**A red and blue logo

Description automatically generated**

**Manual de Usuario para el Plan de Negocios PROMIPYME**

[**Introducción** 4](#_Toc190308374)

[Objetivo General 4](#_Toc190308375)

[Objetivos Específicos 4](#_Toc190308376)

[Alcance 4](#_Toc190308377)

[Orden Cronológico del Llenado 4](#_Toc190308378)

[Instrucciones Generales de Uso 5](#_Toc190308379)

[**Módulo Información General** 7](#_Toc190308380)

[**Sección 1: Negocios** 7](#_Toc190308381)

[**Campos** **para llenar** 8](#_Toc190308382)

[**Sección 2: Socios** 9](#_Toc190308383)

[**Campos para rellenar** 9](#_Toc190308384)

[**Sección 3: Áreas** 10](#_Toc190308385)

[**Campo para rellenar** 10](#_Toc190308386)

[**Sección 4: Equipo** 10](#_Toc190308387)

[**Campo para rellenar** 10](#_Toc190308388)

[**Módulo de modelo** 12](#_Toc190308389)

[**Sección 1: Canvas** 12](#_Toc190308390)

[**Campo para rellenar** 12](#_Toc190308391)

[**Sección 2: Curva de valor** 14](#_Toc190308392)

[**Campo para rellenar** 14](#_Toc190308393)

[**Módulo de estrategia** 15](#_Toc190308394)

[**Sección 1: Directrices** 16](#_Toc190308395)

[**Campo para rellenar** 16](#_Toc190308396)

[**Sección 2: Fuerza competitiva** 17](#_Toc190308397)

[Campos para rellenar 17](#_Toc190308398)

[**Sección 3: FODA** 18](#_Toc190308399)

[Pasos para utilizar la plantilla 20](#_Toc190308400)

[**Sección 4: Estrategia** 20](#_Toc190308401)

[**Módulo de Mercadeo** 22](#_Toc190308402)

[**Sección 1: Producto** 22](#_Toc190308403)

[Campos para Rellenar 23](#_Toc190308404)

[**Sección 2: Precio** 24](#_Toc190308405)

[Campo para rellenar 25](#_Toc190308406)

[**Sección 3: Plaza** 25](#_Toc190308407)

[Campos para Rellenar 26](#_Toc190308408)

[**Sección 4: Promoción** 27](#_Toc190308409)

[Campo para rellenar 27](#_Toc190308410)

[Plan de Mercadeo Offline 28](#_Toc190308411)

[**Sección 5: Mercado** 28](#_Toc190308412)

[Campo para rellenar 29](#_Toc190308413)

[**Módulo de Finanzas** 30](#_Toc190308414)

[**Sección 1: Precio** 30](#_Toc190308415)

[Campos para rellenar 31](#_Toc190308416)

[**Sección 2: Proyecciones** 32](#_Toc190308417)

[Selección de Años y Resumen 32](#_Toc190308418)

[Sección de Unidades Para Vender (Año 1 a Año 5) 32](#_Toc190308419)

[Elementos para rellenar: 33](#_Toc190308420)

[**Sección 3: Inversiones iniciales** 33](#_Toc190308421)

[Áreas para rellenar 34](#_Toc190308422)

[**Sección 4: Otras Inversiones** 34](#_Toc190308423)

[Área para rellenar 34](#_Toc190308424)

[**Sección 5: Costos Fijos** 35](#_Toc190308425)

[Área para rellenar 36](#_Toc190308426)

[**Módulo de Informes** 36](#_Toc190308427)

[**Sección 1: Estrategia** 37](#_Toc190308428)

[Descripción de los Elementos 37](#_Toc190308429)

[**Sección 2: Mercadeo** 38](#_Toc190308430)

[Descripción de los elementos y componentes 39](#_Toc190308431)

[**Sección 3: Finanzas** 40](#_Toc190308432)

[Descripción de los elementos y componentes 41](#_Toc190308433)

[**Módulo panel de control** 43](#_Toc190308434)

# **Introducción**

El Manual de Usuario para el Plan de Negocios está diseñado como una herramienta integral para empresarios y emprendedores que buscan estructurar y gestionar sus proyectos de manera eficiente y profesional. Su objetivo principal es proporcionar una guía clara y detallada para completar el Plan de Negocios, minimizando errores y asegurando la precisión de los datos ingresados. A través de sus módulos y secciones, el manual permite a los usuarios acceder a una metodología estructurada que facilita la toma de decisiones estratégicas basadas en información confiable.

Este documento no solo detalla las instrucciones para llenar cada sección del Plan de Negocios, sino que también ofrece recomendaciones y advertencias clave que contribuyen a optimizar el proceso. Desde la recopilación de datos generales de la empresa hasta el análisis de estrategias de mercado, proyecciones financieras y generación de informes, este manual sirve como un recurso indispensable para alcanzar los objetivos empresariales de forma sostenible y competitiva.

## Objetivo General

Proveer una guía práctica y estructurada para la elaboración de planes de negocios efectivos, que facilite a los empresarios y emprendedores la organización de sus proyectos, optimice el proceso de recopilación y análisis de datos, y asegure la calidad, precisión y consistencia de la información ingresada. Esto permitirá tomar decisiones estratégicas fundamentadas, enfocadas en la sostenibilidad y el éxito empresarial.

## Objetivos Específicos

* Garantizar la integridad y precisión de la información ingresada en cada módulo.
* Proporcionar una guía detallada para completar cada sección del plan de negocios.
* Ofrecer recomendaciones y advertencias para evitar errores comunes durante el llenado del archivo.

## Alcance

Este manual abarca todos los aspectos necesarios para la creación de un plan de negocios integral, diseñado para garantizar una estructura clara y lógica en cada etapa del proceso. Incluye módulos que cubren información general de la empresa, modelado de negocio, estrategias de mercadeo, análisis financiero, y generación de informes. Asimismo, se detalla el uso de herramientas automatizadas y procedimientos para minimizar errores y optimizar el tiempo en la gestión de datos.

El contenido está dirigido a empresarios, emprendedores y cualquier persona interesada en estructurar sus proyectos de manera profesional, ofreciendo una guía paso a paso para completar cada sección. Además, el manual resalta recomendaciones prácticas y advertencias específicas para garantizar la consistencia de los datos y maximizar la efectividad del plan de negocios en el contexto empresarial.

## Orden Cronológico del Llenado

Las áreas editables del archivo están identificadas en color blanco, lo que indica que pueden ser modificadas por el usuario. Por otro lado, las áreas en color gris contienen fórmulas preestablecidas que realizan cálculos automáticamente, por lo que no deben ser alteradas manualmente. Esto garantiza la precisión de los resultados y evita errores en los cálculos.

Para completar el archivo correctamente, es fundamental seguir el orden establecido en los módulos y secciones. Esto permite que la información fluya de manera lógica y coherente, asegurando que los datos ingresados ​​sean utilizados correctamente en las secciones dependientes.

1. **Módulo de Información General:**
   * Completar los datos básicos de la empresa, incluyendo socios, áreas y equipo.
2. Módulo de Modelo:
   * Desarrollar el Canvas y la Curva de Valor para definir los elementos clave del modelo de negocio.
3. **Módulo de Estrategia:**
   * Analizar las fuerzas competitivas, realizar el FODA y definir las metas estratégicas.
4. **Módulo de Mercadeo:**
   * Establecer las estrategias de producto, precio, plaza y promoción, y analizar el mercado.
5. **Módulo de Finanzas:**
   * Calcular precios, realizar proyecciones, registrar inversiones iniciales y costos fijos.
6. Módulo de Informes:
   * Consolidar los datos para generar reportes clave que respalden la toma de decisiones.
7. **Paneles de Control:**
   * Visualizar los indicadores principales para evaluar la viabilidad y el desempeño del proyecto.

## Instrucciones Generales de Uso

1. Descarga y apertura del archivo:
   * Asegúrate de tener instalado Microsoft Excel u otro software compatible con archivos .xlsm.
   * Habilita las macros al abrir el archivo para garantizar que las funciones automáticas funcionen correctamente.

**Pasos para habilitar las macros:**

Al abrir el archivo, aparecerá una barra amarilla en la parte superior de la ventana con un botón que dice "Habilitar contenido". Haga clic en este botón.

Si no aparece la barra amarilla, verifique la configuración de macros en Excel:

* 1. Diríjase a la pestaña "Archivo" en la parte superior izquierda.
  2. Seleccione "Opciones" y luego "Centro de confianza".
  3. Haga clic en "Configuración del Centro de confianza" y, posteriormente, en "Configuración de macros".
  4. Active la opción "Habilitar todas las macros" y "Confiar en el acceso al modelo de objetos del proyecto VBA".
  5. Guarde los cambios y vuelva a abrir el archivo.

1. Navegación entre hojas:
   * Utiliza las pestañas en la parte inferior para moverte entre las diferentes secciones del plan de negocios.

Ilustración : Menú principal de los módulos



Ilustración : Submenú de las secciones



* + Revisa cada hoja en orden para no omitir datos importantes.

1. Edición de celdas:
   * Completa solo las celdas habilitadas para entrada de datos. Estas suelen estar destacadas o marcadas con comentarios.
   * No modifiques celdas con fórmulas automáticas, ya que podrías alterar el funcionamiento del archivo.
2. Guardado de cambios:
   * Guarda frecuentemente para evitar pérdida de información.
   * Utiliza un nombre diferente al archivo original para mantener una copia limpia.
3. Verificación de datos:
   * Antes de cerrar el archivo, revisa que todos los campos obligatorios estén completados y que los cálculos sean coherentes.

# **Módulo Información General**

El Módulo de Información General constituye el primer paso en la elaboración del Plan de Negocios, proporcionando una visión global de la empresa. En esta sección se recopilan los datos básicos necesarios para contextualizar y definir la estructura organizacional, incluyendo información sobre los socios, áreas internas y equipo de trabajo. Este módulo sirve como base para otros análisis dentro del plan, asegurando que la información inicial sea consistente y precisa.

Objetivo  
Registrar y centralizar la información fundamental de la empresa, como su identidad corporativa, estructura organizativa y datos clave sobre socios, áreas y equipo. Esto permite establecer un marco sólido para las decisiones estratégicas y garantizar la coherencia en las secciones dependientes del plan.

