de mercado: ¿Quiénes serán los clientes?</b> Varones y mujeres aficionados y amantes de la cerveza (ocasionales, habituales y nuevos “bebedores”), quienes consumen el producto en pubs, bares, discotecas, restaurantes y eventos																								
<b>9. Estructura de costos</b> <table><thead><tr><th colspan="2"><u>Inversión</u></th><th><u>Costos</u></th></tr></thead><tbody><tr><td>Maquinarias y equipos</td><td>13,000</td><td>Costos de producción (67%)</td></tr><tr><td>Herramientas y mobiliario</td><td>1,800</td><td>Gastos Administrativos (5%)</td></tr><tr><td>Pre operativos (<u>intangibles</u>)</td><td>400</td><td>Gastos de Ventas (15%)</td></tr><tr><td>Capital de trabajo</td><td><u>7,000</u></td><td>Impuestos y tributos</td></tr><tr><td></td><td>21.200</td><td></td></tr></tbody></table>			<u>Inversión</u>		<u>Costos</u>	Maquinarias y equipos	13,000	Costos de producción (67%)	Herramientas y mobiliario	1,800	Gastos Administrativos (5%)	Pre operativos ( <u>intangibles</u> )	400	Gastos de Ventas (15%)	Capital de trabajo	<u>7,000</u>	Impuestos y tributos		21.200		<b>5.Flujo de ingresos</b> <table><thead><tr><th><u>Producto</u></th><th><u>Medios de cobro</u></th></tr></thead><tbody><tr><td>+ botella personal</td><td>+ Cobro Director en efectivo</td></tr><tr><td>+ botella grande</td><td>+ Cobro con VISA y MASTERCARD</td></tr></tbody></table>		<u>Producto</u>	<u>Medios de cobro</u>	+ botella personal	+ Cobro Director en efectivo	+ botella grande	+ Cobro con VISA y MASTERCARD
<u>Inversión</u>		<u>Costos</u>																										
Maquinarias y equipos	13,000	Costos de producción (67%)																										
Herramientas y mobiliario	1,800	Gastos Administrativos (5%)																										
Pre operativos ( <u>intangibles</u> )	400	Gastos de Ventas (15%)																										
Capital de trabajo	<u>7,000</u>	Impuestos y tributos																										
	21.200																											
<u>Producto</u>	<u>Medios de cobro</u>																											
+ botella personal	+ Cobro Director en efectivo																											
+ botella grande	+ Cobro con VISA y MASTERCARD																											

# Negocio: Food Good Truck

<b>8.Socios clave</b> +Proveedores locales (carnes, verduras, frutas, tubérculos, etc.) +Proveedores de envases y empaques. + Municipios (para licencias y permisos) + Organizadores de eventos + Asociación de empresarios de <u>Food Trucks</u> + Mecánica de mantenimiento de vehículo.	<b>7.Actividades clave</b> +Proceso de producción de alimentos frescos y de buena calidad. +Marketing (imagen, vestuario, empaque y decoración de vehículo) + Investigación y experimentación de preparación de comidas <b>6.Recursos clave</b> + Camión de alimentos + Personal calificado y con calidad de atención. + Pagina Web y redes sociales + Desarrollo y Posicionamiento de marca	<b>2.Propuesta de valor</b> Se proporcionara un servicio de comida rápida rica y saludable  + Comida agradable y nutritiva + Veloz atención del pedido + Producto de calidad a un precio accesible.	<b>4.Relaciones con el cliente</b> +Relación de buen trato +Precio justo +Rede de clientes establecido . Promociones: Combos...  <b>3. Canales</b> +Camión de alimentos móvil y de contacto directo con el cliente. +Publicidad de marketing <u>directo</u> (Facebook, twitter, Instagram) +Participación en eventos (ferias, conciertos, partidos...)	<b>1. Segmento de mercado</b> Empresarios, empleados y estudiantes de 18 a 60 años, varones y mujeres, que se encuentran transitando en las calles o participan en algún evento en la ciudad.																
<b>9. Estructura de costos</b> <table><thead><tr><th><u>Inversión</u></th><th><u>Costos</u></th></tr></thead><tbody><tr><td>Unidad móvil</td><td>Costos de producción</td></tr><tr><td>Equipos y utensilios</td><td>Gastos de Administración</td></tr><tr><td>Pre operativos (intangibles)</td><td>Financieros</td></tr><tr><td>Capital de trabajo</td><td>Impuestos y tributos</td></tr></tbody></table>			<u>Inversión</u>	<u>Costos</u>	Unidad móvil	Costos de producción	Equipos y utensilios	Gastos de Administración	Pre operativos (intangibles)	Financieros	Capital de trabajo	Impuestos y tributos	<b>5.Flujo de ingresos</b> <table><tbody><tr><td>+ Sándwiches</td><td>+Cobro Director en efectivo</td></tr><tr><td>+Hamburguesas</td><td>+Cobro con VISA y MASTERCARD</td></tr><tr><td>+ Bebidas</td><td></td></tr></tbody></table>		+ Sándwiches	+Cobro Director en efectivo	+Hamburguesas	+Cobro con VISA y MASTERCARD	+ Bebidas	
<u>Inversión</u>	<u>Costos</u>																			
Unidad móvil	Costos de producción																			
Equipos y utensilios	Gastos de Administración																			
Pre operativos (intangibles)	Financieros																			
Capital de trabajo	Impuestos y tributos																			
+ Sándwiches	+Cobro Director en efectivo																			
+Hamburguesas	+Cobro con VISA y MASTERCARD																			
+ Bebidas																				



