

14

Fecha de presentación: abril, 2020

Fecha de aceptación: junio, 2020

Fecha de publicación: julio, 2020

PLAN DE NEGOCIO

PARA EMPRENDIMIENTOS DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

BUSINESS PLAN FOR THE ENTERPRISES OF POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY ACTORS AND ORGANIZATIONS

Lisenia Karina Baque Villanueva¹

E-mail: uq.liseniabaque@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7886-8094>

Danilo Augusto Viteri Intriago¹

E-mail: direccionquevedo@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7153-4980>

Lyzbeth Kruscsthalia Álvarez Gómez¹

E-mail: uq.lyzbethalvarez@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2387-984X>

Aída Margarita Izquierdo Morán¹

E-mail: uq.aidaizquierdo@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2692-2762>

¹ Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125.

RESUMEN

El objetivo primordial de esta investigación es diseñar la estructura de un nuevo plan de negocios para los emprendimientos de los actores de economía popular y solidaria de la provincia de Los Ríos. Se utilizó los métodos descriptivo, cualitativo y cuantitativo, que permitió recabar la información necesaria a los 24 emprendedores del proyecto Impulso Joven dirigido por la Secretaría Técnica de Juventudes quienes constituyeron la población sujeta de análisis en esta investigación.

Palabras clave: Plan de negocio, emprendimiento, empresa.

ABSTRACT

The primary objective of this research is to design the structure of a new business plan for the ventures of the actors of popular and solidarity economy in the province of Los Ríos. The descriptive, qualitative and quantitative methods were used, which allowed gathering the necessary information from the 24 entrepreneurs of the Young Impulse project led by the Youth Technical Secretariat who constituted the population subject to analysis in this research.

Keywords: Business plan, entrepreneurship, company.

INTRODUCCIÓN

La administración de los negocios está en constante evolución, es así que las empresas busca generar actividades innovadoras no solo en busca de réditos económicos, sino también en la generación de valor agregado, de tal manera que sean sostenibles en el tiempo. Es por esta razón que las empresas deben determinar estrategias que permitan diferenciar la a la organización de la competencia. El objetivo primordial de esta investigación es diseñar la estructura de un nuevo plan de negocios para los emprendimientos de los actores de economía popular y solidaria de la provincia de Los Ríos.

La escasez de recursos económicos por las que atraviesa el mundo y en especial nuestro país, hace que las micro, pequeñas y medianas empresas busquen diversas formas de subsistir, siendo por ello primordial fortalecer estos sectores, porque muchos muestran un sistema productivo, administrativo, financiero y tecnológico primitivo lo que afecta principalmente a su competitividad.

Se hace necesario que los emprendimientos de los actores de la economía popular y solidaria consideren una serie de indicadores como la planificación, recurso humano, gestión ambiental, comercialización, administración, contabilidad y finanzas permitan medir las fortalezas y debilidades internas con la finalidad de mejorar las áreas de las mismas que puedan estar afectando su nivel de competitividad.

Por esta razón y para fomentar el crecimiento empresarial en aspectos, económicos y sociales, es necesario que las empresas cuenten con una guía fácil, sencilla y que les permita prepararse hacia un cambio favorable en el mundo de los negocios.

Se entiende por empresa a una organización, que brinda o produce bienes y/o servicios, que demandan los clientes, y que además le permite obtener beneficios económicos. Para cumplir con sus objetivos la empresa requiere para su funcionamiento, recursos materiales, técnicos, financieros y humanos.

La empresa es una actividad humana organizada, que emplea medios humanos y materiales con el objetivo o fin de obtener un beneficio, si la actividad tiene como objetivo principal conseguir beneficios económicos, y en el desarrollo de las mismas se adquieren responsabilidades (frente al estado, los ciudadanos, consumidores) estamos hablando de empresa en el sentido económico y con esto se define lo que es la Empresa.

La empresa está formada por un conjunto de partes interrelacionadas de forma directa o indirecta conseguir una finalidad. Esta finalidad no es más que la obtención

de unos outputs mediante un proceso de transformación de unos inputs. Asimismo, es necesario un proceso de retroalimentación para que la empresa se adapte a los cambios que se hayan producido (Gil & Giner, 2013).

Para Blanco, Mercado & Prado, citado por Baque (2019), la actividad emprendedora es un elemento imprescindible para entender el desarrollo económico de cualquier país. Ayuda a la previsión y ajuste de políticas públicas allí donde se necesita el impulso de nuevos proyectos y la generación de empleo. Emprender es poner en marcha un nuevo proyecto empresarial asumiendo el riesgo que este conlleva, a cambio de obtener un beneficio empresarial. Es un motor de innovación, competitividad y crecimiento.