Secciones en el Submenú:

1. Negocios: Datos generales: nombre comercial, razón social, dirección, teléfono, correo electrónico, fecha de fundación, formato jurídico, actividad económica y otros elementos legales clave.
2. Socios: Información sobre los socios, incluyendo nombre completo, formación académica, porcentaje de participación, cargo y datos de contacto.
3. Áreas: Registro de los departamentos o áreas clave dentro de la organización.
4. Equipo: Datos sobre los empleados, tales como cargos, sueldos, fechas de inicio y fin de contrato, y aportes a la seguridad social.

## **Sección 1: Negocios**

En esta sección se recopilan los datos básicos y legales de la empresa, como el nombre comercial, razón social, dirección, teléfono, correo electrónico, fecha de fundación, formato jurídico, actividad económica, número de registro mercantil, cédula o RNC, tipo de impuesto y el año en que se iniciaron las operaciones, proporcionando información clave para identificar y contextualizar la organización dentro del plan de negocios.

Ilustración 3: Estructura del Módulo de información General, Sección de Negocios

Una captura de pantalla de una red social

Descripción generada automáticamente

La figura presentada muestra una sección del sistema PROMIPYME - Plan de Negocios y sus elementos principales, los cuales están numerados y descritos de la siguiente manera:

### **Campos** **para llenar**

1. Nombre: Ingrese el nombre comercial de la empresa (ejemplo: Mango DO).
2. Razón social: Proporcione la razón social registrada (ejemplo: Mango SA).
3. Dirección: Especifique la dirección física de la empresa.
4. Complemento: Agregue información adicional, como un número de oficina o apartamento, si aplica.
5. Ciudad - Estado: Indica la ciudad y el estado o provincia donde se ubica la empresa.
6. Teléfono con prefijo: Incluya el número telefónico con el código de área (ejemplo: +1-809-555-1234).
7. Correo electrónico: Proporcione el correo electrónico oficial de la empresa.

**Aspectos Legales:**

1. Fecha de Fundación: Introduzca la fecha en que la empresa fue formalmente constituida.
2. Formato Jurídico: Seleccione el tipo de estructura legal (ejemplo: PF, SRL, SA).
3. Actividad Económica: Detalle la actividad principal de la empresa (ejemplo: Comercio de frutas tropicales).
4. No. Registro Mercantil: Ingrese el número de registro mercantil asignado a la empresa.
5. Cédula / RNC: Proporcione el número de cedula de identidad y electoral o Registro Nacional de Contribuyentes (RNC).
6. Tipo de Impuesto: Especifique el régimen fiscal aplicable a la empresa.
7. Iniciar año de operación: Indique el año en que la empresa inició sus operaciones (ejemplo: 2024).

**Recomendaciones:**

* Verifique la información ingresada en cada campo antes de guardar.
* Mantenga consistencia en los formatos de fecha y número (ejemplo: dd/mm/aaaa, +código-país).
* Utilice correos electrónicos corporativos para mayor formalidad.

Este diseño organiza la información de manera jerárquica, permitiendo una navegación intuitiva entre temas principales, subtemas y áreas específicas de entrada de datos. Los elementos numerados ayudan a identificar las funciones de cada sección.

## **Sección 2: Socios**

Esta sección está diseñada para registrar y visualizar la información clave de la persona física o de los socios de una empresa o proyecto. Su propósito principal es centralizar y organizar los datos necesarios para su consulta y análisis posterior.

Ilustración 4: Estructura del Módulo de información General, Sección de Socios

Interfaz de usuario gráfica, Sitio web

Descripción generada automáticamente

**Campos para rellenar**

* **Nombre:** Identificador principal del socio. Incluye el nombre completo (nombre(s) y apellido(s)) que se utilizará para identificarlo dentro de los registros.
* **Fecha de nacimiento**: Fecha en que nació el socio. Este dato puede ser relevante para el análisis demográfico, cumplimiento de políticas internas o requisitos legales.
* **Formación:** Nivel educativo o área de especialización del socio. Indica su preparación académica o profesional, lo que puede ser útil para evaluar su experiencia o contribución técnica.
* **Cargo**: Puesto o rol que ocupa el socio dentro de la empresa o proyecto. Defina su responsabilidad principal y su nivel jerárquico en la estructura organizativa.
* Correo electrónico**:** Dirección de correo electrónico de contacto del socio. Sirve como medio principal para comunicarse con él de manera oficial o formal.
* **Teléfono**: Número de contacto telefónico del socio. Se utiliza para establecer comunicación directa en caso de ser necesario.
* **Porcentaje de participación:** Porción o porcentaje de la empresa o proyecto que pertenece al socio. Este dato es fundamental para entender su nivel de propiedad o influencia en las decisiones de la organización.
* **Observaciones:** Espacio destinado a comentarios adicionales o información relevante sobre el socio que no se encuentra en los campos principales. Puede incluir notas sobre acuerdos, desempeño o cualquier otro dato significativo.

Este espacio es crucial para garantizar que todos los datos necesarios estén llenos. La "completitud" se refiere a la capacidad de esta área para mostrar un registro completo y sin omisiones, evitando posibles errores o confusiones al consultar la información.

## **Sección 3: Áreas**

Esta sección está destinada al registro y visualización de los departamentos clave dentro de la organización.

Ilustración 5: Estructura del Módulo de información General, Sección de áreas o Departamentos

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

**Campo para rellenar**

Espacio principal de trabajo donde se registra y organiza la información. En este caso, se muestra una tabla o lista de **áreas internas/departamentos** de la empresa.

## **Sección 4: Equipo**

La sección de equipo del módulo de información general está diseñada para el registro de empleados dentro de una organización. Cada columna y fila detalla clave información sobre los empleados, incluyendo datos laborales y de seguridad social, además de aspectos relacionados con el salario y gastos.

Ilustración 6: Estructura del Módulo de información General, Sección de equipo



**Campo para rellenar**

* Cargo**:** Se registra el puesto laboral que ocupa el empleado (por ejemplo: "Aprendiz", "Gerente", "Asistente").
* Área: Indica el departamento al que pertenece el empleado dentro de la empresa (por ejemplo: "Mercadeo", "Producción").
* Sueldo:Se ingresa el salario mensual bruto del empleado, que servirá como base para calcular los aportes a la seguridad social y otros totales.
* Número de empleado:Identificador único para cada empleado. Puede ser un número consecutivo o un código interno.
* Fecha al Inicio / Fecha al Final:Indican el período durante el cual el empleado estará activo en la empresa:
  + Mes y Año de Inicio: Fecha en que comienza su contrato.
  + Mes y Año de Finalización: Fecha en que concluye su contrato (si es aplicable).

**Áreas Auto calculables**

* **Servicios de soporte técnico (SFS, AFP, ARL, Infotep):** Estas columnas calculan automáticamente los aportes correspondientes a la Seguridad Social en función del sueldo base.

**Ejemplo:**

Si el sueldo es DOP$1,000.00, las fórmulas asignan los valores predefinidos:

* **SFS:** DOP$70,90
* **AFP:** DOP$70,90
* **ARL:** DOP$10.00
* **INFOTEP:** DOP$10.00
* **Totales** (SFS, AFP, ARL, Infotep): Estas columnas suman los valores mensuales de los aportes por todo el período laboral (enero-diciembre de 2024).

**Ejemplo:**

Total, SFS: $850.80 (12 meses x $70.90) o el tiempo de contrato.

Lo mismo aplica para AFP, SRL e Infotep.

* **Sueldo** **Total**: Calcula el salario por el tiempo que dure el contrato del empleado sumando el sueldo base mensual por los 12 meses del año.

**Ejemplo:**

Sueldo base mensual: $1,000.00 → Sueldo total: $12,000.00.

* Gasto Total en Sueldos:Calcula el total de costos anuales asociados al empleado, sumando el sueldo anual más los aportes anuales de la TSS (SFS, AFP, SRL, Infotep).

**Ejemplo:**

Sueldo Total: $12,000.00

Total, de TSS: $1,941.60

**Gasto Total:** $13,941.60.

# **Módulo de modelo**

El Módulo de Modelo está diseñado para estructurar y analizar los elementos fundamentales del modelo de negocio. Incluye herramientas estratégicas que ayudan a identificar y definir los factores clave que determinan la propuesta de valor de la empresa, su mercado objetivo, las actividades principales y los recursos necesarios para operar. Este módulo sirve como una representación visual y analítica del funcionamiento general del negocio, proporcionando una base para decisiones estratégicas y operativas.

Objetivo

Proporcionar una representación clara y estructurada del modelo de negocio, que permita identificar las relaciones entre sus elementos clave, optimizar la propuesta de valor y garantizar la sostenibilidad y competitividad en el mercado.

Secciones del submenú

1. Canvas: Proporciona una visión gráfica y estructurada de los elementos clave del modelo de negocio, divididos en bloques como segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, recursos clave, actividades clave, socios clave, estructura de costos y fuentes de ingresos.

.

1. Curva de Valor: Basada en el modelo de estrategia de océano azul, esta sección mide la diferenciación y competitividad de la empresa en el mercado.

## **Sección 1: Canvas**

La sección del Modelo Canvas está dividido en varios bloques que corresponden a los aspectos fundamentales de un negocio.

Ilustración 7: Estructura del Módulo de Modelo, Sección del Canvas

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación

Descripción generada automáticamente

**Campo para rellenar**

* Segmentos de Clientes (¿A quién te ayuda?): Defina los grupos específicos de personas o empresas que se beneficiarán de su producto o servicio.

Ejemplos: Clientes minoristas, empresas medianas, grandes corporaciones, etc.

* Propuesta de Valor (¿Qué entregas tú?): Describe la oferta única o el conjunto de beneficios que proporcionas a tus clientes.

Ejemplos: productos innovadores, precios competitivos, conveniencia, etc.

* Canales (¿Cómo entregas y recibes?): Detalla los medios a través de los cuales entregas valor a tus clientes y cómo ellos interactúan contigo.

Ejemplos: Tiendas físicas, plataformas en línea, aplicaciones móviles.

