

**Apoyo a la Actividad Emprendedora -  
Instructivo para el llenado del Formulario de Proyecto**

**PROGRAMA DE ACCESO AL CREDITO Y COMPETITIVIDAD PARA MIPYMES  
-PACC-**

**SUBCOMPONENTE DE APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA 1.3**

**INSTRUCTIVO PARA LA POSTULACIÓN A APORTES NO REEMBOLSABLES PARA  
PROYECTOS PROMISORIOS (ANR PP)**

**¿CÓMO COMPLETAR EL FORMULARIO?**

En primera instancia el emprendedor debe generar un usuario para acceder al Formulario de Proyecto que está disponible en <http://www.sepyme.gob.ar/emprendedores/>

**DNA2 Acceso usuarios**

**Ingrese su nombre de usuario y contraseña para ingresar al sistema**

**NOMBRE USUARIO:**

**CONTRASEÑA:**

**Si Ud. es un usuario habilitado del sistema, asegúrese de haber tipeado correctamente el nombre de usuario y contraseña. Si Ud no posee aún un usuario por favor haga click >>aquí<< para solicitar uno.**

Una vez habilitado el usuario en el sistema puede iniciar la carga del formulario.

## Apartados A y B

Ventanilla (Seleccione la ventanilla del listado de opciones)

Componente (corresponde al 1.3)

Estado (se refiere al estado del proyecto: aprobado, rechazado, observado)

Nro Proyecto (se asigna automáticamente por sistema)

## A. DATOS DE LA EMPRESA

Información del Emprendedor

CUIT	Razón Social	Apellido y Nombre
------	--------------	-------------------

## B. INFORMACION DEL PROYECTO DE NEGOCIO

### Título del Plan/Proyecto

#### Producto

#### Principal/es producto/s o servicio/s que ofrece u ofrecerá

Deberá realizar una descripción técnica de su producto o servicio señalando las cualidades que posee, cómo se produce, cuáles son las especificaciones técnicas, sus aspectos de diseño en cuanto a su funcionalidad, estética, estilo, etc.

#### Proceso de producción

#### Grado de diferenciación y/o innovación del producto o servicio ofrecido

En este punto deberá describir el grado distintivo de diferenciación y/o innovación del producto o servicio, su calidad y las ventajas competitivas en relación a lo que ofrece la competencia a nivel nacional y/o internacional, así como las posibilidades de su implementación.

Diremos que para ser competitivos en mercados cambiantes se debe escoger entre dos formas básicas de incrementar valor, diferenciando el producto/ servicio o bajando los costos para crear valor. A grandes rasgos existen 3 maneras de diferenciarse y competir:

**1. Liderazgo general en costos.**

En este caso se trata de tener precios mas bajos que los de la competencia.

**2. Diferenciación del producto o servicio:** atributos que sean exclusivos y que a la vez sean percibidos por el cliente meta como por ejemplo alguna innovación que agregue valor como ser el packaging, imagen de marca y posicionamiento, modo de distribución, determinados servicios al consumidor como garantías o el servicio de post venta, etc.

**3. Enfoque o alta segmentación:** del cliente o segmento al que se apunta. Se trata de desarrollar estrategias específicas para un publico y poder satisfacer en una gran medida las necesidades de este nicho.

*El éxito en la implantación de estrategias de diferenciación requiere distintos recursos y habilidades de comercialización, ingeniería del producto, investigación y desarrollo, desarrollo y búsqueda de nuevas tecnologías, instinto creativo, liderazgo tecnológico de calidad y, cooperación entre los canales de distribución.*

*Es importante tener en cuenta que un diferenciador no puede exceder el precio de la competencia si el cliente no está dispuesto a pagar dicho aumento y, que el mismo debe poder perdurar en el tiempo, es decir, que sea sustentable. Se requiere suma honestidad por parte del emprendedor para poder ser objetivo al momento de describir su producto o servicio. Al respecto cabe aclarar que se busca poder discriminar la opinión personal de la opinión de terceros (clientes). Es de suma utilidad sondear la percepción del cliente al que se quiere llegar mediante la utilización de encuestas y otros test que se utilizan a este respecto. Para quienes avancen en este punto adjuntar los resultados en la sección de anexos indicando la cantidad de la muestra, los lugares en donde se realizaron, el modelo de encuesta y, los resultados obtenidos. Se pueden utilizar gráficos que faciliten la lectura al evaluador. Otro dato de importancia que se puede obtener encuestando clientes es comprender el circuito de decisión de compra que estos tienen a la hora de adquirir nuestro producto o uno sustituto. Que valoran, que miran, que buscan y, cuales son los pasos que se proyecta en su mente cuando realiza la acción de compra.*