En la actualidad no es fácil emprender, hay muchas causas para que esto ocurra, entre ellas la falta de motivación y decisión para la creación de un negocio, inadecuada utilización de herramientas administrativas, técnicas para la gestión de emprendimientos, desconocimiento de las ventajas de la asociatividad y el escaso recurso económico, mismas que tienen efectos importantes como las ideas de negocios no concretadas por falta de confianza y de conocimientos, desconocimiento del entorno competitivo y económico de los emprendimientos, inadecuado aprovechamiento de las ventajas de la asociatividad para el desarrollo de emprendimientos y la no ejecución de una actividad comercial (Baque, 2019).

El emprendimiento también se puede definir como el talento que tiene una persona para generar un proyecto o una idea de negocio. El emprendimiento tiene grandes desafíos entre ellos: la crisis económica, crear ventaja competitiva, buena gestión del flujo de caja y la innovación tecnológica.

Zorita (2015), afirma que *“todo proyecto de creación de una empresa tiene su punto de partida en la idea en que se plantean los promotores de este, iniciándose desde ese momento, un proceso de análisis y planificación, que llevara a determinar la viabilidad del proyecto y la configuración futura de la empresa. Temas como el mercado al que la empresa va a dirigirse, la evolución previsible del mismo, las empresas de la competencia, la política comercial a seguir, las ventas esperadas, los recursos técnicos y económicos necesarios”*.

Vargas Belmonte (2014), refiere que *“para que un plan empresarial tenga éxito es necesario que el producto o servicio que ofrece la empresa sea aceptado por el mercado al que se dirige, produciendo una relación de intercambio entre oferente y demandante del producto o servicio. Los compradores solo adquieren los productos que oferta la empresa si son capaces de satisfacer*

sus necesidades, por esa encamina estas actividades la empresa”.

A esto se añade el planteamiento de De Jaime (2016), que considera *que “ninguna idea de negocio debe lanzarse como proyecto empresarial si previamente no se realiza un plan económico-financiero que permita evaluar o validar si el negocio, una vez puesto, en marcha permitirá obtener positivos o beneficiosos, que indique que será rentable para los promotores o accionistas que van a poner en el mismo su inversión vía capital. Que le permita llevar su gestión hacia unos resultados económicos financieros que sean positivos”.*

Para Baque, et al. (2019), la finalidad del plan de negocio es determinar la viabilidad económica, técnica, social y ambiental de un proyecto, tomando en consideración las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la empresa, así como también analizar el entorno en el cual se desarrollará la misma.

Zorita (2015), propone una estructura para un plan de negocio, pero se debe tomar en cuenta que por lo general se ajustan los modelos de acuerdo con las necesidades de la empresa, lo que indicaría que esta estructura no siempre se cumple.

- Introducción/ presentación. Resumen ejecutivo.
- Descripción del negocio.
- Análisis del mercado.
- Análisis de la empresa.
- Análisis de la situación. Diagnóstico.
- Planteamiento estratégico,
- Plan operativo de marketing y ventas.
- Plan de operaciones. Calendarios y plazos; Sistemas de información.
- Temas societarios. Organización y recursos humanos.
- Estudio económico y financiero,
- Sistemas de control. Cuadro de mando y planes de contingencia.
- Conclusiones.

La estructuración de un plan de empresa incluye todo tipo de detalles que se debe tener al iniciar una empresa, como es una planificación pormenorizada de las políticas, estrategias, investigación previa, planes de acción y financiamiento (Izquierdo, Baque, & Mendoza, 2018).

Existen diferentes estructuras de modelos de negocio diseñadas por algunos autores, todos tienen puntos en común, pero ciertamente al plantear un nuevo diseño se

realizan ajustes que permitan la comprensión y el fácil acceso, sobre todo para la población objeto de estudio en esta investigación.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización de esta investigación se trabajó la modalidad descriptiva, cualitativo y cuantitativo, las cuales permitieron la utilización de la encuesta como instrumento de recolección de datos así como también conocer las necesidades y/o características que debe contener un plan de negocio de acuerdo a las necesidades de la población estudiada. Los métodos inductivo, deductivo y analítico facilitaron la interpretación de la información, misma que después ayudó a elaborar las conclusiones. La investigación bibliográfica permitió analizar los fundamentos teóricos relacionados con las variables de estudio.