* Relaciones (¿Cómo interactúas?): Describa la relación que estableces con cada segmento de clientes.

Ejemplos: Soporte personalizado, autoservicio, comunidades.

* Recursos Clave (¿Quién eres tú y qué tienes?): Identifica los activos esenciales que tu negocio necesita para operar y entregar su propuesta de valor.

Ejemplos: Infraestructura, tecnología, equipo humano, marca.

* Actividades Clave (¿Qué haces tú?): Enumera las acciones más importantes que debes realizar para que tu modelo de negocio funcione.

Ejemplos: Producción, Mercadeo, distribución, atención al cliente.

* Socios Clave (¿A quién puedes ayudar?): Mencione las alianzas estratégicas o socios importantes para el éxito de su negocio.

Ejemplos: Proveedores, distribuidores, socios tecnológicos.

* Estructura de Costos (¿Cómo pagas tú?): Explica los costos principales asociados con la operación del modelo de negocio.

Ejemplos: Costos de personal, gastos de producción, tecnología.

* Fuentes de Ingresos (¿Qué ganas tú?): Describe cómo genera ingresos tu negocio a partir de su propuesta de valor.

Ejemplos: Ventas de productos, servicios por suscripción, licencias.

## **Sección 2: Curva de valor**

La Curva de Valor es una herramienta del modelo de estrategia que ayuda a medir la **competencia** y **diferenciación** de una empresa en el mercado, basándose en criterios clave. Su objetivo es identificar fortalezas y debilidades frente a la competencia para determinar áreas de mejora o innovación.

Ilustración 8: Estructura del Módulo de Modelo, Sección Curva de valor

Tabla

Descripción generada automáticamente

La sección de Curva de Valor en esta imagen está diseñada para medir y analizar la competencia de una empresa en relación con criterios clave que determinan su posicionamiento en el mercado. A continuación, se desglosa y explica cada componente visible.

**Campo para rellenar**

Contiene los criterios claves utilizados para evaluar el desempeño de la empresa y sus competidores:

* Calidad: Nivel de excelencia en los productos o servicios ofrecidos.
* Eficiencia: Capacidad para optimizar recursos y procesos.
* Sencillez: Facilidad de uso o acceso al producto/servicio.
* Contenido: Valor o relevancia del contenido entregado al cliente.
* Atención: Calidad del servicio o soporte ofrecido al cliente.

Puntuaciones: Cada fila muestra las calificaciones asignadas (en una escala de 1 a 5, donde 5 es el mejor desempeño) para la empresa y sus competidores:

* Ejemplo:
  + - Mango SA: Puntajes altos en "Calidad" (5) y "Atención" (4).
    - Competencia 3: Desempeño bajo en la mayoría de los criterios.
* Promedio Total: En la última columna, se calcula un promedio general basado en los puntajes de cada criterio.

Gráfico de curva de valor: Representa visualmente la comparación de la empresa y sus competidores en función de los criterios evaluados.

* Eje Horizontal (Criterios): Muestra los criterios clave (Calidad, Eficiencia, etc.).
* Eje Vertical (Puntajes): Indica el nivel de desempeño (1 a 5).

**Curvas:** Cada línea representa el desempeño de una empresa (Mango SA y Competencias 3, 4, 5) para visualizar claramente las fortalezas y debilidades relativas.

Alerta y pistas en el relleno: bloques de recomendaciones.

* Azul (!): Indica un área clave donde se debe mejorar o innovar.
* Amarillo (⚠): Señala áreas que necesitan análisis para fortalecer el desempeño.
* Rojo (✖): Identifica los puntos débiles críticos que requieren atención inmediata.
* Verde (😊): Destaca fortalezas actuales que la empresa puede aprovechar para diferenciarse.

Recomendaciones para la Sección

1. **Validación de datos:**
   * Asegurarse de que las evaluaciones asignadas se basen en datos reales, como encuestas de clientes, estudios de mercado o auditorías internas.
2. **Seguimiento periódico:**
   * Revisar y actualizar la curva de valor periódicamente para cambios reflejados en el mercado o en el desempeño de la competencia.

# **Módulo de estrategia**

El Módulo de Estrategia tiene como propósito principal definir, estructurar y analizar los aspectos estratégicos del negocio. A través de herramientas como el análisis de las Cinco Fuerzas de Porter, el FODA y la planificación de metas, este módulo permite establecer una dirección clara para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de la empresa en su entorno de mercado.

Objetivo

Proporcionar una metodología estructurada para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio, analizar el entorno competitivo y definir metas estratégicas claras. Esto facilita la toma de decisiones alineadas con los objetivos de largo plazo de la empresa.

Secciones del submenú

1. Directrices: Define la misión, visión y valores de la empresa, estableciendo los principios fundamentales que guían sus operaciones y comportamiento organizacional.
2. Fuerzas Competitivas: Basado en el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, analiza los factores que afectan la competitividad del negocio, como la rivalidad entre competidores, el poder de negociación de clientes y proveedores, la amenaza de nuevos entrantes y de productos sustitutos.
3. FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas): Permite identificar y priorizar factores internos y externos que influyen en el desempeño de la empresa. Proporciona una plantilla estructurada para registrar y evaluar cada elemento, facilitando la formulación de estrategias basadas en el análisis.
4. Estrategia: Planificación y monitoreo de metas estratégicas a corto, mediano y largo plazo. Incluye planes de acción específicos, asignación de responsables y seguimiento del estado de las iniciativas estratégicas.

## **Sección 1: Directrices**

Las Directrices representan la base estratégica sobre la cual se construye la identidad y el propósito de la empresa. Esta sección define los aspectos fundamentales que guían la toma de decisiones, el comportamiento organizacional y las metas a alcanzar.

Ilustración 9: Estructura del Módulo de estrategia, Sección de directrices

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

**Áreas Auto calculables**

El área en gris dentro de la sección de **Directrices** es un campo **autocalculable**, lo que significa que se llena automáticamente en base a la información ingresada en la **sección de Registro** del **Módulo de Información General**. Esto elimina la necesidad de ingresar manualmente ciertos datos y asegura consistencia en la información utilizada en las directrices estratégicas.

* Nombre de la empresa: Este campo se extrae directamente del registro inicial de la empresa en el módulo de Información General.

Ejemplo: Si en el registro se introduce "Mango DO", este nombre aparecerá automáticamente en el área en gris de las directrices.

* Año de Inicio del Plan de Negocios: Se calcula o toma como referencia la fecha establecida en la sección de registro para el inicio de las operaciones o el plan estratégico.

Ejemplo: Si en el registro se define el año 2024 como inicio del plan, este dato se reflejará automáticamente.

**Campo para rellenar**

Misión: La misión define el **propósito esencial** de la empresa: lo que busca lograr para sus clientes, empleados, comunidad y otras partes interesadas. Es el fundamento sobre el cual se construye toda la estrategia.

* **Ejemplo de Misión:**   
  "Ayudar a los productores de mango locales".
  + Aquí se refleja un enfoque en el apoyo a los productores locales, lo que denota una estrategia orientada al desarrollo de una cadena de suministro fuerte y sostenible.

Visión: La visión describe el **futuro ideal** que la empresa busca crear. Sirve como una meta a largo plazo que guía todas las decisiones estratégicas.

* Ejemplo de Visión:  
  "Ser el más grande exportador de mango de calidad de RD."
  + Esto establece un objetivo ambicioso y medible, destacando el compromiso con la excelencia y el liderazgo en el mercado.

Valores: Los valores son los **principios éticos** y operativos que guían el comportamiento de la empresa. Estos principios son esenciales para construir la cultura organizacional y establecer relaciones sólidas con clientes, empleados y socios.

* **Ejemplos de valores:**
  + **Atención Ágil:** Responder rápidamente a las necesidades de los clientes.
  + **Calidad:** Garantizar productos o servicios que cumplan con los más altos estándares.
  + **Innovación:** Buscar constantemente nuevas formas de mejorar productos, servicios y procesos.

## **Sección 2: Fuerza competitiva**

La sección Fuerzas Competitivas pertenece al módulo de Estrategia y está diseñada para analizar el entorno competitivo de la empresa, utilizando preguntas estructuradas basadas en el modelo de Las 5 Fuerzas de Porter. Este análisis permite identificar factores clave que afectan la competitividad de la empresa y cómo posicionarse mejor en el mercado.

Ilustración 10: Estructura del Módulo de estrategia, Sección de fuerza competitiva

Interfaz de usuario gráfica, Sitio web

Descripción generada automáticamente

Esta plantilla está diseñada para analizar el entorno competitivo de la empresa usando dos listas desplegables por cada pregunta:

Campos para rellenar

Esta plantilla está diseñada para analizar el entorno competitivo de la empresa usando dos listas desplegables por cada pregunta:

1. **Primera Lista Desplegable:**  
   Determina el nivel de acuerdo con la afirmación planteada.
   * Opciones:
     + **Concuerdo Totalmente**
     + **Concuerdo en partes**
     + **Indiferente**
     + **En Desacuerdo**
     + **Muy en Desacuerdo**
2. **Segunda Lista Desplegable:**  
   Establece el nivel de importancia de la afirmación para la estrategia de la empresa.
   * Opciones:
     + **Muy importante**
     + **Importante**
     + **Sin importancia**

Pasos para utilizar la plantilla

1. **Leer la Pregunta o Declaración:**
   * Cada fila tiene una pregunta o afirmación relacionada con uno de los aspectos de las **5 Fuerzas de Porter** (Competidores, Clientes, Proveedores, Nuevos Entrante, Sustitutos).
2. **Seleccione el Nivel de Acuerdo:**
   * Usa la **primera lista desplegable** para responder si estás de acuerdo con la afirmación. Por ejemplo:
     + "¿Existen competidores establecidos?"   
       Si los competidores ya están establecidos, selecciona **Concuerdo Totalmente**.
3. **Asignar la importancia:**
   * Usa la **segunda lista desplegable** para indicar qué tan importante es esa afirmación en tu estrategia o entorno actual. Por ejemplo:
     + Para "¿Existen competidores establecidos?", podrías seleccionar **Muy Importante** si la competencia es un factor clave.
4. **Puntuación Automática:**
   * Si la plantilla está configurada con fórmulas, los puntajes se asignarán automáticamente dependiendo de las selecciones.
     + **Ejemplo de puntuación:**
       - "Concuerdo Totalmente" + "Muy Importante" → **10 puntos**
       - "Muy en Desacuerdo" + "Sin Importancia" → **0 puntos**
5. **Revisar el resultado global:**
   * Al completar todas las preguntas, revisa las áreas con mayores y menores evaluación para identificar:
     + **Fortalezas:** Puntos verdes con alta puntuación.
     + **Áreas de mejora:** Puntos rojos o con baja puntuación.