## **Negocio**

### **Origen y grado de avance de la idea de negocio**

*Si se trata de un emprendimiento no iniciado, señale el origen de la idea del negocio y describa brevemente los procesos que implica. Si ya lo inició, describa brevemente los pasos que dio para su instrumentación y las actividades que realiza.*

***Es importante en este punto que pueda definir que Inversión se realizó hasta el momento y que inversión se realizara posterior al aporte del ANR para poder estimar la inversión total del proyecto.***

### **Producto/s o servicio/s facturado/s**

*Si la empresa ya ha facturado, especifique fecha de la primera venta y promedio mensual de facturación y de ganancia neta en el año anterior. De lo contrario pase a 4.*

*Entendiéndose por ganancia neta a la ganancia obtenida luego de deducir los impuestos, intereses, depreciación y otros gastos.*

### **Utilidad esperada**

*¿Cuánto espera ganar mensualmente (ganancia neta) con el negocio que emprende?*

*Ganancia neta es la ganancia obtenida luego de deducir los impuestos, intereses, depreciación y otros gastos. En este punto se solicita que indique cual es el ingreso mínimo (mensual) que usted pretende obtener con la puesta en marcha o funcionamiento de su emprendimiento o proyecto.*

<b>Menos de \$2.000</b>	<b>De \$2.000 a \$5.000</b>	<b>De \$5.000 a \$10.000</b>	<b>Más de \$10.000</b>
-------------------------	-----------------------------	------------------------------	------------------------

### **Punto de Equilibrio**

*Indique la cifra (En pesos y en unidades vendidas) en la cual los ingresos mensuales equilibran a los gastos. Indique en cuanto tiempo desde el inicio de sus actividades alcanzara este punto.*

*El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos. También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades. "Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida"*

*Para determinar el punto de equilibrio en unidades, se aplica la formula de:*

*PE (unidades) = Costos fijos / (Precio - Costo Variable)*

*PE (en pesos) = Costos Fijos / 1 - (Costo Variable / Precio)*

*Es importante que se describa como se llevo a ese punto de equilibrio no con solamente indicarlo.*

### **Mercado**

¿Cuáles son sus clientes actuales y/o potenciales?

Indique la demanda potencial estimada de su producto o servicio en unidades y en pesos y las perspectivas de crecimiento.

Identifique los principales competidores y toda información disponible sobre éstos. Indique si existen productos sustitutos posibles del producto/servicio ofrecido por Ud.

### **Canales de comercialización (Indique lo que corresponda)**

*Señale cuales serán los medios de comercialización e indique si ha iniciado contacto con la cadena de distribución (canales). Distribución y logística.*

*Especifique cómo comercializa o prevé comercializar su producto. Por ejemplo, si venderá o consignará productos a comercios de terceros, si comercializará a través de locales propios, de sitio Web, etc. Identifique el ámbito geográfico y si ya realizó contactos para vender en un determinado canal. Si la distribución se encuentra centralizada o si esta atomizada en distintos jugadores. Justifique por qué eligió ese canal para vender su producto o servicio. Relaciónelo con los hábitos de consumo de sus clientes y los factores de diferenciación del producto.*

*Indique si tuvo en cuenta como influirá sobre el precio final (venta a público) la elección de sus canales de comercialización y si lo ha incluido en su estructura de costos. Indique si este punto es una fortaleza o una debilidad del emprendimiento/ empresa joven y el poder de negociación que tiene el canal sobre usted.*

### **Venta Directa / Mayorista / A Locales / Otros Canales**

#### **Descripción de la estrategia de comercialización**

*Mencione cuales serán las condiciones de venta, forma de atraer los primeros clientes, argumentos comerciales más fuertes y los elementos de promoción y/o comunicación previstos. Análisis FODA.*

*En el caso de contar con información del mercado al que se orienta mencione como es la forma de pago usual, y si cobrará a plazos (30, 60, 90 días a partir de la fecha de venta, etc.). Si lo hará en efectivo, si admitirá tarjeta de crédito, etc. Considere este punto al completar las proyecciones financieras. De acuerdo a la complejidad de su actividad y/o proyecto será valorado como anexo un flujo de fondos económico y financiero teniendo como base el formulario propuesto.*

