



Guía para el desarrollo del plan de negocios y búsqueda de financiamiento

Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral - DSSML



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo



Siempre
con el pueblo

BETSSY BETZABET CHAVEZ CHINO
Ministra de Trabajo y Promoción del Empleo

EDILBERTO SERGIO JAIME RIOS
Viceministro de Trabajo

ERNESTO ALONSO AGUINAGA MEZA
Director General de Trabajo

DIANA ANGELES SANTANDER
Directora de Seguridad Social y Migración Laboral

PAOLA ELIZABETH TITO CONDORI
Analista
Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral

Presentación

La Guía para el desarrollo del plan de negocios y búsqueda de financiamiento ha sido elaborada por la Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral (DSSML) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), con el objetivo de ser una herramienta de orientación para los retornantes y familiares de migrantes receptores de remesas que buscan desarrollar una idea de negocio y su financiamiento.

Esta guía se divide en tres partes: el emprendedor, la idea y el financiamiento. La primera explica qué es un emprendedor, lo que implica y los tipos de emprendimiento. La segunda parte tiene como objetivo lograr que el emprendedor desarrolle un plan de negocios en nueve pasos:

Paso 1: Definimos qué es la idea de negocio, cómo descubrir una necesidad insatisfecha y que debes tener en cuenta al momento de desarrollar tu idea de negocio.

Paso 2: Presentamos los tipos de fuentes de información a las que puedes acceder para tener un mayor conocimiento del mercado y desarrollamos la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).

Paso 3: Te enseñamos a desarrollar un perfil de cliente y a conocer tu competencia mediante preguntas sencillas.

Paso 4: Desarrollamos la esencia del negocio para crear la identidad de la empresa: misión, visión, principios y valores, objetivos y estrategias.

Paso 5: Describimos el marketing compuesto por producto, precio, plaza y promoción.

Paso 6: Aprendemos qué es un organigrama y cómo saber a quién contratar.

Paso 7: Definimos qué es un proceso, quiénes son tus proveedores y qué son los inventarios.

Paso 8: Vemos temas como registros contables, comprobantes de pago, flujo de caja, entre otros.

Paso 9: Te explicamos la formalización como persona natural y persona jurídica.

Y, en la última parte de la guía, se ve el financiamiento en el sistema financiero, los tipos y las herramientas financieras a las que el emprendedor puede acceder.

Contenido

PRESENTACIÓN	3
INTRODUCCIÓN	6
PRIMERA PARTE: EL EMPRENDEDOR	7
ANTES DE INICIAR	
1.1. ¿Eres emprendedor (a) o no?	8
1.2. Tipos de emprendimiento	8
SEGUNDA PARTE: LA IDEA	9
PASO 1: DEFINIENDO CONCEPTOS	10
2.1.1 ¿Qué es la idea de negocio?	10
2.1.2 ¿Cómo descubro una necesidad insatisfecha?	11
2.1.3 ¿Qué debo tener en cuenta en la elaboración de una idea de negocio?	12
PASO 2: CONOCIENDO EL ENTORNO	
2.2.1 ¿Cómo obtengo información?	14
2.2.2 ¿Qué es la matriz FODA?	14
2.2.3 ¿Qué es el mercado?	15
PASO 3: CONOCIENDO AL CLIENTE Y A LA COMPETENCIA	16
2.3.1 ¿Quién es mi cliente?	17
2.3.2 ¿Cómo hago el perfil de mi cliente?	17
2.3.3 ¿Quién es mi competencia?	18
PASO 4: CREANDO LA IDENTIDAD DE LA EMPRESA	19
2.4.1 ¿Qué son la visión y misión?	21
2.4.2 ¿Qué es un objetivo?	21
2.4.3 ¿Qué es la estrategia?	21
PASO 5: MERCADEANDO	
2.5.1 ¿Qué es la mezcla de marketing?	22
2.5.2 ¿Cuáles son los factores de la mezcla de marketing?	24
	24
	25

PASO 6: LIDERANDO PERSONAS	27
2.6.1 ¿Qué es un organigrama?	27
2.6.2 ¿Cómo saber a quién contratar?	28
PASO 7: OPERANDO	29
2.7.1 ¿Alquilo o compro local?	29
2.7.2 ¿Qué son los inventarios y cómo los manejo?	29
2.7.3 ¿Quiénes son los proveedores?	30
PASO 8: ENTRANDO EN LOS NÚMEROS	31
2.8.1 ¿Qué es un registro contable?	31
2.8.2 ¿Para qué me sirve el registro contable?	32
2.8.3 ¿Dónde registro?	33
2.8.4 ¿Siempre debo registrar?	34
2.8.5 ¿Qué son los comprobantes de pago?	34
2.8.6 ¿Qué es un costo y qué es un gasto?	35
2.8.7 ¿Qué es el flujo de caja?	36
PASO 9: FORMALIZANDO	39
2.9.1 ¿Cómo constituyo mi empresa?	39
2.9.2 ¿Cómo constituyo siendo persona natural?	39
2.9.3 ¿Si fuera persona jurídica?	40

TERCERA PARTE: EL FINANCIAMIENTO **42**

3.1. ¿Qué es el sistema financiero? ¿Para qué sirve?	43
3.2. ¿Qué es una cuenta de ahorros?	43
3.3. ¿Qué es una tarjeta de débito?	44
3.4. ¿Qué es una tarjeta de crédito?	44
3.5. ¿Qué es un préstamo?	45
3.6. ¿Cómo puedo financiarme?	45
3.7. ¿Cómo es financiarse con ahorros personales?	46
3.8. ¿Qué son los préstamos de amigos o familiares?	46
3.9. ¿Qué evalúan las entidades financieras para dar financiamiento?	46
3.10. ¿Qué debo tener en cuenta cuando solicite financiamiento?	47
3.11. ¿Cómo es financiarse a través de concursos?	49
3.12. ¿Qué otras formas de financiamiento existen?	49

FUENTES CONSULTADAS **51**

Introducción

Cuando afrontamos algún proyecto en nuestra vida, personal o laboral, todos buscamos un plan. Tenemos una idea de los pasos necesarios para alcanzar nuestro objetivo, lo que nos costará, el beneficio que obtendremos, los riesgos, la gran posibilidad de ser exitoso o de caer en el fracaso. Sin embargo, para el desarrollo de un plan de negocios y la búsqueda de financiamiento es necesario tener al alcance una guía.

Este documento ha sido diseñado para los emprendedores que aún no cuentan con un proyecto redactado y desean saber el camino para encontrar el financiamiento esperado mediante el desarrollo de su propio plan de negocios. La guía se vuelve importante para despejar tus dudas y visionar el futuro de tu emprendimiento.

En el caso que desees más información, puedes acercarte al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Tenemos asesores y consultores con mucha experiencia dispuestos a ayudarte.

Nuestra misión es apoyar al mayor número de emprendedores que comienza o busca iniciar ese gran proyecto. Esperamos que la “Guía para el desarrollo del plan de negocios y búsqueda de financiamiento” sea de gran aporte.

Primera parte:

EL EMPRENDEDOR

Antes de iniciar

En esta fase definimos qué es un emprendedor y cuáles son los tipos de emprendimiento.

1.1. ¿Eres emprendedor(a) o no?

El emprendimiento es “**el principal factor promotor de desarrollo económico y social de un país**”; siendo un emprendedor, aquel que identifica oportunidades, las coge y busca los recursos necesarios para desarrollar un negocio lucrativo¹.