## **Sección 3: FODA**

La **sección de FODA** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica que permite analizar los factores internos (Fortalezas y Debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas) que impactan el desempeño de una empresa. Esta plantilla está estructurada para capturar, evaluar y priorizar dichos factores, proporcionando un enfoque claro para la toma de decisiones estratégicas.

Ilustración 11: Estructura del Módulo de estrategia, Sección de FODA

Interfaz de usuario gráfica, Sitio web

Descripción generada automáticamente

Factores Internos: Fortalezas y Debilidades

* **Fortalezas:** Áreas donde la empresa tiene ventajas competitivas o recursos valiosos que contribuyen a su éxito.
  + Ejemplo: "La empresa tiene un diferencial innovador."
    - **Clasificación: Fuerza.**
    - **Nivel de importancia: Muy importante.**
    - **Puntuación: 10.**
* **Debilidades:** Aspectos internos que limitan el rendimiento de la empresa o requieren mejoras para evitar problemas futuros.
  + Ejemplo: "Los medios para realizar las ventas están diversificados."
    - **Clasificación: Debilidad.**
    - **Nivel de importancia: Poco importante.**
    - **Puntuación: 2.5.**

Factores Externos: Oportunidades y Amenazas

* **Oportunidades:** Factores del entorno que ofrecen posibilidades de crecimiento, mejora o diferenciación si son aprovechados.
  + Ejemplo: "Hay mercados sin explorar".
    - Clasificación: **Oportunidad.**
    - Nivel de importancia: **Muy importante.**
    - Puntuación: **10.**
* **Amenazas:** Factores externos que podrían perjudicar el desempeño de la empresa si no se mitigan.
  + Ejemplo: *"Posibilidad de establecer asociaciones estratégicas".*
    - Clasificación: **Amenaza.**
    - Nivel de importancia: **Importante.**
    - Puntuación**: 7.5.**

Elementos de la plantilla

1. **Descripción del Factor:** Detalla cada fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza de manera clara y específica.
2. **Clasificación:** Indica si el factor es una **Fuerza**, **Debilidad**, **Oportunidad** o **Amenaza**.
3. **Nivel de Importancia:** Evalúa la relevancia de cada factor para la estrategia general:
   * Muy importante.
   * Importante.
   * Poco importante.
   * Sin importancia.
4. **Puntuación:** Combina la clasificación y el nivel de importancia para priorizar los factores. Las evaluaciones más altas indican elementos claves para la estrategia.

Pasos para utilizar la plantilla

1. **Completar las Filas:** Escribe cada fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza en las filas correspondientes.
2. **Clasificar y evaluar:** Selecciona la **clasificación** adecuada (Fuerza, Debilidad, etc.) y el **nivel de importancia** desde las listas desplegables.
3. **Revisar las puntuaciones:** Usa las evaluaciones para identificar.
   * + Factores claves que requieren acción inmediata.
     + Áreas que pueden ser relegadas por su baja importancia.
4. **Definir estrategias:**
   * **Fortalezas:** Potenciales para aprovechar oportunidades o contrarrestar amenazas.
   * **Debilidades:** Trabaja en su mitigación, especialmente si tienen alta importancia.
   * **Oportunidades:** Desarrollar planes para capitalizarlas.
   * **Amenazas:** Crea estrategias para minimizar riesgos.

## **Sección 4: Estrategia**

La Sección de Estrategia tiene como objetivo proporcionar una herramienta integral para planificar, ejecutar y monitorear el progreso de las metas estratégicas de una empresa a lo largo de varios años. Está dividido en dos partes principales: **registro de metas estratégicas** y **planes de acción**, que juntas facilitan el diseño de estrategias medibles y la ejecución efectiva de las mismas.

Ilustración 12: Estructura del Módulo de estrategia, Sección de estrategia

Imagen que contiene Calendario

Descripción generada automáticamente

Establezca las Principales Metas de su Empresa

Esta parte está diseñada para que la empresa identifique, registre y realice un seguimiento de sus metas más importantes en áreas clave de operación, como producción, mercadeo, ventas, entre otras. Las metas son el pilar fundamental del plan estratégico, y esta sección permite alinearlas con el horizonte temporal de 5 años.

Estructura Detallada:

* **Meta:** Describe de manera clara y específica el objetivo estratégico que se desea alcanzar.
  + Ejemplo: "Aumentar el porcentaje de ventas en un 15%".
* **Área:** Definir el área funcional de la empresa relacionada con la meta. Esto puede incluir:
  + Producción.
  + Mercadeo.
  + Finanzas.
  + Recursos Humanos.
* **Formato:** Indica cómo se medirá la meta, lo que asegura que los resultados sean cuantificables y comparables. Algunos formatos comunes incluyen:
  + Porcentual (%): Porcentaje de incremento o reducción (ejemplo: 15% de aumento en ventas).
  + Moneda (DOP $): Monto en moneda local para metas financieras.
  + Cantidad (unidades): Número de productos vendidos o producidos.
* **Años 1 a 5:** Permite planificar y registrar los resultados a lo largo de un horizonte de cinco años, lo cual es útil para metas de corto, mediano y largo plazo.
  + **Previsto:** Establece el objetivo o resultado esperado para cada año.
  + **Realizado:** Registra el resultado real alcanzado durante el año, lo que permite evaluar el cumplimiento de la meta.

Establecer Planes de Acción para Establecer Metas

Esta sección convierte las metas estratégicas en tareas específicas y asigna responsabilidades claras, asegurando que los objetivos sean alcanzables. Los planos de acción detallan las actividades necesarias para cumplir con cada meta, dividiendo el trabajo en tareas manejables.

Estructura Detallada:

* **Meta:** Relación el plan de acción con la meta estratégica previamente registrada.
* **Plan de Acción:** Especifica las actividades necesarias para alcanzar la meta. Cada plan debe ser concreto y orientado a resultados.
  + Ejemplo: "Implementar un nuevo sistema de gestión de inventarios para mejorar la eficiencia en producción."
* **Responsable:** Asigna a una persona o equipo encargado de ejecutar el plan de acción. Esto promueve la rendición de cuentas y la organización.
* **Fechas (Inicio y Fin):** Define el plazo para la ejecución del plan. Esto asegura que las tareas estén claramente delimitadas en el tiempo y permite la planificación efectiva de recursos.
  + **Ejemplo:**
    - Inicio: 01/03/2024.
    - Fin: 31/05/2024.
* **Estado:** Indica el estado actual del plan de acción, lo que facilita el monitoreo continuo y la identificación de problemas.
  + **Ejemplos de estatus:**
    - Sin iniciador.
    - En progreso.
    - Completado a tiempo.
    - Regresado.

# **Módulo de Mercadeo**

El Módulo de Mercadeo está diseñado para desarrollar y gestionar las estrategias relacionadas con el posicionamiento, promoción y comercialización de productos o servicios. Se organiza en torno a los pilares de las 4P del mercadeo (Producto, Precio, Plaza y Promoción) e incluye una sección dedicada al análisis del mercado. Este módulo proporciona las herramientas necesarias para identificar oportunidades, planificar campañas y garantizar que las estrategias estén alineadas con los objetivos comerciales de la empresa.

Objetivo

Establecer un marco estructurado para diseñar y analizar estrategias de mercadeo efectivas, que maximicen el alcance, la competitividad y el impacto de los productos o servicios en el mercado objetivo.

Secciones del submenú

1. Producto: Define las características principales del producto o servicio, las expectativas de los clientes y la imagen que se desea transmitir.
2. Precio: Establece estrategias de precio basadas en la propuesta de valor y las condiciones del mercado.
3. Plaza: Analiza y define los canales de distribución y puntos de venta, asegurando que el producto llegue al cliente de manera eficiente.
4. Promoción: Planifica las inversiones promocionales en medios offline y online, asegurando coherencia entre las estrategias de distribución y promoción.
5. Mercado: Analiza el entorno del mercado, identificando clientes, competidores, nuevos participantes y oportunidades no exploradas.

## **Sección 1: Producto**

La sección de Producto dentro del módulo de Mercadeo está diseñada para capturar y estructurar los detalles específicos sobre un producto o servicio, permitiendo al usuario definir sus características principales, su propósito y la estrategia de posicionamiento. Esta sección combina información autocalculable y campos para completar manualmente.

Ilustración 13: Estructura del Módulo de Mercadeo, Sección de producto

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Sitio web

Descripción generada automáticamente

Características Clave de la Sección

Área en Gris (Autocalculable):

* Fuente de Información:

Esta área se llena automáticamente utilizando datos derivados de la Curva de Valor del módulo de Modelo. Refleja la principal característica del modelo de negocio asociado al producto. Proporcionar un contexto general del producto o servicio y su alineación con la estrategia del negocio.

Ejemplo:

"Usted optó por un modelo de negocio donde su mayor característica es Contenido."

Esto sugiere que el enfoque principal del producto está en la calidad, el valor percibido y la experiencia del cliente.

Campos para Rellenar

1. **¿Qué espera el cliente del producto/servicio?**

Detalla las expectativas del cliente en cuanto a funcionalidad, calidad y beneficios del producto.

**Ejemplo:**   
"Mangos Banilejos". *Esto refleja que los clientes buscan un producto específico con una identidad regional.*

1. **¿Cuáles atributos él debe tener?**

Especifica las características principales que deben definir el producto para satisfacer las expectativas del cliente.

**Ejemplo:**   
"Listo y con calidad de exportación". Esto resalta que el producto debe estar en óptimas condiciones y cumplir con los estándares internacionales.