Los métodos utilizados permitieron el diseño de los componentes de un nuevo plan de negocio para los emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria en la Provincia de los Ríos.

Esta investigación se desarrolló tomando en consideración una población de 24 emprendedores que habitan en los cantones de Quevedo, Valencia, Mocache, Quinsaloma, Ventanas y Buena Fe, los cuales pertenecen al Proyecto Impulso Joven dirigido por la Secretaría Técnica de Juventudes, mismos constituyeron la muestra para desarrollar el estudio y a los que se les aplicó el instrumento de recolección de datos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación dan a conocer la necesidad del diseño de un plan de negocio acorde a los requerimientos de los emprendimientos de la población objeto de estudio (Tabla 1).

Tabla 1. Edad de los emprendedores

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
18 años a 21 años	5	21%
22 años a 25 años	9	37%
26 años a 29 años	10	42%
Total	24	100%

El 42% de los emprendedores tienen entre 26 y 29 años de edad, el 37% se encuentran en el rango de 22 a 25 años, mientras que el 21% corresponde al rango de 18 a

21 años. Esto nos muestra que los emprendedores en su mayoría son adultos con criterio para formado para poder tomar decisiones, más aún una tan importante como la de emprender.

Tabla 2. Nivel de estudios.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	9	37%
Tercer nivel	15	63%
Cuarto nivel	0	0%
Total	24	100%

El nivel de estudios alcanzado (Tabla 2) por la mayoría de emprendedores es el tercer nivel que representa al 63%, seguido del 37% que lo componen participantes que estudiaron hasta la secundaria. Estos porcentajes permiten deducir que los empresarios en su mayoría poseen conocimientos en algunas ramas académicas.

Tabla 3. Elaboración de Plan de Negocio.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	37%
No	15	63%
Total	24	100%

La tabla 3 expone que el 63% de los encuestados manifiestan que no han elaborado un plan de negocio, mientras que el 37% indica que si lo han hecho, lo que demuestra que un mayor porcentaje de los emprendedores no tiene conocimiento de lo que significa una planificación, esto puede deberse a que los estudios realizados no les ha permitido fortalecer el emprendimiento y las áreas administrativas.

Tabla 4. Elaboración de Plan de Negocio.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	29%
De acuerdo	12	50%
En desacuerdo	5	21%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	24	100%

En la tabla 4 se expone que el 50% de empresarios considera que un plan de negocios le permitirá impulsar su emprendimiento. El 29% está totalmente desacuerdo con esta afirmación. Mientras que el 21% opina que no es un requisito indispensable para que un negocio tenga éxito.

Tabla 5. Partes que integran el Plan de Negocio.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	37%
No	15	63%
Total	24	100%

Según los datos reflejados en la tabla 5 indican que el 37% de emprendedores conocen los componentes de un plan de negocio, mientras que el 63% indican desconocer aquello. Esto puede deberse a que un gran porcentaje de ellos no ha elaborado planes de negocio y que a su vez no se han visto en la necesidad de plasmar por escrito sus ideas de negocio.

Tabla 6. Componentes importantes del Plan de Negocio.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Resumen ejecutivo	0	0%
Formulación de la idea de negocio	1	4,1%
Análisis de la oportunidad	1	4,1%
Presentación del modelo de negocio	0	0%
Análisis del entorno	1	4,1%
Análisis de la industria y del mercado	0	0%
Plan estratégico	2	8,3%
Plan de marketing	3	13%
Plan de operaciones	2	8,3%
Plan de recursos humanos	1	4,1%
Proyección de estados financieros	8	33%
Evaluación financiera	5	21%
Total	24	100%

En la tabla 6 los emprendedores manifiestan que los principales componentes que se deben considerar en un plan de negocios son: la proyección de los estados financieros (33%), la evaluación financiera (21%), plan de marketing (13%), plan estratégico (8,3%) y plan de operaciones (8,3%).

Tabla 7. Planes de negocio según el grado de dificultad.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Básico	15	62%
Intermedio	6	25%
Completo	3	13%
Total	24	100%

Según lo observado en la tabla 7 un 62% de emprendedores indican que prefieren realizar un plan de negocios básico, el 25% menciona que lo prefiere intermedio, mientras que el 13% prefiere un plan de negocios completo. Dichos resultados muestran que los empresarios prefieren realizar un proyecto de negocio sencillo y sin complicaciones que se ajusten a sus necesidades.