Existen algunas características que definen a un emprendedor como el ser creativo e innovador, tolerar la frustración y saber trabajar en equipo. Por encima de todo, debe ser proactivo, determinado y capaz de asumir retos. Por ello, es importante no tener miedo al fracaso ya que de los errores aprenderás hasta conseguir tu objetivo.

Como dice Fernando Trías de Bes en El libro negro del emprendedor: “El emprendedor podrá toparse con problemas, pero jamás podrán quitarle el afán de salir adelante”².



1.2. Tipos de emprendimiento

Existen dos tipos de emprendimiento:

Por necesidad: nace de la escasez de oportunidades laborales, la insatisfacción que siente la persona en su centro laboral o a fin de solucionar problemas económicos³. Muchas veces, inclusive, el emprendedor no tiene conocimiento del mercado en el que está incursionando y del potencial que podría tener o no el negocio.



Por oportunidad: es cuando el emprendedor tiene conocimientos del mercado en el que desea participar y descubre una necesidad insatisfecha. Conociéndola, desarrolla una idea de negocio que cumpla las expectativas del cliente.

Sea un emprendimiento por necesidad u oportunidad, en ambos tienes la posibilidad de crecer hasta donde decidas, definir tus horarios, innovar y, sobre todo, dejar fluir tu imaginación.

¹Emprendedorismo – Acelera startups. (<http://www.acelerastartups.com/br/empreendedorismo/>).

²El libro negro del emprendedor, Fernando Trías de Bes. 2007 (Pág. 58)

³Fuente: Empezar por necesidad vs Empezar por oportunidad. <https://ventasymercadeo.co/empezar-por-necesidad/>

Segunda parte:

LA IDEA

PASO 1:

Definiendo conceptos

Para iniciar el plan de negocio, comenzaremos definiendo algunos conceptos básicos que todo emprendedor debe conocer y explicaremos cómo nace una idea de emprendimiento.



2.1.1. ¿Qué es la idea de negocio?

Es la descripción breve y precisa del producto o servicio que quieres ofrecer al público. La idea de negocio nace cuando identificas una oportunidad en el mercado, ya que es una necesidad insatisfecha. Cabe resaltar que la idea de negocio debe ser:



Rentable
(debe generar beneficios)



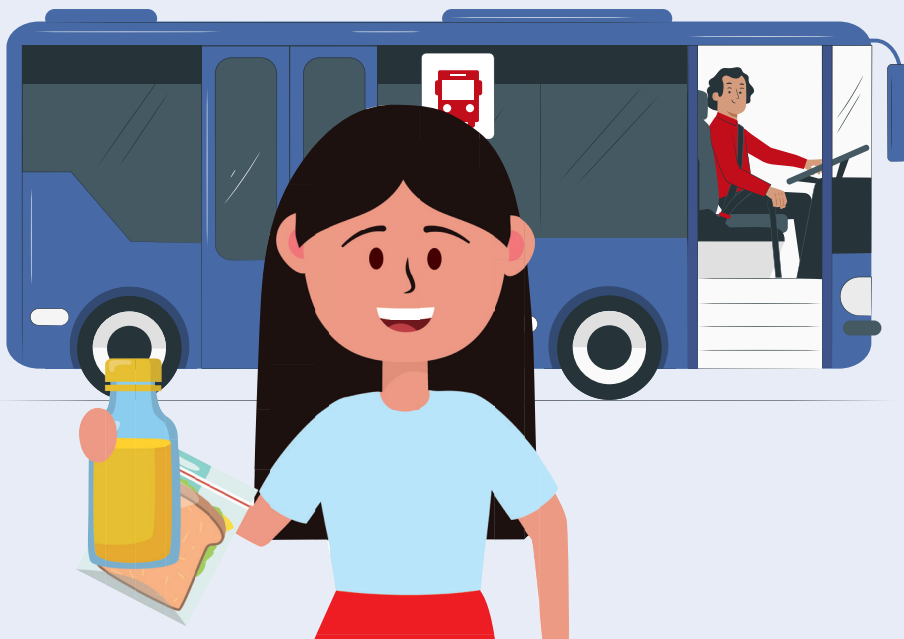
Viable
(debe ser realizable)



Explicada fácilmente
(si no sabes cómo transmitir tu idea de negocio a los demás es porque aún no la tienes clara ni precisa, le falta madurar).

2.1.2. ¿Cómo descubro una necesidad insatisfecha?

Una necesidad la descubres viendo el nivel de insatisfacción de la sociedad. Por ejemplo, muchas personas toman desayuno en un puesto de la calle porque salieron de casa con prisa. En el caso de los choferes de ómnibus, ellos no pueden detenerse porque deben continuar con su labor y como respuesta, los vendedores de desayuno en carretilla optaron por ofrecerlo también en bolsa o botella para llevar, haciendo más fácil su adquisición.



Recuerda que un **emprendedor** no es aquel que crea la pólvora, es quien **descubre una necesidad**, la hace suya y busca los recursos para explotarla.

2.1.3. ¿Qué debo tener en cuenta en la elaboración de una idea de negocio?

Partiendo de un ejemplo tan simple como el mencionado, podemos hacer un análisis de los factores que debes tener en cuenta durante el desarrollo de la idea de negocio.

Tabla 1:
Ejemplo práctico de idea de negocio

Oportunidad	Falta de oferta de desayuno móvil
Público objetivo	Choferes de ómnibus
Producto o servicio	Venta de desayuno para llevar
Estrategia⁴	Liderazgo en costo, ofrece sus productos a un menor precio en comparación a una cafetería o restaurante
Propuesta de valor	La venta de desayuno en botella o bolsa con panes para acompañamiento. De esta manera, venden un producto más completo que satisface mejor las necesidades.
Canal de distribución	La entrega del producto es directa, no hay intermediarios. Solo está el cliente y vendedor.

Fuente: Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral.

⁴Es el cómo se lograrán los objetivos. Cuando se define la idea de negocio, son 3 las estrategias a considerar: diferenciación (cuando el cliente está dispuesto a pagar un precio superior porque percibe que el producto o servicio es exclusivo. Ejemplo: Vivanda), liderazgo en costos (cuando el objetivo de la empresa es vender en cantidad a bajos precios. Ejemplo: Metro) y enfoque (cuando se elige un segmento específico y se dirigen todos los esfuerzos a este).



PASO 2:

Conociendo el entorno

Para definir las estrategias y evaluar la viabilidad del proyecto, es necesario realizar una investigación de mercado.



2.2.1 ¿Cómo obtengo información?

La información puede obtenerse a partir de dos fuentes:

Tabla 2:
Fuentes de información

Fuentes primarias	Permiten obtener información de primera mano y son más precisas. Ejemplo: encuestas, entrevistas a profundidad a expertos, grupos focales ⁵ a potenciales clientes y la observación directa a la competencia.
Fuentes secundarias	Es la información que ya existe, por eso deben buscarse primero. Su costo es bajo y si bien no brindan toda la información necesaria, ayudan a definir la búsqueda. Ejemplo: Estudios de encuestadoras, INEI, libros, etc.

Fuente: Curso "Investigación de mercados". Universidad del Pacífico. (2012).

Para que manejes mejor tu tiempo, te recomendamos hacer un cronograma. La información que recolectes te ayudará a hacer la **matriz FODA** y conocer el entorno en el que incursionarás.



⁵Los grupos focales son pequeñas reuniones donde se agrupa a los clientes potenciales para obtener información, validar la idea de negocio y obtener retroalimentación a partir de discusiones. Tiene mínimo un moderador.

2.2.2 ¿Qué es la matriz FODA?