*Señale sobre qué aspectos del producto se basará para hacer sus primeras ventas, en función de las características de los clientes, es decir cuales son las fortalezas y/o ventajas competitivas que presenta su producto en relación a los de la competencia. Asimismo mencione si tiene pensado estrategias de promoción para facilitar la inserción de su producto y/o servicio en el mercado. Por ejemplo si dará muestras gratis, extenderá la garantía por encima de lo que ofrece la competencia, hará política de descuentos, facilidades de pago, etc.*

*Si ya ha realizado ventas indíquelo.*

*Incluya todos los elementos de imagen y promoción comercial de los que disponga si ya ha avanzado en esa dirección, como por ejemplo, logo de la empresa, slogan, tarjetas comerciales, vistas de la pagina web, etc.*

*El análisis FODA es un ejercicio de planeación para identificar las fortalezas, oportunidades del entorno, debilidades y amenazas de la organización. A partir del mismo se podrán elegir las estrategias corporativas a definir. Estas deben permitir a la organización conseguir sus metas aprovechando oportunidades, sortear amenazas, fomentando las fortalezas y corrigiendo las debilidades.*

*Dentro de las fortalezas podríamos preguntarnos si la estrategia esta bien definida, si tenemos líneas de productos sólidos, si tenemos buenas habilidades comerciales, si poseemos habilidades de liderazgo y negociación y si tenemos capacidad para manejar el cambio estratégico. Dentro de las oportunidades potenciales podríamos encontrar la posibilidad de ampliar los negocios centrales o la gama de productos, expandirse a mercados extranjeros o extender la ventaja de costos o diferenciación. En las debilidades potenciales si la estrategia estuviera mal trazada o definida, si la línea de productos esta quedando obsoletas o estrechas, aumento en los costos de manufactura, mala planeación*

*de mercadotecnia, pérdida de clientes, estructura organizacional y sistemas de control inadecuados, dificultad con las cobranzas, dificultad o imposibilidad de financiar las ventas. Y por último las amenazas potenciales tales como mayor competencia local, cambio de gusto de los consumidores, elevada barrera de entrada, existencia de productos nuevos o sustitutos, cambios de los factores económicos o políticos y desaceleración del crecimiento del mercado.*

## **Precios**

*¿Cuáles serán los precios de los productos/servicios del emprendimiento? ¿Cómo hace para definir sus precios? Relaciónelos con los precios de sus competidores.*

*Básicamente hay dos posibles orientadores para la fijación de los precios, en base a un valor mínimo y, a un valor máximo. Los costos variables del producto (aquellos que están relacionados con la producción directa del bien o del servicio) determinan el valor mínimo que puede cobrar la empresa, ya que menos de ese valor lo haría incurrir en pérdida. Esto es, claro, sin tener en cuenta los costos fijos que requiera la estructura de la empresa para funcionar (costos indirectos de fabricación). Por otra parte, la competencia y la demanda terminan definiendo el valor máximo que puede cobrar la empresa por el producto.*

*Especifique si los precios estarán por encima o por debajo de la competencia y sus razones. Por ejemplo, si estarán por encima, describa el valor agregado que tiene su producto respecto de los demás. Si están por debajo, explique su estrategia comercial. Indique si ha profundizado en el estudio de mercado a través de encuestas y/o investigaciones acerca del precio percibido por el cliente y el valor máximo al que su cliente está dispuesto a pagar para adquirir su producto o servicio. Y detalle, en caso de corresponder, cuáles son las características más relevantes que el cliente (no usted) resalta acerca de su producto o servicio y, que estos son proyectados en el precio de compra.*

*En el caso de tener pensado adoptar políticas de precios diferenciados, coméntelas (Ej.: Indique si establecerá un precio único o si le cobrará precios distintos a distintos grupos de consumidores, si prevé realizar políticas de descuento a clientes frecuentes, etc.)*

*Se pide en este apartado que confeccione una estructura de costos por producto o servicio, desglosando según corresponda los costos fijos de los variables. Tener en cuenta todos los costos, directos e indirectos, por más insignificantes que estos pudieran parecer. Se podrá adjuntar una hoja de Excel si fuera necesario en la sección de Anexos.*

*Se entiende por costos fijos los que no dependen de la producción, es decir gastos estructurales y administrativos tales como alquiler, servicios (Luz, Gas, etc.), seguros, papelería y librería, publicidad, impuestos, sueldos y amortizaciones. Los costos variables, en cambio, son aquellos que dependen de la producción como materias primas, mano de obra directa y gastos de comercialización.*

## **Requerimientos Varios**

### **Proveedores**

*Enumere quienes son sus proveedores o lo serán en el futuro según los diferentes insumos o materiales requeridos. Explique su elección de acuerdo a: localización y fletes, precio, condiciones, volúmenes y plazos. Si no los ha seleccionado, enumere sus requerimientos en dichos aspectos.*

