Formato guía de plan de negocios

Estructura

1) **Índice General**
2) **Justificación**
3) **Problema a resolver**
4) **Objetivo General**
5) **Resumen Ejecutivo**
6) **Misión y Visión**
7) **Metas**
8) **Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)**
9) **Análisis de mercados**

    9.1 Mercado Objetivo.
    9.2 Análisis PESTAL (político, económico, social, tecnológico, ambiental)
    9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas.
    9.4 Análisis de las 4 Ps (Plaza, precio, producto, promoción)
    9.5 Análisis de la demanda y oferta
    9.6 Estrategia de diferenciación
    9.7 Acciones de promoción
    9.8 Canal de distribución

10) **Análisis Operativo.**

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.
10.2 Método de producción
10.3 Capacidad instalada
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento)
10.5 Recursos humanos

11) Análisis Financiero.

11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años
11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años
11.3 Análisis del punto de equilibrio
11.4 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)
11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

12) Viabilidad del proyecto (conclusiones)

DESARROLLO (Universidad Espíritu Santo, 2012)

Bibliografía

Morales, A., & Morales, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión.* Méxivo: Mc Graw Hill.

Universidad Espíritu Santo. (2012). *Business Lifestyle.* Guayaquil: Ramirez, Mauricio.

Santo, 2012)

1) **Índice General:**
   El índice general es un resumen que muestra una visión panorámica de proyecto a presentar

   El índice deber debe tener simetría con la elaboración esquemática del plan de negocios.

2) **Justificación:**
   Responde el porqué se está investigando lo propuesto en el plan de negocios desde una perspectiva práctica.

3) **Problema a resolver:**
   Plantea resolver las necesidades y/o la problemática de una sociedad vista desde algún enfoque pertinente.

4) **Objetivo General:**
   Identificar la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos del plan de negocios. El objetivo debe responder a las preguntas "qué" y "para qué". Es el conjunto de resultados cualitativos que el trabajo de titulación se propone alcanzar a través de determinadas acciones. Incluir en la redacción: sujeto-verbo-finalidad, los objetivos deben ser medibles. Los verbos que definan los objetivos

deben redactarse en Infinitivo, no usar los verbos aprender, saber, entender, conocer, comprender.

5) **Resumen Ejecutivo:** Descripción breve de objetivos (3) vinculados al análisis de mercados, análisis operativos y análisis financieros

6) **Misión y visión:**

Misión: Establece el propósito general del proyecto, sirve de guía para orientar el accionar del proyecto que conjugue lo deseado con lo posible.
Visión: Idealización del futuro que puede definir lo que se quiere construir en el tiempo (De acuerdo a la creatividad, actividad, liderazgo, compromiso).

7) **Metas:** Son los fines que se establezcan en el plan de negocios**,** de acuerdo a sus alances de mercado, operativo y financiero.

8) **Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)**
Es el conjunto de disposiciones que regulen las acciones del plan de negocios.

9) **Análisis de mercados**

Tiene como principal objetivo si el producto/o servicios que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos. Fuente: (Proyectos de inversión, Arturo morales castro, 2009)

9.1 Mercado Objetivo.

Es el espacio en donde convergen la oferta y la demanda en el intercambio de bienes y servicios.

9.2 Análisis PESTAL

Es el estudio que mide el impacto que puedan tener los proyectos desde los puntos de vista (político, económico, social, tecnológico, ambiental).

9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Es una herramienta que permite diagnosticar el entorno del proyecto, tanto interno como externo y tomar decisiones acertadas de acuerdo a los objetivos del mismo.

9.4 Análisis de las 4 Ps (Producto, precio, plaza, promoción)

Producto: Bien o servicio, su valor agregado, sus especificaciones

Precio: Valor de mercado del producto, (debe ser establecido en factor de la demanda y de la oferta, o sobre los costos que intervengan en la producción y comercialización del mismo)

Plaza - comodidad: Cómo se hará llegar el producto al cliente final, canales de distribución.

Promoción: Mecanismos publicitarios, propagandas, por los cuales sus clientes puedan conocer su producto.

10) Análisis Operativo.

Es un estudio en el cual cuantifica los montos de inversión y los costos operativos de realizar el proyecto como el tamaño de la producción, la utilización de recursos financieros, humanos y tecnológicos, durante la puesta en marcha como posterior.

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.

Describe la ubicación geográfica del proyecto, así como un plano de sus instalaciones (si existiere).

10.2 Métodos de producción

Describe los mecanismos de fabricación del proyecto, así como los tiempos del proceso de fabricación, y si utiliza economías de escala

10.3 Capacidad instalad

Explica la capacidad del negocio de producción del negocio

10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento)

Explica el proceso productivo del proyecto mediante un diagrama de flujo de las actividades y tiempos de todas y cada una de las instancias en la elaboración y distribución del producto.

10.5 Recursos humanos

Talento humano necesario para cumplir todos los procesos del proyecto.

11) Análisis Financiero (Morales & Morales, 2009)**.**

11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años

Se presentará un presupuesto de ventas con proyecciones futuras, expresados en términos cuantitativos.

11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años (con o sin financiamiento propio)

El flujo de caja proyectado es una herramienta financiera que mide condiciones futuras en la falta de liquidez de un proyecto.

Para su elaboración se necesitarán las proyecciones de ingresos y egresos de efectivo que realizará el proyecto a ejecutar.

11.3 Análisis del punto de equilibrio

Es la cantidad de ingresos que igualan a su totalidad a los costos

11.4 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 11.1 y 11.2)

Los planes de negocios deben tener dos escenarios, uno optimista y otro conservador, los cuales pueden ser cambiantes en función de los ingresos y de los egresos.

11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

Tasa Interna de retorno: Es la tasa máxima de rendimiento que produce el proyecto dado ciertos flujos de efectivos.

Indice de rentabilidad: es un método de valoración de proyectos que mide los flujos de efectivos descontados entre la inversión neta

Van (Valor actual neto): Es la suma de todos los flujos futuros que presenta el proyecto, traídos a valor presente descontados a una tasa preferencial, menos la inversión inicial.

El criterio de evaluación del VAN es: Si VAN es positivo, el proyecto es aprobado, por el contrario, si el VAN es negativo, se rechazará el proyecto, por sus pérdidas futuras son superiores a la inversión inicial.

Retorno de la inversión: Mide el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta, es decir, en cuantos años el flujo de efectivo igualará la inversión inicial.

12 Viabilidad del proyecto (conclusiones)

Elaborar conclusiones en base a los análisis de mercado, operativo y financiero, de acuerdo a las siguientes variables.
Inclusivos, Impacto ambiental, innovación tecnológica, valor agregado.

PARÁMETROS

El texto deberá respetar las normas APA, 6ta. Edición.

- El plan de negocios no puede estar escrito en primera persona. (yo, nosotros, nuestro)
- Deben incluir las tablas y figuras que considere necesarias y numerarlas.
- El proyecto debe tener máximo 3 conclusiones (que deberán estar relacionadas a los objetivos planteados)
- EL plan de negocios debe incluir al menso 10 referencias bibliográficas válidas.
- Los modelos de encuestas y entrevistas deberán colocarse en anexos. Las entrevistas realizadas deben ir anexos igualmente

Bibliografía

Morales, A., & Morales, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión.* Méxivo: Mc Graw Hill.

Universidad Espíritu Santo. (2012). *Business Lifestyle.* Guayaquil: Ramirez, Mauricio.