# Negocio: Panadería “El Buen Sabor”

<b>8.Socios clave</b> +Proveedores de materiales e insumos + Intermediarios (Bodegas, empresas de catering, ambulantes y cafetines)	<b>7.Actividades clave</b> +Proceso productivo, gestión de BPM. + Adecuada administración de territorios en ventas. + Cumplimiento de horario de atención y envío. + Personal clave motivado y fidelizado  <b>6.Recursos clave</b> +Físicos: Infraestructura y equipamiento. +Humanos: Maestro panadero y personal de ventas. + Pagina web y redes sociales + Registro sanitario y de marca	<b>2.Propuesta de valor</b> Se brindara una buena calidad de producción y venta de panes saludables y de buen sabor, color, olor y presentación, durante el desayuno, lonche y ocasiones especiales.	<b>4.Relaciones con el cliente</b> + Precio asequible, igual o menor que la competencia. + Afianzar el concepto de valor : Saludable y Natural (Serrano, Integral, Light ) + Red de clientes establecido  <b>3. Canales: ¿Cómo llegaremos a los clientes?</b> +Venta directa en local + A través de intermediarios + Delivery + Marketing directo (Facebook, twitter, Instagram)	<b>1. Segmento de mercado: ¿Quiénes serán los clientes?</b> Familias que compran pan y productos alimenticios para el desayuno, lonche y cena.  Intermediarios como bodegas, cafetines y ambulantes					
<b>9. Estructura de costos</b> <table><tr><td><u><b>Inversión</b></u> Equipos y utensilios Pre operativos (intangibles) Capital de trabajo</td><td><u><b>Costos</b></u> Costos de producción Gastos operativos(Adm y Ventas) Intereses, Impuestos y tributos</td></tr></table>		<u><b>Inversión</b></u> Equipos y utensilios Pre operativos (intangibles) Capital de trabajo	<u><b>Costos</b></u> Costos de producción Gastos operativos(Adm y Ventas) Intereses, Impuestos y tributos	<b>5.Flujo de ingresos</b> <table><tr><td><u><b>Producto</b></u> + Panes</td><td>0.25</td><td><u><b>Medios de cobro</b></u> +Cobro Director en efectivo +Cobro con VISA y MASTERCARD</td></tr></table>			<u><b>Producto</b></u> + Panes	0.25	<u><b>Medios de cobro</b></u> +Cobro Director en efectivo +Cobro con VISA y MASTERCARD
<u><b>Inversión</b></u> Equipos y utensilios Pre operativos (intangibles) Capital de trabajo	<u><b>Costos</b></u> Costos de producción Gastos operativos(Adm y Ventas) Intereses, Impuestos y tributos								
<u><b>Producto</b></u> + Panes	0.25	<u><b>Medios de cobro</b></u> +Cobro Director en efectivo +Cobro con VISA y MASTERCARD							

# **UNIDAD I**

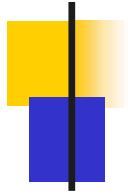
## **PROYECTO, EMPRESA, INVERSIONES Y RECUPERO**

### **1.5.2.MODELO EMPRESARIAL**



# MODELO EMPRESARIAL

## ¿Qué es una razón social?



Primero es definir si lo hará como persona natural o como persona jurídica. Con la primera opción tendrá que asumir todas las **obligaciones de la empresa**, garantizando con tu patrimonio las deudas que pueda contraer el negocio.