1. **¿Cómo será utilizado?**  
   Indica el uso principal del producto por parte del cliente. Esto puede incluir su forma física o funcionalidad.

***Ejemplo:***   
"Productos físicos". Señala que el producto es tangible y se utiliza directamente como bien de consumo.

1. **¿Qué imagen del producto/servicio usted quiere transmitir?**  
   Definir cómo la empresa desea que el cliente perciba el producto o servicio, enfocándose en valores como calidad, innovación o exclusividad.

***Ejemplo:***   
"Calidad." Refleja el objetivo de posicionar el producto como uno de alta categoría en su segmento.

1. **¿Cómo pretendo trabajar esa marca?**  
   Explica la estrategia de la empresa para construir, mantener y fortalecer el posicionamiento de la marca en el mercado.

***Ejemplo*:**   
"Vender el producto de más alta calidad." Esto apunta a un enfoque en la excelencia del producto como diferenciador competitivo.

## **Sección 2: Precio**

La sección de Precio dentro del módulo de Mercadeo está diseñada para analizar y establecer estrategias de precio basadas en la propuesta de valor del modelo de negocio y las respuestas a preguntas clave. Combina áreas autocompletables y campos manuales para proporcionar un enfoque claro y estructurado en la toma de decisiones relacionadas con el precio de productos o servicios.

Ilustración 14: Estructura del Módulo de Mercadeo, Sección de precio

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Características Clave de la Sección

Área en Gris: Autocompletable

1. **"Vea lo que ya ha sido definido por usted en cuanto al precio":**

Este campo se completa automáticamente tomando como base la Propuesta de Valor definida en el módulo de Modelo. **El propósito es** Proporcionar un contexto general sobre cómo el precio se alinea con la estrategia de valor del negocio.

Ejemplo:

Área gris vacía, pero podría reflejar algo como "Estrategia basada en calidad alta con enfoque en precio medio".

1. **Resultados Basados en Respuestas:**

Las áreas autocompletas al final de la sección se generan a partir de las respuestas a las preguntas planteadas. Esto asegura que la estrategia de precio sea coherente con las preferencias y necesidades del mercado objetivo.

Campo para rellenar

1. **Preguntas Clave:** Estas preguntas guían el análisis para definir la estrategia de precio más adecuada para el negocio.
   * **Ejemplo de Preguntas y Opciones de Respuesta:**
     + "¿Su estrategia de ventas se refiere a una gran demanda?"
       - Respuesta: "Concuerdo Totalmente."
     + "¿El cliente valora la calidad del producto sobre el precio?"
       - Respuesta: "Indiferente."
     + "¿Su estrategia tiene como objetivo facilitar la penetración en el mercado?"
       - Respuesta: "En desacuerdo."

Estas respuestas determinan cómo el precio debe posicionarse en relación con la calidad percibida del producto y los objetivos estratégicos de la empresa.

Estrategia de Precio Definido

1. **Tabla de Estrategias de Precio:**
   * **Visión:** Evalúa el precio según tres niveles de calidad del producto:
     + Alta calidad.
     + Calidad Media.
     + Calidad Baja.
   * **Niveles de precio:** 
     + **Alto Precio:** Productos con un enfoque premium.
     + **Precio Mediano:** Productos de buena calidad con un equilibrio en costos.
     + **Precio Bajo: Productos** económicos que buscan maximizar el acceso.
   * **Estrategias Disponibles:**
     + Estrategia Premium (Calidad Alta y Alto Precio).
     + Estrategia de Alto Valor (Calidad Alta y Precio Mediano).
     + Estrategia de Valor Supremo (Calidad Alta y Precio Bajo).
     + Otras estrategias según las combinaciones de calidad y precio.
2. **Estrategia Seleccionada:**

Basado en las respuestas y el análisis de precio, se selecciona automáticamente una estrategia de precio.

**Ejemplo**: "Estrategia de Alto Valor" — Para productos de alta calidad a un precio medio, buscando una rápida penetración en el mercado.

## **Sección 3: Plaza**

La sección de Plaza dentro del módulo de Mercadeo está diseñada para definir y analizar los canales de distribución y puntos de venta que conectan el producto o servicio con los clientes. Este módulo incluye áreas autocompletables y campos manuales, ayudando a estructurar la estrategia de distribución y localizar oportunidades de mejora.

Ilustración 15: Estructura del Módulo de Mercadeo, Sección de plaza

Interfaz de usuario gráfica

Descripción generada automáticamente con confianza media

Características de la Sección

Área en Gris: Autocompletable

* **Fuente de información:** Se completa automáticamente con base en las decisiones previamente establecidas en el modelo de negocio en el segmento canales.

Proporcionar un contexto general de cómo los canales de distribución y los puntos de venta están alineados con la estrategia general de la empresa.

Ejemplo:

En el caso de un producto de alta calidad, el área gris podría reflejar algo como:   
*“Distribución enfocada en tiendas premium y plataformas online”.*

Campos para Rellenar

Estos campos son fundamentales para definir y comprender los detalles de la estrategia de distribución. Incluyen preguntas que guían el análisis y planificación.

Preguntas Clave:

1. ¿En qué lugares (o tipos de medios de comunicación) el cliente busca su producto?  
   Identificar los puntos donde los clientes prefieren buscar y adquirir el producto.
   * **Ejemplo:**   
     "Tienda online y supermercado." Esto indica una mezcla de canales digitales y físicos.
2. **¿Cómo usted puede acceder a los canales de distribución?**

Definir las estrategias para garantizar que el producto llegue a los puntos de venta deseados.

* + Ejemplo:  
    "Realizando asociaciones." Esto sugiere una estrategia colaborativa para ampliar la red de distribución.

1. ¿Cuáles son sus canales de venta?

Identificar los medios principales a través de los cuales los clientes adquieren el producto.

* + **Ejemplo:**   
    "Sitio web." Esto resalta el uso de canales digitales para las ventas directas.

1. **¿Dónde se encuentran sus competidores?**

Analizar la ubicación de los competidores para identificar oportunidades o amenazas.

* + Ejemplo:  
    "En otros sitios web y dispersos en la búsqueda de Google." Esto refleja la competencia en el entorno digital.

## **Sección 4: Promoción**

La sección de Promoción dentro del módulo de Mercadeo está diseñada para definir y planificar las estrategias promocionales de la empresa, tanto en medios offline como online. Su objetivo principal es estructurar las inversiones promocionales a lo largo del tiempo y asegurar que estén alineadas con los canales definidos en la sección de **Plaza**.

Ilustración 16: Estructura del Módulo de Mercadeo, Sección de promoción

Captura de pantalla de un celular

Descripción generada automáticamente

Campo para rellenar

Área en Gris: "Vea lo que ya fue establecido por usted en Promoción"

* **Fuente de información:** Esta área se completa automáticamente con la información proveniente de la sección de **Plaza**, específicamente sobre los canales y puntos de contacto seleccionados.

Brindar un contexto general sobre los medios y canales donde se implementará la promoción, asegurando coherencia entre la estrategia de distribución y promoción.

Ejemplo:

En la imagen, el área gris indica:   
"Tienda online y supermercado - Realizando asociaciones - Sitio web - En otros sitios web y dispersos en 'la búsqueda de Google'."

Esto muestra que los esfuerzos de promoción deben enfocarse en estos canales.

Plan de Mercadeo Offline

Esta tabla se utiliza para planificar las inversiones en medios offline (tradicionales) como eventos, prensa, radio o televisión.

* **Estructura:**
  + **Descripción de los Medios:** Lista de actividades promocionales específicas (por ejemplo, participación en eventos).
  + **Valor de la Inversión en el Lanzamiento**: Presupuesto inicial destinado a la actividad en el año del lanzamiento.
  + **Años de Inversión (1 a 5):** Columnas para registrar las inversiones planificadas anualmente durante cinco años.
  + **Total de la Inversión:** Suma automática del presupuesto asignado para cada medio a lo largo de los años.

Plan de Mercadeo Online  
Esta tabla se centra en las inversiones promocionales en medios digitales, como Google Ads, redes sociales o email Mercadeo.

* **Estructura:**
  + **Descripción de los Medios:** Lista de actividades promocionales específicas (por ejemplo, Adwords, Facebook Ads).
  + **Valor de la Inversión en el Lanzamiento:** Presupuesto inicial destinado a las campañas en el año de inicio.
  + **Años de Inversión (1 a 5):** Columnas para registrar las inversiones planificadas anualmente durante cinco años.
  + **Total de la Inversión:** Cálculo automático del presupuesto acumulado para cada medio digital.

## **Sección 5: Mercado**

La sección de **Mercado** en el módulo de Mercadeo está diseñada para analizar detalladamente los factores clave del entorno de mercado, incluidas las oportunidades, los clientes, los competidores y los recursos necesarios para operar. Su objetivo es ayudar a las empresas a comprender su posición en el mercado y tomar decisiones informadas sobre su estrategia de negocios.

Ilustración 16: Estructura del Módulo de Mercadeo, Sección de mercado

Interfaz de usuario gráfica, Sitio web

Descripción generada automáticamente

Características Clave de la Sección

Descripción del Problema u Oportunidad Identificada  
Identificar y describir de manera clara el problema que afecta al mercado o la oportunidad que se puede aprovechar.

* **Ejemplo:**   
  "Dificultad en el uso de herramientas confiables de gestión".

Este enunciado establece el contexto del análisis y prepara el terreno para las estrategias que se plantearán.

Campo para rellenar

Esta parte analiza el mercado objetivo y los clientes potenciales que podrían beneficiarse de la solución.

* **Preguntas Clave:**

1. ¿Quiénes y cuántos sufren con este problema o se beneficiarán de la solución?
   * + Describe al público objetivo.
     + Ejemplo: "Emprendedores, empresarios y gestores."
2. **¿De qué tamaño es este mercado?**
   * + Estima el tamaño total del mercado en números.
     + Ejemplo: *"1.000.000."*
3. ¿Cuánto de este mercado usted pretende alcanzar?
   * + Defina la participación de mercado que se espera alcanzar (en porcentaje).
     + Ejemplo: *"20%."*
4. **Tamaño del mercado alcanzado:**
   * + *Calcula automáticamente el tamaño del mercado que se espera impactar basado en los porcentajes anteriores.*
     + *Ejemplo:* "200.000."