Está formada por las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**. Las fortalezas y debilidades son propias del negocio (factores internos); mientras que las oportunidades y amenazas son factores externos que no pueden ser controlados por la empresa. Por ello, debes analizar otros factores como el económico (tipo de cambio, inflación), político (elecciones, tratados de libre comercio), ambiental (contaminación), social (hábitos de consumo) y legal (leyes, permisos, licencias).

Por ejemplo, si compras tus productos en el extranjero, el tipo de cambio del dólar te afecta directamente, haciendo que tus costos aumenten o disminuyan, lo que repercutirá en el precio del producto o servicio que ofrezcas. En el caso de que vendas comida, debes estar al día con todos tus permisos para que no recibas una multa.

De la misma manera, tienes que hacer un análisis interno para que conozcas tus fortalezas y las ventajas que puedes sacar de ellas. Si eres bueno vendiendo, pero no administrando o costearo, júntate con alguien que sí lo sea; así ambos se complementan. En la siguiente matriz se presenta un FODA de una tienda de ropa.

Gráfico 1:



Matriz FODA – Tienda de ropa



Fuente: Curso “Introducción a los Negocios”. Universidad del Pacífico (2007).

2.2.3 ¿Qué es el mercado?

Es el ambiente físico o virtual donde se intercambian bienes y servicios. En el mercado desarrollas relaciones comerciales con tus clientes y proveedores. En un inicio, por ser nuevo, solo tendrás una pequeña porción del mercado y, conforme vayas creciendo, tu presencia también lo hará. Ten en cuenta que, para evitar posibles pérdidas, es importante que definas cuántos productos o servicios puedes vender.

Para definir cuál es el área más propicia para tu negocio, sea física o virtual, es esencial que tengas el perfil de tu cliente. Conociendo sus características, gustos y preferencias, podrás saber cuál es el lugar indicado para tu negocio.

Resumiendo...

Fuentes de información:

Primarias:

Son más precisas.

Ej.: encuestas,
entrevistas a expertos.



Secundarias:

Información que ya
existe. Ej.: estudios
de encuestadoras

Matriz FODA:

Resumen de las características de la empresa (fortalezas y debilidades), y del mercado donde se desempeña (oportunidades y amenazas).

F

Actividades, habilidades y recursos que dan ventaja a la empresa.
Ej.: Buena ubicación.

O

Factores externos que pueden ser aprovechados por la empresa. Ej.: Ferias para vender u promocionarse.

D

Actividades, habilidades y recursos que carece la empresa.
Ej.: poca experiencia.

A

Factores externos que afectan el desempeño de la empresa.
Ej.: tipo de cambio.



Mercado:

Lugar donde desarrollas relaciones comerciales y realizas el intercambio de productos y servicios.

PASO 3:

Conociendo al cliente y a la competencia

En esta fase, te ayudamos a conocer quién y cómo es tu cliente a través de preguntas sencillas; así como a desarrollar el perfil de este. De la misma manera, podrás definir quién es tu competencia.



2.3.1 ¿Quién es mi cliente?

El cliente es aquel que paga por el bien o servicio que ofreces. Cuando entras en un nuevo mercado, hay personas que tienen interés en tu producto y el dinero para pagarlo, pero que aún no te compran; a ellas se les denomina clientes potenciales. Las opiniones, comentarios y sugerencias de tus clientes, así como de los potenciales, te ayudarán a ofrecer un mejor servicio o producto.



2.3.2 ¿Cómo hago el perfil de mi cliente?

Los clientes siempre están en busca de novedades y de quien les brinde un mejor producto o servicio a un buen precio. Por ese motivo, es importante que tengas una comunicación constante con ellos para conocer sus inquietudes.

Para definir el perfil del cliente debemos responder las siguientes preguntas



¿Cuántos años tiene?

¿Dónde vive, trabaja o estudia?

¿Cuál es su estado?
¿Soltero, casado, divorciado, viudo, etc.?

¿Cuánto compra? ¿Una unidad, un cuarto, una docena, un ciento, etc.?

¿Compra por impulso?

Si apareciera un producto similar, pero más barato, ¿lo compraría?

Si aumentara el precio, ¿estaría dispuesto a pagar?

¿Es hombre o mujer?

¿Cuál es su nivel de educación? ¿Primaria, secundaria, técnica, universitaria, etc.?

¿Cada cuánto compra el producto o servicio?
¿Diario, semanal, quincenal, mensual, anual?

¿Lo compra por algún motivo especial? ¿para uso propio o para regalar?

¿Qué beneficio espera del producto o servicio?
¿Calidad, servicio, rapidez, economía, etc.?

¿Cuánto está dispuesto a pagar por el bien o servicio ofrecido?

De acuerdo a la información que recolectes, puedes crear varios perfiles y así sabrás cuál es la mejor manera de satisfacer a cada grupo de clientes.

2.3.3 ¿Quién es mi competencia?

Cuando analizas el sector en el cual vas a incursionar verás que no eres el único. Los competidores son quienes luchan contigo por la preferencia de los clientes.

Puedes identificar tres tipos de competidores:

Directos: Ofrecen los mismos servicios y productos que tú. A ellos debes ponerle especial atención para que puedas diferenciarte y ganar más clientes. Ej.: Pepsi y Coca Cola, son competidores directos.

Sustitutos: Ofrecen bienes y servicios que sustituyen al tuyo. En este caso, depende mucho de los gustos y preferencias del cliente. Ej.: Comprar pan o tostadas para el desayuno.

Potenciales: Son tus competidores futuros, aún no están en el mercado, pero son una posible amenaza. Los proveedores usualmente son competidores potenciales porque son ellos los que te venden los productos, incluso pueden ofrecerlos a un menor precio.

Para conocer a tu competencia, responde lo siguiente:



¿Quiénes son tu competencia?

¿Quién es el líder del mercado? ¿Por qué lo prefieren los clientes?

¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades?

¿Dónde están ubicados?

¿Quiénes son sus proveedores?

¿Cuáles son los bienes y servicios que venden?

¿Cómo y a cuánto lo venden?

¿Ofrecen algún servicio adicional? ¿Qué los diferencia?

¿Tienen ofertas o promociones?

¿Se han incorporado nuevos competidores últimamente?

¿Existen impedimentos económicos o legales para el ingreso?

Conociendo a tus competidores, sabrás cual es la mejor manera de enfrentarlos y aumentar tu presencia en el mercado.

Resumiendo...

Cliente:

todo aquel que compra el bien o servicio que vendes.

Cliente potencial:

aquel que aún no compra el bien o servicio que ofreces, pero tiene el dinero y la intención de hacerlo.

Competencia directa:

vende un producto o servicio similar.

Competencia indirecta:

quien vende un producto o servicio que sustituye al tuyo.

Competidor potencial:

aún no está en el mercado, pero representa una amenaza

PASO 4:

Creando la identidad de la empresa

En esta fase aprenderás a crear la identidad de la empresa, definir su visión y misión, los principios y valores que la rigen, cómo deben ser sus objetivos y cuál es la estrategia que mejor se adapta.



2.4.1 ¿Qué son la visión y misión?

La visión es el ideal máximo de la empresa. Es lo que quiere llegar a ser y por lo que quiere ser reconocida en el futuro, debe ser lo más precisa y detallada posible. Cuando se tiene definida la visión, se crea la misión.

La misión es la realidad actual, lo que es la empresa y por lo que es conocida en el presente. Son tres los aspectos en los que se basa: la definición de la empresa (qué, cómo y a quién se satisface), sus objetivos, sus principios y valores⁶.