*Mencione si cuenta con proveedores alternativos en caso de necesitarlo*

### **Localización del emprendimiento**

*¿Dispone del espacio físico para realizar el emprendimiento? Describa en no más de 3 (tres) líneas las características mínimas requeridas del mismo. Indique si para el normal*

## Apoyo a la Actividad Emprendedora - Instructivo para el llenado del Formulario de Proyecto

funcionamiento de su emprendimiento o proyecto es de vital importancia la utilización de un espacio físico. Discriminar si se requiere un lugar diferente para la producción y otro para la oficina o local de ventas por ejemplo y, las distancias que pueda haber entre uno y otro y, los proveedores. Describa según el caso cuales serán las alternativas posibles para conseguirlo, teniendo en cuenta que el PACC no financia este tipo de actividades (pago de alquileres y obras civiles).

### Requerimientos técnicos

Describa brevemente los requerimientos técnicos (Maquinarias, herramientas, instrumental, vehículos, etc.) necesarios para la viabilidad del emprendimiento o proyecto e informe si dispone o no de algunos de ellos. Para cada caso indique un valor promedio de mercado y, detallar si los mismos estén tercerizados. Fundamente el impacto que esta decisión tiene sobre los costos

### Recursos humanos

Nombre del Área	Cantidad Total Empleados	Técnicos Dentro del Total	Profesionales Dentro del Total	Socios dentro del total	Cantidad Total de Empleados	Técnicos Dentro del Total	Profesionales dentro del Total	Socios dentro del total
-----------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------------	-------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------------	-------------------------

En este punto se intenta cuantificar proyectivamente la cantidad de personal previsto para los próximos 24 meses segmentándolos por cada área de la empresa en particular y como es su crecimiento en base a las actividades del programadas.

**Nota: Incluir a los empleados no profesionales en la columna de TOTAL.**

NOTA: Para los casos en que la misma persona realice distintas funciones, diferenciarlo con una letra por ejemplo: A, B, C.

### Riesgos y Estrategias

Descripción de la estrategia de superación	Descripción del riesgo	Tipo de riesgo/estrategia

Describa los principales obstáculos/riesgos con los que se enfrenta actualmente o con los que piensa que se enfrentará en el proceso de puesta en marcha de la empresa y/o de su consolidación en el mercado. Asimismo, identifique los aspectos centrales de la estrategia para enfrentarlos.

*Deberá realizar una descripción de los riesgos técnicos y comerciales, cuantos sean necesarios, y que puedan afectar o impactar de manera negativa en la producción o comercialización del producto/servicio. El objetivo de esta tabla es identificar los obstáculos que pueden frenar al proyecto e impedir que se cumplan con éxito los resultados esperados (objetivos).*

*Importante: Tener en cuenta la normativa legal para aquellos emprendimientos que requieran de habilitaciones y permisos especiales para el normal funcionamiento de su negocio. Indique el grado de avance a este respecto y, adjuntar fotocopia de cada caso en particular. En caso de no haber iniciado los correspondientes tramites, se hace menester enumerar al menos los pasos a seguir con sus requisitos y nombrar los organismos que intervienen en el circuito.*

*Asimismo, se deberá detallar para cada grupo de problemáticas las actividades específicas previstas para controlar los riesgos señalados, incluyendo su descripción y la manera en que impactarán sobre los riesgos inherentes y, en consecuencia, en el proyecto presentado.*

### Normativa legal y medioambiental

*En esta pregunta, deberá nombrar y describir la normativa medioambiental que tenga incidencia directa o indirecta sobre la actividad que desarrollará ya sea nacional, provincial o municipal y deberá identificar el organismo que la regula. Para ello tenga en cuenta que existen normativas y disposiciones que regulan las actividades económicas en relación a su impacto sobre el medio ambiente en los tres niveles de Gobierno.*

*Mencione si deberá desarrollar algún tipo de inversión o tomar alguna medida para cumplir con dicha normativa. Será necesario que mencione el grado del impacto que tiene o tendrá el proceso productivo en el medioambiente (insumos que utiliza, incidencia de los procedimientos productivos, desechos del proceso de producción, etc.) y el plan de actividades específicas previstas para controlar los riesgos de deterioro del medio ambiente. Para responder satisfactoriamente este punto deberá responder también:*

*1- Como gestiona los desperdicios / scrap generados por su actividad?*

*2- Tiene identificado cuáles son? Cuantifíquelos en términos proyectivos de ser posible o por producción.*

## **Apartado C**

### **Plan de Actividades**

#### **C – INFORMACIÓN DEL PLAN DE ACTIVIDADES**

Necesidades detectadas para el inicio/desarrollo del negocio

Objetivos

Descripción del Plan de Inversión/Actividades

Cuadro de situación del PP (proyecto promisorio)

Respecto del desarrollo de su producto o servicio, ¿cuál es su nivel de avance?