Análisis Sobre los Competidores y Sustitutos

Esta parte identifica quiénes están aprovechando la oportunidad y cómo lo están haciendo.

* **Preguntas Clave:**
  1. **¿Quiénes son las empresas que exploran esa oportunidad?**
     + Identifica a los principales competidores.
     + Ejemplo: "Empresa X, Empresa Y y Empresa Z."
  2. **¿Cómo ellas exploran esa oportunidad, y cuáles son sus puntos débiles?**
     + Describe las estrategias actuales de los competidores y destaca sus debilidades.
     + Ejemplo: "Con sitios web - La debilidad tiende a ser la calidad del producto ofertado."

Análisis Sobre los Nuevos Participantes

Evalúa la amenaza de nuevos entrantes al mercado y los vacíos en sus soluciones.

* **Preguntas Clave:**
  1. **¿Quiénes y cómo exploran esa oportunidad hoy en día?**
     + Identifica a los actores emergentes en el mercado.
     + Ejemplo: "Personas que producen mango".
  2. **¿Cuáles son los vacíos de esas soluciones?**
     + Defina las áreas donde estas soluciones no satisfacen completamente las necesidades del cliente.
     + Ejemplo: "Servicio y calidad del producto."

Recursos Necesarios para el Negocio

Evalúa los recursos clave que la empresa necesita para operar y si ya están disponibles.

* **Estructura:**
  + **Recurso:** Lista los recursos necesarios, como equipo, conocimiento técnico o financiero.
  + **Disponibilidad:** Marca si el recurso está disponible (verde) o no disponible (rojo).
* **Ejemplo:**
  + Equipo con conocimiento en venta directa: **Disponible.**
  + Equipo con conocimiento en Mercadeo digital: **No disponible.**

**Módulo de Finanzas**

El Módulo de Finanzas es una herramienta clave para la planificación y gestión financiera de la empresa o proyecto. Este módulo integra cálculos relacionados con precios, proyecciones financieras, inversiones iniciales, costos fijos y otros aspectos esenciales para evaluar la viabilidad económica y rentabilidad del negocio. Su diseño permite estructurar y consolidar información financiera de manera clara y precisa, facilitando la toma de decisiones estratégicas.

Objetivo

Proporcionar un marco integral para la planificación y análisis financiero, que permita evaluar la rentabilidad, proyectar ingresos y costos, y optimizar el uso de recursos económicos en el desarrollo del negocio.

Secciones del submenú

1. Precio: Determina los precios de productos o servicios basados en los costos, márgenes y cargas tributarias.
2. Proyecciones: Estima los ingresos y costos proyectados durante los primeros cinco años del negocio.
3. Inversiones Iniciales: Identifica y registra los recursos financieros necesarios para comenzar las operaciones del negocio.
4. Otras Inversiones: Planifica las inversiones adicionales requeridas para el crecimiento o mantenimiento del negocio en los años posteriores.
5. Costos Fijos: Registra los costos recurrentes que no dependen directamente del nivel de producción o ventas.

## **Sección 1: Precio**

La sección de Precio en el módulo de Finanzas está diseñada para calcular y estructurar el precio final de los productos o servicios con base en los costos involucrados, el margen deseado y los impuestos aplicables. Este análisis es esencial para garantizar que los precios sean competitivos y rentables.

Ilustración 18: Estructura del Módulo de finanzas, Sección de precio

Tabla

Descripción generada automáticamente con confianza media

Campos para rellenar

Identificar el producto o servicio al que se le está calculando el precio.

Componentes del Costo

Estos campos capturan los costos directos asociados con la producción del producto.

1. Costo de las Materias Primas: Incluye todos los insumos necesarios para fabricar el producto.
   * Ejemplo: *DOP $0.00.* (Indica que no se utilizarán materias primas).
2. Costo de la Mano de Obra: Representa el costo del trabajo necesario para producir el producto.
   * Ejemplo: *DOP $100.00.*
3. Costo de embalaje: Costo de los materiales utilizados para empacar el producto.
   * Ejemplo: *DOP $0.00.*
4. Costo del producto: Suma de los costos anteriores.
   * Ejemplo: *DOP $100.00.*

Margen

Establecer el porcentaje de margen que se desea aplicar al costo del producto para obtener el precio de venta.

* **Cálculo:**
  + Precio con margen = Costo del Producto × (1 + margen).
* **Ejemplo:**
  + *Margen: 100%.*
  + *Precio con margen: DOP $200.00*

Impuestos

* **Impuesto sobre la renta:** Porcentaje aplicado al precio con Mark-up.
  + Ejemplo: 10%.
* **Cálculo del Precio Final:** Precio Final = Precio con Mark-up + Impuestos.
  + Ejemplo: *DOP $222,22.*

Recomendaciones de uso

1. **Revisar periódicamente:** Actualizar los costos y márgenes según los cambios en el mercado.
2. **Alinear con Estrategias de Mercado:** Asegurarse de que los precios sean competitivos sin comprometer la rentabilidad.
3. **Usar Herramientas Automatizadas:** Utilizar hojas de cálculo o software financiero para calcular los precios de manera eficiente.

## **Sección 2: Proyecciones**

La sección de Proyecciones dentro del módulo de Finanzas permite realizar un análisis detallado de los ingresos esperados durante los primeros cinco años del negocio o proyecto. Este análisis se basa en los valores definidos en la sección de **Precio**, estimaciones de ventas y otros datos relacionados.

Selección de Años y Resumen

Ofrece una vista general y específica para cada año del horizonte de proyección (años 1 a 5). Proporciona un resumen acumulado de los ingresos proyectados a lo largo de los cinco años.

El área de Resumen se genera automáticamente a partir de los datos ingresados ​​en los años 1 al 5. Es una consolidación de la información proyectada para proporcionar una visión integral de los ingresos esperados durante el período total.

Ilustración 19: Estructura del Módulo de finanzas, Sección de proyecciones

Tabla

Descripción generada automáticamente

Elementos Clave:

* **Precio de Venta:** Valor unitario establecido en la sección de **Precio**. Este dato es fijo durante todo el horizonte de proyección.
* **Costo Directo:** Costos variables por unidad, también definidos en la sección de Precio.
* **Proyección de Ingresos:** Calculada año por año con base en el precio de venta y las cantidades estimadas.
* **Proyección Total:** Suma de las proyecciones de ingresos de los años 1 al 5.

Sección de Unidades Para Vender (Año 1 a Año 5)

La sección de **Unidades a Vender** dentro del módulo de Finanzas permite proyectar la cantidad de productos o servicios que se espera vender en cada mes, desglosado por producto. Los datos ingresados ​​en esta sección son la base para calcular los ingresos proyectados en las **Proyecciones de Ingresos**.

Ilustración 20: Estructura del Módulo de finanzas, Sección de proyecciones de 1 a 5 años

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Identificar el producto o servicio del que se realizan las proyecciones de ventas mensuales.

Elementos para rellenar:

Ventas mensuales

Establecer la cantidad estimada de unidades a vender por cada mes del año.

* **Ejemplo:**
  + Enero: 100 unidades.
  + Febrero: 100 unidades.
  + Marzo: 100 unidades.
  + Repite esta cantidad durante todos los meses hasta diciembre.

Total anual

Calcular automáticamente la suma de las ventas proyectadas para cada producto durante el año.

* + **Fórmula:**  
    Total Anual = Suma de Ventas Mensuales.
  + **Ejemplo:**
    - Enero a diciembre: 100 unidades/mes × 12 meses = 1,200 unidades totales.
    - **Ingresos Totales Año 1:** DOP $266,667 (proyectado).

## **Sección 3: Inversiones iniciales**

La sección de Inversiones Iniciales dentro del módulo de Finanzas está diseñada para identificar y registrar los recursos financieros necesarios para iniciar un negocio o proyecto. Incluye los elementos principales que requieren inversión al comienzo y calcula automáticamente el total, considerando posibles depreciaciones anuales.

Ilustración 21: Estructura del Módulo de finanzas, Sección de Inversiones iniciales

Interfaz de usuario gráfica, Sitio web

Descripción generada automáticamente

Identificar los activos o recursos específicos en los que se realizará la inversión inicial.

Áreas para rellenar

Artículo: Identificar los activos o recursos específicos en los que se realizará la inversión inicial.

**Ejemplo:**

* Inversión en tecnología.
* Otros ejemplos podrían incluir terreno, maquinaria, mobiliario, software o vehículos.

Valor: Indicar el costo o valor monetario del artículo especificado.

Ejemplo:

* Inversión en tecnología: DOP $70.000,00.

Depreciación anual: Estimar el porcentaje de depreciación anual del activo, reflejando la pérdida de valor del artículo con el tiempo.

**Ejemplo:**

* Inversión en tecnología: 10,00%.  
  Esto significa que el activo perderá el 10% de su valor cada año.

Total de la inversión: Calcular automáticamente la suma de todas las inversiones iniciales realizadas.

Ejemplo:

* Solo un artículo en este caso (Inversión *en tecnología*), con un total de *DOP $70,000.00.*

## **Sección 4: Otras Inversiones**

La sección de Otras Inversiones dentro del módulo de Finanzas está diseñada para planificar y registrar las inversiones adicionales necesarias para el crecimiento o mantenimiento del negocio en los años posteriores al inicio. Estas inversiones pueden incluir equipos, infraestructura, tecnología u otros activos requeridos para expandir o mejorar las operaciones.

Ilustración 22: Estructura del Módulo de finanzas, Sección de Otras Inversiones

Interfaz de usuario gráfica

Descripción generada automáticamente

La sección de Otras Inversiones incluye un área específica para ingresar información relacionada con las inversiones planificadas a lo largo de los años, detallando los activos, su depreciación anual y los montos de inversión proyectados para cada período.

Área para rellenar

Descripción: Especificar el recurso, equipo o activo en el que se realizará la inversión.

* **Ejemplo:**
  + Computadoras.
  + Otros ejemplos: maquinaria, software, mobiliario, etc.