En cambio, con la segunda, será el patrimonio de la empresa el que asumirá todas las obligaciones de esta. Lo que implica que las deudas u obligaciones se limitan solo a los bienes que forman parte del patrimonio de la empresa. En el primer caso solo puede crear una empresa unipersonal, mientras que en el segundo caso las opciones son más amplias. Entonces, ¿Cuáles son los tipos de empresa en el Perú? ¿Cuáles son sus características? Y ¿Cuál le conviene?

# MODELO EMPRESARIAL

## Estructura Empresarial en Perú



Estrato empresarial <sup>1</sup>	Nº de empresas	%
Microempresa	1,836,848	96.2
Pequeña Empresa	60,702	3.2
Mediana empresa	2,034	0.1
<u>Total de Mipyme</u>	1,899,584	99.5
Gran Empresa	9,245	0.5
<u>Total de empresas</u>	1,908,829	100.0

1/ El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley Nº 30056. Se considera gran empresa a aquella cuyas ventas anuales son mayores a 2 300 UIT.

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2017

Elaboración: PRODUCE -OEE

# MODELO EMPRESARIAL

## SER UNA MIPYME



Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de , las cuales desarrollan las siguientes actividades económicas : extractivas, de transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios.

# MODELO EMPRESARIAL

## SER UNA MIPYME



Las MIPYMEs, se ubican en alguna de las siguientes categorías: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, en función de los niveles de ventas anuales: UIT= 4400

Categoría	Micro	Pequeña	Mediana
Indicador	Ventas anuales		
RANGO	Hasta 150 UIT	> De 150 UIT y hasta 1,700 UIT	➤ De 1,700 UIT y hasta 2,300 UIT

## 1.2.MODELO EMPRESARIAL

### SER UNA MYPE



Para tener la categoría de MYPE, la empresa debe estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE). Puede ser una empresa o persona

Las empresas que se dediquen al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines no podrán ser catalogadas como MYPE.

## 1.2.MODELO EMPRESARIAL



### EMPRESAS UNIPERSONALES

Personal natural

El empresario responde con todos sus bienes personales, sin límite de ninguna clase



## 1.2.MODELO EMPRESARIAL



### EMPRESAS UNIPERSONALES

#### Personal natural

- Se puede crear y liquidar facilmente.
- Se tiene unidad de mando y accion
- Se tiene cierto grado de flexibilidad
- Minimo de regulaciones a los que se debe hacer frente.

## 1.2.MODELO EMPRESARIAL

### PERSONA JURIDICA



Persona Juridica es una organización que puede fundar una persona natural, varias personas naturales o varias personas jurídicas

No depende de la vida de sus fundadores: Se constituye como un centro unitario autónomo. La empresa es la que responde por las deudas y no los socios.

## 1.2.MODELO EMPRESARIAL



### FORMA INDIVIDUAL

---

#### **Organización**

-  Una sola persona figura como Gerente General y socio.

#### **Capital y acciones**

-  Capital definido por aportes del único aportante.

#### **Ejemplos**

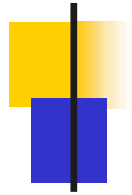
-  G.L.P. Distribuciones E.I.R.L.
-  Global Solutions Peru E.I.R.L.

# 1.2.MODELO EMPRESARIAL

## FORMAS SOCIETARIAS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	TIPO DE SOCIEDAD		
	S.A.C.	S.A.	S.R.L.
1.Responsabilidad de los socios.	Limitada a sus aportes a través de acciones	Limitada a sus aportes a través de sus acciones	Limitada a sus aportes a través de participaciones
2.Requerimiento de Socios	Entre 2 a 20 accionistas	Mínimo 2 Máximo Ilimitado	Entre 2 y 20 socios
3.Organización	Junta General El Directorio (optativo) Gerente	Junta General Directorio Gerente	Junta General Gerencia
4.Capital y Acciones	Definido por aportes de cada socio	Definido por aportes de cada socio	Existen preferencias para los socios
5.-Ejemplos	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Montalvo Spa Peluquería S.A.C.</li> <li>•Pisopak Perú S.A.C.</li> </ul>	Cassinelli S.A. Socosani S.A.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Clínica Cayetano Heredia S.R.L.</li> <li>•Directv Peru S.R.L.</li> </ul>

## 1.2.MODELO EMPRESARIAL



### ¿Qué es una Razón Social?

Es la denominación que tendrá su empresa y está ligada al RUC. Con esa razón social su empresa se identificará ante la SUNAT, bancos, entidades y compañías para realizar trámites, hacer compras o ventas, entre otros.

Además, la razón social no es necesariamente su nombre comercial.