La estructura del Plan de Negocios establecerá los elementos claves que permitirá a los emprendedores guiar el rumbo de sus negocios de forma integral y sencilla permitiendo resolver los problemas que pudieran ocurrir a futuro.

- Resumen Ejecutivo

En el resumen ejecutivo se presentan los aspectos más importantes que contiene el plan de negocio. Este apartado no debe ser muy extenso, tendrá un máximo de dos hojas, este debe despertar el interés del lector. Se recomienda elaborarlo cuando se haya terminado todo el plan.

- Descripción de la Empresa

Se debe explicar brevemente cuales son las funciones a las que se dedicará la empresa, cuales son los productos o servicios que ofrecerá. Es aquí donde se debe expresar la finalidad que esta tiene y su contribución a la sociedad. Además, es conveniente que se indique los datos del propietario. Es importante indicar el nombre de la empresa y su respectivo logotipo y slogan.

- Plan Estratégico

En este apartado se debe establecer hacia donde se quiere llegar y cuáles son las estrategias para lograrlo, por lo tanto, es indispensable crear la misión, visión, objetivos estratégicos y análisis FODA.

- Plan de Marketing

En esta sección se debe desarrollar todas las estrategias con las que contará la empresa para maximizar las ventas, además se debe indicar de qué forma se hará conocer al producto. Por tal razón es necesario que nos preguntemos: ¿Cuál es nuestra potencial demanda? ¿Quiénes son nuestros competidores? ¿Por qué medios realizaremos la publicidad?, además se debe fijar una política de precios.

- Plan Administrativo y de Operaciones

El plan de operaciones debe reflejar la estructura organizacional que tendrá la empresa. Se debe incluir los cargos y funciones de cada miembro. Además, se debe describir el proceso de producción que se realizará y los equipos e insumos con los que contará.

- Plan Financiero

El plan financiero debe mostrar todas las proyecciones financieras indispensables para poner en marcha el negocio: presupuesto de ingresos, presupuesto de inversiones, presupuesto de compras, presupuesto de mercadeo y ventas, presupuesto administrativo, gastos financieros, estado de resultados, flujo de efectivo y la evaluación financiera.

CONCLUSIONES

La investigación realizada permitió establecer que la elaboración de los planes de negocios es favorable para cualquier tipo de organización ya sea que desee crearse, expandirse o insertar un nuevo producto o servicio al mercado. A través de esta herramienta se puede guiar un negocio, ya que muestra los objetivos que se desean alcanzar y las estrategias que se aplicaran para lograrlo. Mediante una investigación bibliográfica se pudo fundamentar teóricamente sobre los planes de negocio, además de establecer los principales componentes de la estructura de un plan, así como también favoreció la elaboración de la propuesta de la estructura de un plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria en la provincia de Los Ríos.

El análisis realizado permite concluir que los emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria en la Provincia de Los Ríos necesitan de un plan de negocios sencillo pero que cumpla con los principales elementos que le permita guiar a sus empresas con responsabilidad y eficacia, teniendo como finalidad la sostenibilidad en el tiempo y los réditos económicos.

Este estudio permitió proponer una nueva estructura de plan de negocio adaptado a las necesidades y los requerimientos de los emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria en la provincia de Los Ríos. Se contemplaron los principales elementos que lo componen: resumen ejecutivo, descripción de la empresa, plan estratégico, plan de marketing, plan administrativo y de operaciones y el plan financiero.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baque Villanueva, L. K. (2019). Vinculación de Uniandes - Quevedo y su Impacto en el Desarrollo de Emprendimientos en la Provincia de Los Ríos. *Centros. Revista Científica Universitaria*. 9(1), 66-74.
- Baque Villanueva, L. K., Burbano Montecé, W. D., Caravaca Vera, O. R., & Peñafiel Nivelá, G. A. (2019). Modelo de negocio para la creación de una distribuidora de accesorios para bebés en el cantón Quevedo. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7.
- De Jaime, J. (2016). *La Rentabilidad Análisis de Costes y Resultados*. ESIC Editorial.
- Gil, M. Á., & Giner, F. (2013). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC Editorial.
- Izquierdo Morán, A. M., Baque Villanueva, L. K., & Mendoza Alcívar, M. A. (2018). Implementación del nuevo modelo de negocios como herramienta para el crecimiento de las PYMES del Cantón Quevedo. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6.
- Vargas Belmonte, A. (2014). *Marketing y Plan de Negocio de las Microempresas*. Certina Editorial.
- Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio*. ESIC Editorial.