Si su producto requiere la realización de un prototipo/muestra ¿en qué estado se encuentra?

Si requiere infraestructura física (local) ¿qué avances ha producido?

Ha intentado obtener recursos financieros? Qué avances realizó?

La búsqueda de RRHH para las operaciones de los próximos SEIS (6) meses, en qué estado se encuentra?

La búsqueda de información de mercado/clientes, en que etapa se encuentra?

La realización de plan de comercialización, ¿en qué estado de avance se encuentra?

Quiere especificar otros avances del PP?

Indicar otros avances:

**Actividades**

Cada actividad puede tener hasta 5 tareas excepto la actividad de adquisiciones que poseen cantidad ilimitada.

Las actividades deben ser llenadas por orden de ejecución que como máximo son 12 meses. Es muy importante describir muy concreto el producto que verifica dicha actividad en caso de servicios profesionales la metodología , el contenido del informe y el alcance del mismo. La unidad de medida debe ser especificada .

Cuando se requiera capital de trabajo se deberá especificar la relación insumo requerido en el producto final y con que objetivo se necesita, muestra, prototipo entre otros.

<b>Servicio Actividad</b>	<b>Orden de ejecución</b>	<b>Resultado Esperado</b>	<b>Cantidad de Tareas</b>	<b>Total Actividad</b>	<b>Total ANR Actividad</b>	<b>Aporte Emprendedor</b>
---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	------------------------	----------------------------	---------------------------

**Cantidad Actividades Proyecto (Excluida Formulación)**

**Total Proyecto**

**Total \$ ANR Proyecto**

**Total Aporte Emprendedor**

**%ANR Proyecto**

Máximo 85% hasta 110.000 pesos , el 85 % corresponde a cada factura presentada no se contabiliza por actividad sino por factura pagada

La formulación se abona contra reintegro lo cual no debe ir calculada en la primer solicitud de desembolso sino debe rendirse el 50% una vez pagado por el emprendedor ,puede formar parte de la primer rendición.

**%Aporte Emprendedor**

**Gastos de Certificación**

Hasta 1000 pesos

**Bienes de Capital (para ofrecer en Especies)**

Descripción del Bien	Valor en \$ del Bien de Capital	Indicar si el bien ya ha sido adquirido	Fecha de Compra

**Total Ofrecido en Especies**

**Máximo Aplicable en Especie**

---

## **Apartado D. PROYECCION FINANCIERA**

### **E. INFORMACION DEL EQUIPO EMPRENDEDOR**

*Deberá presentarse la información de esta sección tantas veces como miembros tenga el equipo de emprendedores que llevará adelante el Proyecto.*

#### **FODA del emprendedor o equipo emprendedor**

*Describa brevemente las Fortalezas y Debilidades internas del equipo y las Oportunidades y Amenazas externas al mismo.*

*Dentro de los factores internos, las Fortalezas y Debilidades, y dentro de los factores externos, detallar las Oportunidades y Amenazas.*

*Dentro de la situación interna uno de los aspectos positivos (Fortalezas) de su negocio puede ser: Tener un buen grupo de trabajo. En cuanto a las Debilidades internas, se puede mencionar: Tener un equipo de trabajo fragmentado y con dificultades para relacionarse entre si.*

*En cuanto a factores externos, puede ser ejemplo de Oportunidades: políticas laborales afines a sus necesidades y, para el caso de las Amenazas que pueden afectarlo: problemas socio políticos o un cambio monetario desfavorable.*

*Realizar este análisis a conciencia de nuestra idea o negocio relacionándolo con nuestro equipo de trabajo, nos permitirá conocer mejor dónde estamos parados, y qué áreas debemos reforzar, o dejar de lado por su inviabilidad.*

*Tanto las amenazas como las debilidades pueden y deberían revertirse, o usarse a su favor, sobre todo en lo que refiere a las debilidades internas.*

*Las amenazas externas pueden convertirse en oportunidades, si tenemos la suficiente visión y voluntad de cambio.*

Una vez presentado el proyecto por sistema se le asignara un numero y podrá contactarse con el analista al cual fue derivado. Se recomienda esperar las observaciones del mismo.

Dichas observaciones deberán responderse por sistema .