Depreciación Anual: Registrar el porcentaje de depreciación anual que refleje la pérdida de valor del activo con el tiempo.

* **Ejemplo:**
  + 10**.0**0%.

Inversión por Año: Permitir ingresar las cantidades planeadas para invertir en el activo en cada uno de los cinco años proyectados.

* **Estructura:**
  + **Año 1:** Monto invertido en el primer año.
  + **Año 2:** Inversiones adicionales en el segundo año, y así sucesivamente hasta el año 5.
* **Ejemplo:**
  + Año 1: *DOP $0.00.*
  + Año 2: *DOP $20,000.00.*
  + *Año 3: DOP $50,000.00.*
  + *Años 4 y 5: DOP $0.00.*

Inversión Total: Calcular automáticamente la suma de las inversiones anuales realizadas para cada activo.

* **Fórmula:**
  + *Inversión Total = Suma de las inversiones de los años 1 al 5.*
* **Ejemplo:**
  + *Inversión Total:* DOP $70,000.00.

## **Sección 5: Costos Fijos**

La sección de Costos Fijos del módulo de Finanzas está diseñada para identificar y registrar los costos recurrentes que no dependen directamente del nivel de producción o ventas. Estos costos suelen ser predecibles y permanecen constantes durante un período determinado, lo que facilita su planificación y control.

Ilustración 23: Estructura del Módulo de finanzas, Sección de Costos fijos

Imagen que contiene Tabla

Descripción generada automáticamente

Identificar los costos recurrentes que deben cubrirse independientemente de los niveles de producción o ventas.

Área para rellenar

**Áreas en Gris: Información Autocalculable**

Las áreas sombreadas en **gris** dentro de la sección de Costos Fijos son calculadas automáticamente por el sistema. Estas áreas no requieren ingreso manual, ya que se derivan de los valores proporcionados en otras partes de la tabla o del sistema de cálculo predefinido.

* + 1. Detalles de las Áreas Autocalculables
* Total de Gastos con Sueldos: Consolidar el valor total de los costos fijos relacionados con sueldos y salarios para cada año proyectado y calcular el total acumulado.

**Ejemplo:**

* + **Año 1:** DOP $21,240.00.
  + **Años 2 a 5:** Sin valores proyectados.
  + **Total:** RD$21,240.00.
    1. Detalle del área para rellenar
* Descripción: Identificar y detallar el costo fijo específico que se registra.

**Ejemplo:**

* + ***Honorarios***
* Valor: Indicar el monto anual del costo fijo para cada elemento registrado.

**Ejemplo:**

* + ***Valor: DOP $9,000*.00.**
* Índice de reajuste: Representar el porcentaje de incremento anual proyectado para ajustar el costo fijo en función de la inflación u otros factores económicos.

**Ejemplo:**

* + ***Índice de Reajuste:* 5.00%.**
* Periodo: Especificar la frecuencia del costo fijo registrado (mensual, anual, etc.).

**Ejemplo:**

* + ***Periodo:* Anual.**
* Inicio y Fin del Costo: Establecer el período de tiempo durante el cual el costo fijo estará vigente.

**Ejemplo*:***

* + ***Inicio del Costo: Febrero de 2024.***
  + ***Fin del Costo: Julio de 2028.***

**Módulo de Informes**

El Módulo de Informes está diseñado para consolidar y presentar de manera clara y organizada la información generada en los distintos módulos del sistema. Su propósito es proporcionar datos clave en formatos comprensibles y visuales que faciliten la toma de decisiones estratégicas y la evaluación del desempeño del negocio. Este módulo integra análisis provenientes de estrategias, mercadeo y finanzas, asegurando una visión integral del proyecto.

Objetivo  
Ofrecer una herramienta integral para consolidar, analizar y visualizar la información crítica del negocio, proporcionando reportes que respalden la planificación estratégica y permitan evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Secciones del submenú:

1. Estrategia: Resume los datos del análisis FODA y las Cinco Fuerzas de Porter, destacando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas más relevantes.
2. Mercadeo: Consolida información sobre el mercado objetivo, análisis de clientes y competidores, y recursos necesarios para la implementación de estrategias.
3. Finanzas: Proporciona un análisis financiero detallado que incluye indicadores clave como VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), punto de equilibrio, y recuperación de inversión.

## **Sección 1: Estrategia**

La sección de Estrategia del módulo de Informes consolida los datos provenientes de las diferentes secciones del módulo de Estrategia y de otros módulos relacionados. En este caso, todos los elementos destacados en **gris** son autocalculables y están basados ​​en información previamente ingresada en el sistema.

Ilustración 24: Estructura del Módulo de Informe, Sección de estrategia

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Descripción de los Elementos

Resumen de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

Proporciona una evaluación porcentual de las fuerzas competitivas clave para el negocio, basada en los datos ingresados ​​en la sección de **Fuerzas Competitivas** del módulo de Estrategia.

* **Elementos Calculados:**
  + Rivalidad entre los competidores.
  + Poder de negociación de los clientes.
  + Poder de negociación de los proveedores.
  + Riesgo de nuevos participantes.
  + Amenaza de productos sustitutos.
* **Cálculo:**  
  Se deriva de las respuestas y evaluación ingresadas previamente en la sección de análisis competitivo.

Resumen FODA

Consolidar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más relevantes del análisis FODA realizado previamente.

* **Elementos Calculados:**
  + **Fortalezas Principales:**  
    Ejemplo: La empresa tiene un diferencial innovador.
  + **Debilidades Principales:**  
    Ejemplo: El equipo es competente y organizado.
  + **Oportunidades Principales:**  
    Ejemplo: Hay mercados sin explorar.
  + **Amenazas Principales:**  
    Ejemplo: Posibilidad de establecer asociaciones estratégicas.
* **Cálculo:**  
  La selección de estos elementos proviene del análisis FODA previamente registrado en el sistema.

Análisis de Logro de las Metas

Permitir un seguimiento de las metas planificadas a lo largo de los años para evaluar su cumplimiento.

* **Elementos Calculados:**
  + Porcentaje o cantidad de metas logradas en 1 a 5 años.
  + Metas registradas en el módulo de Estrategia y su estado.
* **Cálculo:**  
  Se basa en la información de metas ingresadas en el módulo y en los planos de acción relacionados.

Análisis de los Planes de Acción

Ofrecer un desglose del estado de los planos de acción asociados a las metas estratégicas.

* **Elementos Calculados:**
  + Aviones "No iniciados".
  + Aviones "En proceso".
  + Planes "Concluidos dentro del plazo".
  + Planes "Concluidos con atraso".
  + Aviones "No concluidos".
  + **Total de planos registrados.**
* **Cálculo:**  
  Se genera a partir de los datos ingresados ​​en la sección de Metas y Planes de Acción, específicamente del estado asignado a cada plan.

## **Sección 2: Mercadeo**

La sección de **Mercadeo** dentro del módulo de informes reúne los datos claves del análisis de Mercadeo. Los elementos que aparecen en esta sección son en gran medida **autocalculables**, basados ​​en la información proporcionada en las secciones relacionadas con Mercadeo, como análisis de clientes, inversiones y estrategias de precios.

Ilustración 25: Estructura del Módulo de Informe, Sección de Mercadeo

Una captura de pantalla de una red social

Descripción generada automáticamente

Descripción de los elementos y componentes

Acerca de los clientes

Detallar la información relacionada con el mercado objetivo, incluyendo:

* + **¿Quiénes y cuántos sufren con este problema o se beneficiarían de la solución?**
    - Ejemplo: Emprendedores, empresarios y gestores.
  + **Tamaño del mercado:**
    - Ejemplo: 1.000.000 de personas.
  + **Porcentaje del mercado a alcanzar:**
    - Ejemplo: 20,0%.
  + **Tamaño del mercado alcanzado:**
    - Ejemplo: 200.000 personas.

**Origen de los Datos:** Provienen de la sección de **Mercado** del módulo de Mercadeo.

Análisis de recursos

Evaluar los recursos necesarios para implementar la estrategia de Mercadeo y su disponibilidad.

* + **Disponible:** Número de recursos disponibles.
    - Ejemplo: 2 recursos disponibles.
  + **No Disponible:** Recursos faltantes.
    - Ejemplo: 48 recursos no disponibles.
  + **Total:**
    - Ejemplo: 50 recursos en total.
  + **Porcentaje de Recursos Disponibles:**
    - Ejemplo: 4%. (calculado automáticamente).

**Cálculo Automático:** Basado en la información ingresada en el análisis de recursos en la sección de **Mercado**.

Inversiones

Mostrar el detalle de las inversiones en Mercadeo offline y online, distribuidas por años.

**Mercadeo offline:**

* + **Valor de la Inversión en el Lanzamiento:** 
    - Ejemplo: *DOP $30,030.00.*
  + **Inversiones Anuales:** Valores ingresados ​​por cada año (Año 1 a Año 5).
    - Ejemplo: Año 1: DOP $0.00.

**Mercadeo en línea:**

* + **Valor de la Inversión en el Lanzamiento:**  
    Ejemplo: DOP $0.00.
  + **Inversiones Anuales:**  
    Ejemplo: Año 1: DOP $11,000.00.

**Origen de los Datos:** Proviene de las secciones de **Promoción** del módulo de Mercadeo.

Estrategia de precios **Resumir la estrategia de precios seleccionada según la calidad y el precio.**

* + **Visión:** Definir la calidad del producto.
    - Ejemplo: Calidad Alta, Calidad Media, Calidad Baja.
  + **Opciones de Precio:**
    - Precio Alto, Precio Medio, Precio Bajo.
    - Ejemplo: Estrategia de Alto Valor.

**Origen de los Datos: Basado en los análisis y definiciones de la sección de precios en el módulo de Mercadeo.**

## **Sección 3: Finanzas**

La sección de **Finanzas** dentro del módulo de informe consolida los indicadores y resultados financieros clave para analizar la viabilidad y rentabilidad del negocio. Está diseñado para ofrecer un panorama claro de los ingresos, costos, y métricas financieras a lo largo de los años, utilizando datos calculados automáticamente a partir de las secciones de precios, proyecciones, costos e inversiones.