A estos dos conceptos, debemos agregar los principios y valores que terminarán de moldear la identidad de la empresa. Estos elementos: visión, misión, principios y valores son los que componen la cultura de la empresa.

2.4.2 ¿Qué es un objetivo?

Los objetivos son las metas a lograr cumpliendo cuatro características:

Cuantificables: Deben poder medirse. Por ejemplo, vender 500 panes al día.

Realizables: Deben ser realistas. Por ejemplo, no decir que en el primer mes de funcionamiento obtendrás un millón de soles de utilidad.

Sencillos: Deben ser simples.

Conocidos por todos en la organización: Todas las personas de la empresa deben conocer los objetivos para avanzar y trabajar en equipo por un fin común.

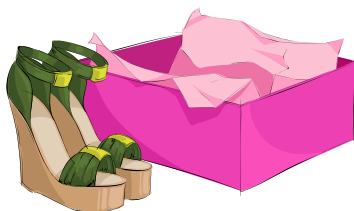
⁶Planes de negocios: una metodología alternativa. Pedro Franco C. (2005).

2.4.3 ¿Qué es la estrategia?

Es la forma como la empresa alcanzará sus objetivos. Debes evaluar las opciones y elegir la que mejor se adecue a tu negocio y brinde una ventaja competitiva. Son tres las estrategias genéricas de Porter⁷: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.



Liderazgo en costos: cuando tu objetivo es producir bienes y servicios a bajos costos para ofrecerlos a bajos precios. En este caso, al producir en cantidad, los productos son poco diferenciados y se dirigen a un mercado en general.



Diferenciación: cuando el cliente o consumidor percibe que el bien o servicio que le ofreces es superior al mercado, lo que hace que esté dispuesto a pagar más; el precio de venta es mayor al promedio.



Enfoque: cuando escoges a un grupo de clientes específico. Elegido el segmento, dependiendo de sus necesidades y características, debes definir si usarás diferenciación o liderazgo en costos. La principal fortaleza de esta estrategia es la lealtad que obtienes de tus clientes; por tener una relación cercana, respondes más rápido a sus necesidades.

⁷Michael Porter es un académico estadounidense conocido por sus teorías económicas que desde una orientación inicial a temas de competitividad ha ido poniendo cada vez más el foco en el entorno social. Es considerado como el padre de la estrategia empresarial.

Resumiendo...

Visión:

es el ideal máximo de la empresa. Ejemplo: ser la empresa número uno, en calidad e innovación de productos lácteos y bebidas nutricionales.

Misión:

es la razón de ser de la empresa. Ejemplo: satisfacer las necesidades de los consumidores, elaborando productos innovadores de alta calidad, que brinden un estilo de vida saludable, proporcionando la mejor nutrición y confianza.

Objetivo:

es la meta a lograr. Debe ser cuantificable, realizable, sencillo y conocido por todos en el negocio.

Estrategia:

es cómo la empresa logrará sus objetivos. Son tres:

Liderazgos en costos: cuando produces a bajos costos para vender a precios bajos.

Diferenciación: cuando tu cliente percibe que le ofreces un servicio o producto superior y está dispuesto a pagar más.

Enfoque: cuando te diriges a un grupo específico de clientes.

PASO 5:

Mercadeando

En esta fase veremos la **mezcla de marketing**. La más conocida es la de las “4 P” del marketing (producto, precio, plaza y promoción), que se emplean cuando la empresa vende productos. Si ofreces servicios, debes usar las “7 P” del marketing (producto, precio, plaza, promoción, personas, proactividad hacia el cliente y procesos).



2.5.1 ¿Qué es la mezcla de marketing?



2.5.2 ¿Cuáles son los factores de la mezcla de marketing?

A la mezcla de marketing se le conoce como las “4 P”.



Producto/servicio:

Es lo que ofreces a tu cliente con un conjunto de atributos, sean tangibles (producto) o intangibles (servicio). Contiene siete elementos:

- Características: tamaño, color, peso, etc.
- Calidad y garantía
- Envase y empaque: bolsa, lata, caja, botella, etc.
- Diseño: forma del producto, atributos, modelos, etc.
- Cantidad y disponibilidad
- Variedad: gama de productos y servicios que ofreces.
- Marca: cómo será identificado el producto o servicio (nombre e imagen), incluido el eslogan.



Precio:

Es el valor monetario del producto o servicio que vendes. Para definirlo debes tener en cuenta todos tus costos y el precio de los competidores. En este factor analizas lo siguiente:

- Costo: todos los costos en los que incurres hasta entregarle el producto o servicio al cliente.
- Competencia: el precio de tu competidor te servirá como guía.
- Ciclo de vida del producto: debes tener en cuenta la vida de tu producto, no es lo mismo vender triples (preparados en el instante) que con preservantes. El primero tiene vida de un día, mientras que el otro, hasta tres.
- Descuentos: algunos vendedores cuando ingresan al mercado deciden poner un “precio de promoción”, que suele ser menor al precio original que tienen en mente cobrar. El fin es hacerse conocido y tener un mayor alcance.

Recuerda que el precio refleja el valor del producto: no puedes pedir un precio alto cuando tu producto o servicio es de baja calidad porque estarías engañando al cliente. De igual manera, no ofrezcas un buen producto o servicio a bajo precio, porque le quitas prestigio a lo que vendes.



Plaza:

Cómo tu producto llega a las manos de tu cliente, así como el lugar físico o virtual donde se encuentra. Algunas variables que se analizan son:

- Canales: si le vendes directamente a tu cliente (canal directo) o le das a otra persona para que venda tu producto (canal indirecto).
- Cobertura: hasta que zonas llega tu producto o servicio.
- Transporte: la movilidad que pagas para llevar tu producto de un lugar a otro.
- Ubicación: dónde está localizado tu negocio, los puntos de venta.
- Conforme aumente el número de intermediarios, también lo hará el precio ya que cada uno buscará su beneficio. Comprar desde el mismo fabricante o productor será siempre más económico.



Promoción:

Se enfoca en la difusión de las características, atributos y beneficios del producto o servicio para atraer a los clientes. Es un factor clave porque si no se realiza una buena promoción del servicio o producto, el cliente no lo conocerá y, por ende, no comprará. En este factor analizas:

- Publicidad: son las acciones que se ejecutan para hacer conocido el producto o servicio que ofreces. Ej.: revistas, periódicos, folletos, volantes, etc. En la actualidad, se usan mucho las redes sociales por tener un mayor alcance y bajo costo.
- Promociones: son las ofertas que realizas de tu producto o servicio. Como las degustaciones, rifas, canjes y demostraciones.
- Relaciones públicas: cómo te presentas y relacionas con tus clientes.

En la actualidad, la mayoría de las personas busca a las empresas en las redes sociales y si no las encuentran, es como si no existiesen.

Resumiendo...

Mezcla de marketing: Conjunto de variables que permiten ofrecer un producto o servicio, al precio justo, que satisfaga al cliente en el lugar oportuno gracias a una promoción efectiva. Se le conoce como las “4P”.

PASO 6:

Liderando personas

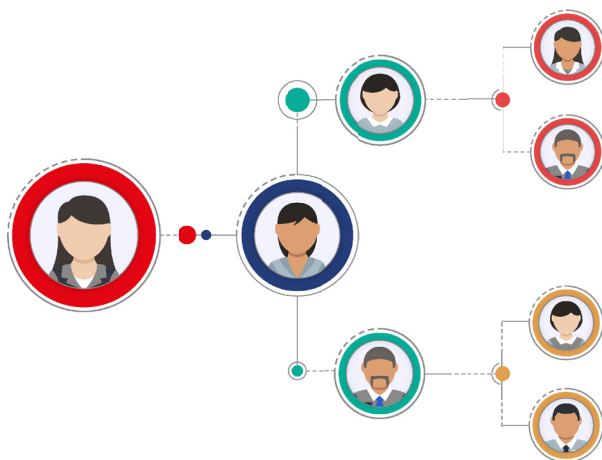
Es clave tener personal motivado en la empresa porque es quien tiene contacto directo con el cliente.



2.6.1 ¿Qué es un organigrama?

Es la representación gráfica de la estructura del negocio, refleja la posición de las personas que la integran de acuerdo a una jerarquía⁸. Sirve para asignar responsabilidades, establecer relaciones de autoridad y coordinación, así como de comunicación⁹.

Por tratarse de un pequeño negocio, se recomienda usar una estructura simple por ser de baja complejidad, pero de alta centralización (la toma de decisiones está centrada en los altos niveles de la empresa).



⁸Negocios Exitosos. Jack Fleitman (2000).

⁹El organigrama en la empresa. Emprende PYME

2.6.2 ¿Cómo saber a quién contratar?

Debes tener una guía que describa el objetivo del puesto de trabajo, el perfil requerido y las funciones. A continuación, te damos un ejemplo para que tengas una idea.

Puesto	Vendedor
Objetivo	Brindar excelente servicio y trato al cliente, de manera tal que se consolide la venta y se consiga su lealtad y preferencia.
Funciones	● Atender al cliente y crear una relación para tener su preferencia ● Brindar asesoría en el momento de la compra ● Repartir volantes ● Mantener el área limpia y ordenada
Perfil	Edad: 18 – 25 años Estudios: secundaria completa Experiencia: mínimo tres meses en puestos similares Habilidades y capacidades: capacidad de negociación y comunicación, orientación al servicio, saber escuchar, amabilidad, compromiso y proactividad

Resumiendo...



Tipos de negocio:

Unipersonal (trabajas solo), familiar (trabajas con tu familia) y microempresa (tienes empleados a tu cargo).



Organigrama:

Representación gráfica de la estructura del negocio que muestra la posición de las personas que la integran de acuerdo a una jerarquía.



Perfil de puesto:

Muestra las especificaciones del puesto (objetivo, funciones y requisitos).

PASO 7:

Operando

En esta fase se ve cómo funciona el negocio. Si alquilas o compras un local, el manejo de los inventarios y los proveedores.



2.7.1 ¿Alquilo o compro local?

Dependerá del dinero que tengas y el riesgo dispuesto a tomar. Recomendamos alquilar un local en un inicio y comprarlo solo si es necesario ya que implica una gran inversión y gastos asociados como seguridad, licencias y permisos de funcionamiento.



2.7.2 ¿Qué son los inventarios y cómo los manejo?

Los inventarios son los insumos, suministros, productos o bienes almacenados. Para tener un mejor control de estos debes gestionarlos, es decir: registrarlos, ordenarlos, almacenarlos, etc.

Una gran ventaja de administrar tus inventarios es que puedes reducir costos porque no compras más insumos de los que realmente necesitas.



2.7.3 ¿Quiénes son los proveedores?

Son los que brindan servicios o productos necesarios para que tu negocio funcione. Por ejemplo: Sedapal, Luz del Sur, vendedor de frutas, harina, etc. Debes desarrollar buenas relaciones con tus proveedores principales porque de ellos dependes para operar. Si tienes una juguería, tus proveedores más importantes son los vendedores de frutas. Una buena opción es ir al Mercado de Frutas y crear relaciones con los vendedores más confiables. Si alguno de ellos tiene problema un día para venderte, ya tienes un respaldo.

Resumiendo...

Inventarios:

Insumos, suministros, productos o bienes almacenados que tienes.

Proveedores:

Quienes te brindan los servicios o productos necesarios para que tu negocio funcione.

PASO 8:

Entrando en los números

En esta última fase explicaremos la importancia de los registros contables, qué son los comprobantes de pago, qué es un flujo de caja, entre otros temas importantes que debes conocer.



2.8.1 ¿Qué es un registro contable?

Es el registro de las entradas o salidas de dinero de tu negocio como el que recibes del extranjero (remesa¹⁰), por la compra de insumos, el gasto de movilidad, etc.

A cada movimiento se le llama **transacción**: es el intercambio de dinero por un producto o servicio.



¹⁰Las remesas son envíos de dinero desde el exterior a una persona que se encuentra en otro país.

2.8.2 ¿Para qué me sirve el registro contable?

De estar correctamente ordenado, te ayuda a ver cómo va el negocio en el aspecto financiero. Si vas bien, úsalo para definir el por qué, es decir, cómo llegaste a ese punto y a partir de ello, planifica para hacerlo aún mejor. En caso contrario, fíjate en qué estás fallando y busca una solución. Algunos beneficios son:



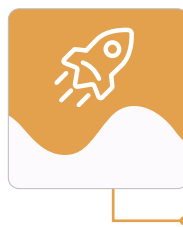
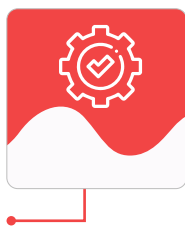
Controlas el dinero:

Al registrar, detallas los ingresos y salidas de dinero haciendo sencillo determinar su uso y de donde provienen.



Demuestras que tu negocio está operativo:

Los ingresos y salidas de efectivo demuestran tu actividad en el mercado. Al registrarlos tienes la prueba de la vigencia de tu negocio, de la organización y del control sobre tus transacciones.



Ves el estado de tu negocio:

Al llevar un registro contable de las operaciones del negocio es más fácil que detectes cualquier inconveniente de manera oportuna. Asimismo, podrás ver la situación actual y tomar las medidas necesarias de ser el caso.

Planificas para el futuro:

Al registrar formas el historial de tu empresa que, junto al FODA, te permite planificar tus futuras acciones e inclusive poder solicitar un préstamo. Asimismo, demuestras seriedad ante las entidades financieras.

2.8.3 ¿Dónde registro?

Así como algunas personas tienen un diario donde anotan lo que hacen durante el día, las empresas también cuentan con uno, se llama libro diario. En este se anota, en orden cronológico, las operaciones diarias del negocio que involucran movimiento de dinero. De igual manera, ayuda a prevenir errores u omisiones de ingresos o gastos.

Una manera sencilla de hacerlo es graficando una tabla como la siguiente y coloca en la parte superior el nombre del negocio y del libro, la moneda usada y el periodo que comprende:

Como en casa (nombre del negocio)

Diario (nombre del libro)

Expresado en soles (moneda)

Del 01/01/2021 al 31/01/2021 (periodo)

Fecha	N°	Detalle	Debe	Haber
		Compra de harina		120
1/01/21	1	Compra de huevos Compra de azúcar		80 70
		Compra de mantequilla		100
3/01/21	2	Venta de kekes	550	

Elaborado por la Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral

Los ingresos de dinero van en el debe (izquierda) y los egresos en el haber (derecha). Este registro puedes llevarlo de manera física (libreta de notas, un cuaderno) o virtual (por ejemplo, Excel).

2.8.4 ¿Siempre debo registrar?

Siempre debes llevar un registro por más simple que sea. Si estás acogido al Nuevo RUS (NRUS), pagarás una cuota mensual dependiendo del total de los ingresos y compras que realices en el mes. Asimismo, perteneciendo al NRUS, no tienes obligación de llevar libros de contabilidad¹¹ por lo que tener un registro de tus cuentas es de gran importancia. Es recomendable que guardes todos tus comprobantes de pago porque con su información puedes llenar el libro diario. Además, darás más seriedad a tus registros.