Ilustración 26: Estructura del Módulo de Informe, Sección de finanzas

Captura de pantalla de un celular

Descripción generada automáticamente

Descripción de los elementos y componentes

Indicadores de rendimiento

Estas son métricas claves que evalúan la viabilidad y rentabilidad del proyecto o negocio.

1. **Tasa de descuento:** La tasa de descuento anual que se utiliza para calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros. el propósito es determinar el costo del dinero en el tiempo, teniendo en cuenta riesgos e inflación.
   * **Ejemplo:** 10% significa que los flujos de efectivo futuros se reducen en un 10% anual.
2. **VAN (Valor Actual Neto):** Es el valor presente de los flujos de caja proyectados, menos la inversión inicial. El propósito es indicar si el proyecto generará valor. Un VAN positivo significa que el proyecto es rentable.
   * **Ejemplo:** DOP $420,237.91 significa que el negocio genera esta cantidad adicional en valor presente.
3. **TIR (Tasa Interna de Retorno): Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. El propósito es determinar la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales.**
   * **Ejemplo: *106.81% indica que el retorno del proyecto es más del doble de la inversión inicial.***
4. **Inversión Inicial: Es el costo inicial necesario para poner en marcha el proyecto o negocio.**
   * **Ejemplo: *DOP $100,030.00 es el total de inversiones iniciales registradas.***
5. **Recuperación de la Inversión: El tiempo necesario para recuperar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo generados.**
   * **Ejemplo: *"En 2 años" significa que en 2 años el negocio cubre su inversión inicial.***
6. **Punto de equilibrio: Es el momento en el que los ingresos totales igualan a los costos totales, sin generar ni pérdidas ni ganancias.**
   * **Ejemplo: *"En 1 año" indica que, a partir del primer año, el negocio comienza a ser rentable.***

Resumen Financiero por Año

Presenta los resultados financieros clave a lo largo de los años.

1. **Ingreso Bruto:** **Los ingresos totales generados por las ventas antes de deducir costos y gastos.**
   * ***Ejemplo:* Año 1: DOP $266,667.**
2. **Costos Variables: Los costos directamente relacionados con la producción o prestación del servicio.**
   * ***Ejemplo:* Año 1: DOP $120,000 incluye costos de materiales, mano de obra, etc.**
3. **Impuestos Directos: Impuestos aplicados sobre las ventas o ingresos, como IVA o ISR.**
   * ***Ejemplo:* Año 1: DOP $26,667.**
4. **Margen de contribución:** Es la diferencia entre los ingresos brutos y los costos variables. El **propósito es d**eterminar cuánto queda para cubrir los costos fijos y generar utilidades.
   * **Ejemplo: *Año 1: DOP $120,000.***
5. **Gastos Fijos:** Costos que no cambian con el volumen de ventas, como alquileres, sueldos administrativos, etc.
   * ***Ejemplo:* DOP $21,240 es el total de gastos fijos registrados.**
6. **Gastos en Mercadeo:** El dinero destinado a campañas de promoción, publicidad y otras actividades de Mercadeo.
   * ***Ejemplo:* Año 1: DOP $11,000.**
7. **Depreciación:** Reducción del valor de los activos debido al uso o al tiempo.
   * ***Ejemplo:* Año 1: DOP $7,000.**
8. **Ganancia/Pérdida Líquida:** Es el resultado después de deducir todos los costos e impuestos.
   * ***Ejemplo:* Año 1: DOP $80,760.**
9. **Ganancia libre:** Es el dinero disponible después de cubrir todos los costos e impuestos.
   * ***Ejemplo:* Año 1: DOP $87,760.**
10. **EBITDA (ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización):** Ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. El p**ropósito es m**edir la rentabilidad operativa del negocio.
    * **Ejemplo: *Año 1: DOP $114,427.***
11. **Porcentaje de Rentabilidad:** Es la relación entre la ganancia neta y los ingresos brutos, expresada en porcentaje.
    * ***Ejemplo:* Año 1: 32,9%.**

**Módulo panel de control**

El Módulo de Dashboards o Panel de Control está diseñado para ofrecer una representación visual interactiva de los resultados clave del negocio. Este módulo permite interpretar datos complejos de manera rápida y eficiente, facilitando la toma de decisiones estratégicas. Los paneles incluyen gráficos, tablas y métricas que resumen los principales indicadores de viabilidad, finanzas, mercadeo y desempeño general del proyecto o negocio.

Objetivo  
Proporcionar herramientas visuales que consoliden y presenten los principales indicadores de desempeño del negocio, facilitando el monitoreo continuo, la evaluación de resultados y la identificación de áreas críticas para la toma de decisiones informadas.

Secciones del submenú

1. Viabilidad: Analiza y presenta indicadores clave que determinan la factibilidad económica y financiera del proyecto, como la recuperación de inversión, punto de equilibrio y rentabilidad.
2. Financiero: Proporciona una visión integral de los ingresos, costos, y ganancias, junto con métricas financieras esenciales como EBITDA, margen de contribución y flujo de caja.
3. Proyecciones: Presenta de manera visual y detallada el desempeño esperado de la empresa, incluyendo ingresos, gastos, y márgenes de ganancia a lo largo de un horizonte temporal definido.
4. Escenarios: Simula diferentes escenarios, como condiciones optimistas o pesimistas, mostrando su impacto en las finanzas y la viabilidad del negocio.
5. Estrategia: Integra visualizaciones clave del análisis estratégico, como resultados del FODA y las Cinco Fuerzas de Porter.
6. Mercadeo: Muestra un análisis detallado de las estrategias promocionales, diferenciando inversiones entre canales online y offline.

La **Sección de** Viabilidad está diseñada para analizar y presentar de forma visual los indicadores clave que determinan la factibilidad económica y financiera del proyecto. Su estructura incluye los siguientes elementos:

Ilustración 27: Estructura del Módulo de dashboards, Sección de viabilidad

Interfaz de usuario gráfica, Escala de tiempo

Descripción generada automáticamente

La Sección Financiera del módulo de tableros presenta de manera visual los indicadores clave y análisis financieros relacionados con la operación y rentabilidad del proyecto.

Ilustración 28: Estructura del Módulo de dashboards, Sección de financiero

Interfaz de usuario gráfica

Descripción generada automáticamente con confianza media

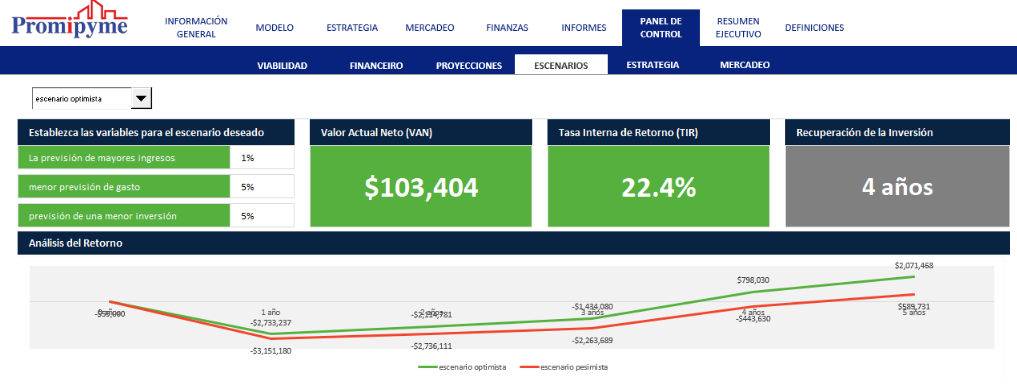
La **Sección de** Proyecciones en el módulo de paneles de control está diseñada para presentar de manera visual y detallada el desempeño proyectado de la empresa en términos de ingresos, gastos y rentabilidad. A continuación, se explica cada componente:

Ilustración 29: Estructura del Módulo de dashboards, Sección de proyecciones



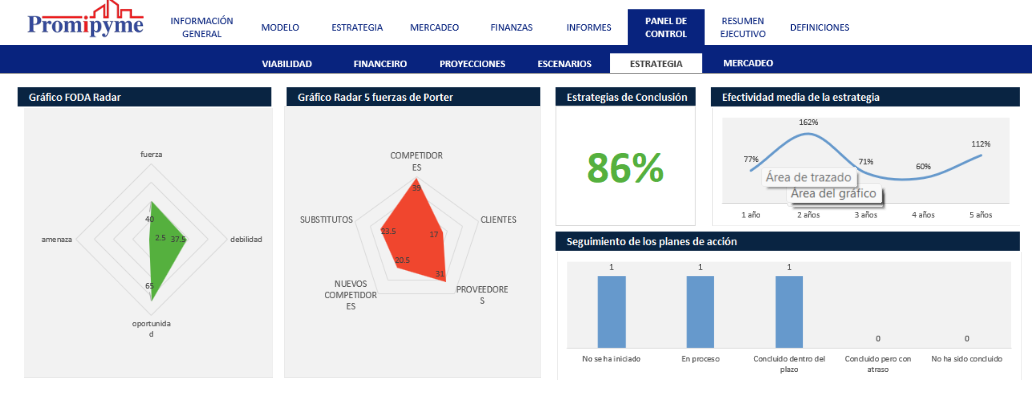
La **Sección de Escenario** del módulo de paneles de control está diseñada para simular el impacto de diferentes variables clave en el desempeño financiero del proyecto, mostrando proyecciones bajo escenarios optimistas y pesimistas. A continuación, se explican los componentes principales:

Ilustración 30: Estructura del Módulo de dashboards, Sección de escenarios



El módulo de Estrategia en el Dashboard integra visualizaciones clave y datos para evaluar el desempeño estratégico de la empresa a partir de las herramientas de análisis, como FODA y las Cinco Fuerzas de Porter, además de un seguimiento detallado de planos de acción. A continuación, se explican sus componentes:

Ilustración 31: Estructura del Módulo de dashboards, Sección de estrategia



La sección de Mercadeo en el tablero está diseñada para mostrar un análisis detallado de los gastos relacionados con las estrategias de promoción, diferenciados entre los canales **Online** y **Offline**. A continuación, se explican los elementos clave:

Ilustración 32: Estructura del Módulo de dashboards, Sección de Mercadeo