2.8.5 ¿Qué son los comprobantes de pago?



Las facturas, recibos, notas y cualquier otro documento que sustente movimiento de efectivo son considerados comprobantes de pago. Existen ocasiones en las que no tienes una prueba escrita. En ese caso, te recomendamos que registres tú mismo teniendo en cuenta: la fecha y detalle de la transacción, la persona o negocio involucrado en ella y el monto. Debes tener los comprobantes de pago de todas tus transacciones. Para evitar cualquier olvido, lleva siempre una pequeña libreta.

¹¹Llevar libros contables para mi negocio. <https://www.gob.pe/1211-llevar-libros-contables-para-mi-negocio>

2.8.6 ¿Qué es un costo y qué es un gasto?

El costo es lo que pagas para obtener un producto o servicio; mientras que el gasto, lo realizas durante la venta o distribución del bien o servicio. Estos son:

Costos de producción: Son esenciales para el funcionamiento de tu negocio y están compuestos por los materiales (materia prima directa), el sueldo del personal que participa en la producción (mano de obra directa) y gastos como luz, agua, teléfono, entre otros (gastos indirectos de fabricación).

Gastos de comercialización: Son los que haces para impulsar tus ventas. Por ejemplo, promoción (tarjetas de presentación, avisos, banners), publicidad, sueldos y comisiones de las vendedoras, etc.

Gastos administrativos: Son aquellos que se generan para controlar y dirigir del negocio. Por ejemplo, el sueldo de la secretaria.

Gastos financieros: Son los que asumes al financiarte con terceros. Por ejemplo, los intereses, la diferencia de tipo de cambio, los gastos bancarios, los descuentos por pronto pago, entre otros.



En el caso de un vendedor de sándwiches de pollo, los costos serían así:

Costos de producción 	Costos de comercialización 	Gastos financieros 
Costos de los bienes y servicios que se usan para producir	Costos realizados para impulsar las ventas	Gastos asumidos cuando se pide préstamo a una entidad financiera
Pollo, sal, pan, mayonesa, lechuga, agua, gas y, en caso de tener ayudantes, el monto de dinero que se les pague	Volantes, afiches o letreros que tenga el puesto de venta	Intereses, la diferencia de tipo de cambio, entre otros

Elaborado por la Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral

Para mayor información, el portal Crecemype¹² del Ministerio de Producción cuenta con material útil para el desarrollo de la idea de negocio.

2.8.7 ¿Qué es el flujo de caja?

Es un informe de las entradas y salidas de dinero de tu negocio. Te permite controlar los costos y gastos, así como los ingresos para ver si estás ganando o perdiendo dinero, decidir cuánto, cuándo y en qué gastar, fijar metas de ahorro y ajustar los gastos de acuerdo a los ingresos. A continuación, te enseñamos cómo elaborarlo de manera sencilla:

En el cuadro de ingresos, debes colocar todas las entradas de dinero que tiene tu negocio como las ventas y remesas, así como incluir el saldo del mes anterior.

¹²<http://www.crecemype.pe/portal/index.php/coleccion-crecemype-ii/costos>

Ingresos (entradas de dinero)	Mes 1	Mes 2	Mes 3
S/			
Ventas	350	500	450
Remesas	100	50	150
Saldo mes anterior	0	120	280
Total ingresos (A)	450	670	880

Elaborado por la Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral

En el segundo cuadro, van todas las salidas de dinero por servicios básicos como luz, agua, teléfono; por transporte, por compra de insumos, pago de préstamos, entre otros.

Egresos (salidas de dinero)	Mes 1	Mes 2	Mes 3
S/			
Luz	60	60	65
Agua	30	40	35
Transporte	90	90	90
Insumos	150	200	170
Pago de deudas	0	0	0
Total egresos (B)	330	390	360
Dinero disponible (A-B)	120	280	520

Elaborado por la Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral

En este segundo cuadro calculas el dinero disponible, diferencia de las entradas y salidas de dinero que tuviste en el mes. Este es el monto que va en el cuadro de ingresos como saldo del mes anterior.

Resumiendo...

Registro contable:
Registro de entradas o salidas de dinero de tu negocio

Libro diario:
En este anotas, en orden cronológico, las operaciones diarias de tu negocio que involucran movimiento de dinero

Comprobante de pago:
Son las facturas, recibos, notas y cualquier otro documento que sustente movimiento de efectivo

Costo:
Es lo que pagas para obtener un producto o servicio

Gasto:
Es lo que realizas durante la venta o distribución del bien o servicio

Costo de producción:
costos de bienes y servicios usados para producir.

Costo de comercialización:
costos realizados para impulsar las ventas.

Existen cuatro tipos de costos y gastos:

Gastos financieros: gastos asumidos cuando se pide préstamo a una entidad financiera.

Gastos administrativos:
gastos generados para controlar y dirigir el negocio.

PASO 9:

Formalizando

2.9.1 ¿Cómo constituyo mi empresa?

Existen dos maneras, como persona natural o persona jurídica.



2.9.2 ¿Cómo constituyo siendo persona natural?

En este caso, puedes constituir tu empresa estando inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Tú asumes la responsabilidad de las deudas y obligaciones. Hay cierto nivel de riesgo en este tipo de constitución por las responsabilidades asumidas, ya que no solo se asume con los bienes y recursos de la empresa, sino también con los bienes personales (vivienda, vehículos, cuentas bancarias, etc.). Algunas ventajas son la constitución rápida y sencilla, no requieres mucha inversión, tienes la libertad de ampliar o reducir el patrimonio sin restricción, no tienes obligación de llevar libros contables, etc.



Como persona natural puedes acogerte al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), régimen sencillo que te permite declarar al contratar trabajadores en el Programa de Declaración Telemática (PDT)¹³, así como inscribirlos en EsSalud¹⁴; la inscripción en Registros Públicos es voluntaria.

¹³Más información en <http://www2.sunat.gob.pe/pdt/>

¹⁴Más información en <http://www.essalud.gob.pe/seguero-regular/>

2.9.3 ¿Si fuera persona jurídica?

A diferencia de la persona natural, cuando eres persona jurídica es la empresa quien asume los riesgos y responsabilidades. Entre sus desventajas están la mayor dificultad para constituirla, requerimiento de una mayor inversión, llevar y presentar documentos contables. Algunas de sus ventajas son acceder a concursos públicos, disponer de mayor capital porque son varios los que aportan, responsabilidad limitada por deudas y obligaciones, entre otras. Existen cinco tipos de empresa, para mayor información visita el siguiente enlace:

<https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion/>



Ten en cuenta que gracias a la Plataforma Sistema de Intermediación Digital (SID - SUNARP) de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) puedes constituir tu empresa de manera virtual:

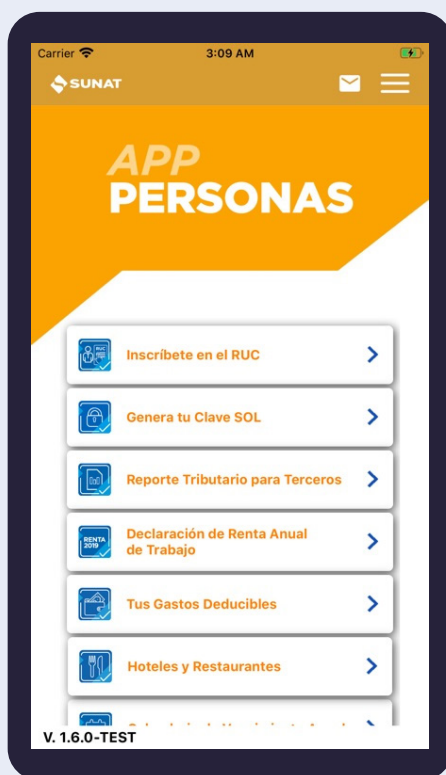
<https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>

La plataforma te permite obtener los formatos de estatuto de constitución de empresa y enviarlos de manera electrónica al notario de tu elección, para luego continuar con el trámite de firma de escritura pública y registro¹⁵.

¹⁵<https://www.gob.pe/10580-constituir-tu-empresa-a-traves-de-la-plataforma-sistema-de-intermediacion-digital-sid-sunarp>

Para obtener tu Registro Único de Contribuyentes (RUC), puedes registrarte mediante el Centro de Servicios Virtual o por el APP personas de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). Para más información revisa la Guía básica tributaria y aduanera de la SUNAT¹⁶. De igual manera, es necesario que saques la licencia municipal de funcionamiento en la municipalidad del distrito donde tendrás tu empresa.

Finalmente, ingresando tu empresa en el Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) accederás a beneficios laborales, tributarios, financieros y tecnológicos que otorga la ley MYPE. Debes ingresar a la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo¹⁷.



¹⁶https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Guia-NAF_2021_1ra-edicion.pdf

¹⁷<https://www.gob.pe/279-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa-remype>

Tercera parte:

EL FINANCIAMIENTO

Antes de buscar financiamiento, debes responder tres preguntas: ¿Para qué necesitas el financiamiento?, ¿Durante cuánto tiempo? y ¿Cuánto necesitas?

En un inicio, la mayoría de los emprendedores comienza su negocio con sus ahorros o remesas, ya que conseguir un préstamo no es tan sencillo y más aún, si no tienes presencia en el mercado financiero. Para ser parte del sistema financiero puedes iniciar abriendo una cuenta de ahorros.

3.1 ¿Qué es el sistema financiero? ¿Para qué sirve?

Es el conjunto de instituciones y medios donde se administra el dinero recibido de las personas que ahorran o invierten para ponerlo a disposición de quienes lo necesiten. El sistema financiero promueve el progreso y desarrollo económico del país. Puedes encontrar productos que te ayudarán en el desarrollo de tu negocio como la cuenta de ahorros, tarjeta de débito, de crédito, préstamos, etc.



3.2 ¿Qué es una cuenta de ahorros?

Es un servicio que brinda la entidad financiera para que guardes tu dinero de manera formal, a la vez te permite realizar depósitos y retiros cuando lo desees. Un ahorro es informal cuando guardas el dinero en casa o lugar secreto. A continuación, mostramos una comparación de ambos.

Ahorro formal e informal



Ahorro formal:

Mayor seguridad, el dinero genera intereses, la tentación de gastarlo es menor, desarrollas un historial financiero y te conviertes en potencial sujeto de crédito para dicha entidad.



Ahorro informal:

El dinero puede perderse o ser robado sin posibilidad de recuperarlo, el dinero no crece, y puede ser gastado fácilmente porque está a tu alcance.

Elaborado por la Dirección de Seguridad Social y Migración Laboral

3.3 ¿Qué es una tarjeta de débito?

Al abrir una cuenta de ahorros la entidad te otorga una tarjeta de débito que permite:

No cargar dinero en efectivo.



Llevar un control de los gastos gracias al estado de cuenta.



Usarla solo si tiene dinero depositado o ahorrado en ella.



Aprovechar los descuentos que da en restaurantes, centros comerciales, entretenimiento, etc.



Acumular puntos al comprar para canjear productos o servicios.



Cancelarla en caso la extravíes para evitar el riesgo de perder tu dinero.



3.4 ¿Qué es una tarjeta de crédito?

Es un servicio que ofrece la entidad financiera, de ti depende si la aceptas. Sirve para realizar pagos y retirar dinero, sin embargo, no es una buena opción para pedir un préstamo porque es una de las maneras más costosas para financiarse por sus altos intereses y comisiones. Debes tener en cuenta que:

Aunque puedes usarla sin tener dinero en ella, genera altos costos si pagas tu deuda en más de una cuota.



Tienes que pagar en la fecha indicada para evitar recargos adicionales (mora).

Debes usarla solo cuando sea necesario.



Si haces un buen uso de ella, creas un historial crediticio saludable.

Además, tener una tarjeta de crédito conlleva varias responsabilidades. Algunos aspectos a recordar son:

- No compartas tu clave de seguridad ni la anotes en un papel o almacenes en tu navegador de internet, solo tú debes conocerla.
- Firma en el reverso de tu tarjeta o escribe "Solicitar DNI"; en el caso de que se pierda, quien quiera usarla tendrá que dar tu DNI o firmar igual.
- Guarda tus comprobantes de pago y compáralos con tu estado de cuenta al final del mes.
- Realiza tus operaciones solo en sitios de confianza y no aceptes ayuda de extraños.

3.5 ¿Qué es un préstamo?

Es un servicio por el cual una entidad financiera presta un monto de dinero (crédito), por un plazo determinado en el que el emprendedor se compromete a pagarlo en partes más el precio por usarlo (interés).

3.6 ¿Cómo puedo financiarme?

Son varios los tipos de financiamiento a los que puedes acceder, los más comunes son: Ahorros personales, préstamos de amigos y familiares, sistema financiero y concursos.



3.7 ¿Cómo es financiarse con ahorros personales?

Es la forma más común y usada por los emprendedores ya que al inicio no es tan fácil obtener un préstamo de una entidad financiera. Para esto, te recomendamos que hagas una lista de los recursos que tienes como: Propiedades, vehículos o cuentas en el banco, para saber si tienes opción de vender o hipotecar alguno de ellos en caso lo necesites.



3.8 ¿Qué son los préstamos de amigos o familiares?

En esta forma de financiamiento debes elegir bien a la persona a quien le solicitarás el préstamo porque no todas esperarán a ver los resultados. Por ello, quien te presta debe estar bien informado sobre los riesgos. Una vez que acepte, crea un contrato especificando todos los detalles del préstamo: fechas de pago, duración, intereses, garantía y derechos del prestamista.

Es importante que definas este último ya que, muchas veces, las personas que prestan el dinero creen que por hacerlo tienen derecho a opinar o ejercer alguna autoridad en el negocio.

3.9 ¿Qué evalúan las entidades financieras para dar financiamiento?

Los aspectos generales que verifican las entidades antes de otorgarte un préstamo son:

Carácter

Evalúan la voluntad de pago que tienes más que la situación financiera de tu negocio. Suelen averiguar tu historial crediticio para ver que tan buen pagador eres, es tu carta de presentación.

Capacidad

Evalúan si tu negocio tiene la capacidad de generar los flujos de dinero necesarios para pagar el préstamo, la experiencia que tienes en el mercado, las personas que trabajan contigo, entre otros.

Capital

Analizan si tu negocio tiene respaldo económico para solventarse o si el propietario tiene la capacidad económica de hacerle frente.

Colateral

Si tiene algún bien mueble o inmueble que sirva para colocar como garantía.

Condiciones externas

Se refiere a factores externos que pueden afectar tu negocio como la economía del país, cuál es la situación del sector donde quieres incursionar, la competencia y otros factores relevantes.

3.10 ¿Qué debo tener en cuenta cuando solicite financiamiento?

Al momento de solicitar un préstamo, existen algunos factores que debes tener en consideración. Estos son destino, plazo, moneda, interés, garantía y asesoría.

Destino

Puede ser para Bienes de capital o Capital de trabajo, dependerá del uso. Es bienes de capital si el préstamo tiene como destino ayudar a completar las instalaciones de tu empresa. Por ejemplo: la compra de inmuebles, maquinaria o equipo. Es capital de trabajo cuando el dinero es necesario para que tu empresa funcione. Por ejemplo: compra de mercadería, sueldos de trabajadores, etc.

Plazo

Puede ser corto (menos de 1 año), mediano (entre 1 y 3 años) o largo plazo (más de 3 años). Debes tener en cuenta que este plazo debe ser mayor al periodo que tienes pensado recuperar el dinero porque, de lo contrario, corres el riesgo de no poder afrontarlo e incurrir en moras. La mora es el monto adicional que debes pagar por cada día que pase después del vencimiento de la cuota.

Moneda

Es importante definir la moneda por la diferencia de tipo de cambio, ya que de un día al otro el costo de la moneda extranjera respecto al nuevo sol puede variar. Mientras más nuevos soles debas pagar por la moneda extranjera, más alto será el valor de tu deuda. Por ello, te recomendamos te endeudes en la moneda que tu empresa percibe ingresos.

Interés

Debe ver si es fijo (no cambia a lo largo del préstamo, se usa cuando los préstamos son pequeños) o variable (sube o baja de acuerdo a la situación económica del país. Por ejemplo, la inflación, devaluación de la moneda, etc.). Antes de elegir una entidad del sistema financiero, debes conocer las tasas de interés y beneficios que ofrece cada una para saber cuánto tendrás que pagar adicionalmente al término de tu contrato.

Garantía

Puede ser joyas (pignoraticia); terreno, casa o local (hipotecaria); maquinaria o vehículo (prendaria) o, con otra persona que asuma la responsabilidad de la deuda (aval).

Asesoría

Algunas entidades financieras te brindan asesoría para que desarrolles tu empresa, así como comparten experiencias de otros emprendedores que realizan actividades similares. La asesoría es de gran ayuda para los nuevos emprendedores que aún no conocen mucho del mercado.

3.11 ¿Cómo es financiarse a través de concursos?

En la actualidad, con fines de promover el emprendimiento, se han creado programas y concursos de planes de negocio. La originalidad, promoción del producto peruano, innovación, tecnología y sostenibilidad son bien valorados por el jurado. Ahora, inclusive, los concursos tienen diferentes públicos objetivos, escoge el que mejor se adecue a tu proyecto y anímate a postular porque de ese tipo de experiencias, aunque no se gane, siempre se aprende.

Usualmente, está dirigido a personas que no tienen recursos para la puesta en marcha de su negocio. El dinero que dan como premio para empezar se llama capital semilla. El emprendedor puede usarlo con ayuda de un asesor que lo guiará para que haga un uso efectivo.

3.12 ¿Qué otras formas de financiamiento existen?

Además de los préstamos en el sistema financiero, cuentas con otros instrumentos como el arrendamiento financiero (leasing), descuento de facturas (factoring) y carta de crédito.

Arrendamiento financiero

También conocido como leasing, es cuando la entidad financiera compra el bien que tu empresa necesita y te lo alquila por un pago mensual durante un plazo determinado. Cuando termina el contrato, tienes la opción de renovarlo o comprar dicho bien a un menor precio. En caso no optes por alguna de las dos opciones, tendrás que devolver el bien a la entidad financiera.

Descuento de facturas

Es una muy buena opción si tienes como cliente a una empresa con prestigio de buen pagador, ya que la institución financiera puede comprarte la factura que tienes por cobrar a ella. Si tienes la urgencia de efectivo, dicha factura la vendes al banco y este te pagará un porcentaje de la misma. Cuando el banco cobre, te devolverá el porcentaje restante menos una comisión por el servicio brindado.

Carta de crédito

Esta herramienta es usada en las exportaciones. Cuando vendes al extranjero, corres el riesgo de no recibir el pago y, puesto que el comprador no va a querer pagarte antes de revisar el producto, se usa la carta de crédito. Ambas partes, comprador y vendedor, firman un documento donde las entidades financieras de cada lado avalan que se realizará el pago correspondiente a la venta siempre y cuando se cumplan las condiciones previamente establecidas. Al final, ambas instituciones financieras cobran un pequeño porcentaje de la venta por su intermediación durante la operación.

Son varios los tipos de financiamiento, productos o servicios a los que un emprendedor puede acceder en el sistema financiero. Elige el que mejor se te adecue y, con el plan de negocios en mano, enrúmbate a emprender.

FUENTES CONSULTADAS

- Acelera Startups. Emprendedorismo. Obtenido de: <http://www.acelerastartups.com/br/emprendedorismo/>
- Banco de Bogotá. Cartilla de Educación Financiera “El Camino a la Prosperidad”, Una Guía útil para manejar mejor su dinero.
- Bardales, E. El emprendimiento en el Perú: De la necesidad a la oportunidad. Gestión.
- Persona Natural versus Persona Jurídica. Obtenido de: <https://www.gob.pe/252-persona-natural-versus-persona-juridica>
- Empeñe PYME. (s.f.). El organigrama en la empresa. Obtenido de: <https://www.empeñepyme.net/el-organigrama-en-la-empresa.html>
- Empeñe UP (2012). Proyecto Empresarial. Etapa previa al desarrollo de un Plan de Negocio. Lima, Lima, Perú.
- Fernando Trías de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor.
- Fleitman, J. (2000). Negocios Exitosos. McGraw-Hill.
- Flores, J. L. Investigación de Mercados.
- Franco Concha, P. Planes de negocios: una metodología alternativa, Segunda edición. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Graduados Colombia. (s.f.). Obtenido de Emprendimiento por necesidad o por oportunidad: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/negocios/empeñar-por-necesidad-u-oportunidad-escoja-la-mejor-opcion>
- Kinneer, T., & Taylor, J. (s.f.). Investigación de Mercados.
- Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. Ley N° 26702. Artículo 282.
- Matriz FODA. (2011). Matriz FODA. Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/>
- Ministerio de la Producción. (s.f.). Colección CRECEMYPE I - Financiamiento. Obtenido de CreceMype
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Constitución y Formación de Empresas. Lima, Lima, Perú.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. España: Grupo Planeta.
- Programa PyMerural. (2013). Guía para el Fomento de Nuevos Emprendimientos. Managua, Nicaragua.
- Promonegocios.net. El Ciclo de Vida del Producto. Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vida-producto.html>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (s.f.). Orientación tributaria. Obtenido de: <http://www.sunat.gob.pe/orientaciontributaria/index.html>
- Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (s.f.). Tipos de personas jurídicas. Obtenido de <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/informa.htm?method=goConstEmp>
- Universidad ESAN - Centro de Desarrollo Emprendedor. (2015). Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2013. Lima: Esan ediciones.
- Requisitos para el cumplimiento del procedimiento registral para el ciudadano. https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf
- Sistema no bancario: qué son las financieras, microfinancieras, cajas municipales y cajas rurales. <https://gestion.pe/tu-dinero/sistema-no-bancario-que-son-las-financieras-microfinancieras-cajas-municipales-y-cajas-rurales-sistema-financiero-sistema-bancario-peru-nnda-nnlt-noticia/?ref=gesr>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/>



Dirección: av. Salaverry 655, Jesús María.

Teléfono: 630 60 00

www.gob.pe/mtpe

Síguenos en:

