

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO (1)

PARTE I. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA (CARÁTULA)

1. NOMBRE DE LA EMPRESA
2. CONTACTO DE LOS PARTICIPANTES: DIRECCIÓN, TELÉFONO, MAIL.
3. PERSONA DE CONTACTO/RESPONSABLE DEL GRUPO

PARTE II. CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIOS

(Extensión aproximada total de 30 páginas *sin contar anexos*)

1. RESUMEN EJECUTIVO

- *Deberá escribirse al final, con la información necesaria para captar el interés de los evaluadores de la idea de negocio,*
- *Los principales elementos que debe contener en redacción continua (sin subtítulos) son:*
 - *la idea del negocio: su exclusividad respecto a productos/servicios existentes.*
 - *mercado objetivo: tamaño del mercado, principales características y crecimiento esperado.*
 - *valor diferenciador del producto/servicio para respecto de otro ya existes.*
 - *factores de éxito: fortalezas y oportunidades del negocio.*
 - *factores de riesgo: debilidades y amenazas del negocio*
 - *inversión necesaria y rentabilidad estimada*

2. NATURALEZA DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.1. Antecedentes y justificación

- *Origen de y motivación por la idea, aspectos que le dan fuerza al negocio, ventajas competitivas.*

2.2. Descripción del negocio

2.2.1. Misión

2.2.2. Visión

2.3. Producto y/o servicio

Debe describirse de forma general, pero atractiva los siguientes puntos.

- *Tipo de innovación.*
- *Beneficios del producto.*
- *Característica del producto.*
- *Sustitutos del producto.*
- *Otros*

2.4. Localización geográfica

- *Ubicación: región, comunidad, terreno, competencia, etc.*

2.5. Análisis del entorno

2.5.1. Debilidades

2.5.2. Amenazas

2.5.3. Fortalezas

2.5.4. Oportunidades

2.5.5. Impacto en la comunidad

3. ANALISIS DEL MERCADO

3.1. Objetivos y metodología de la investigación de mercado

3.2. Análisis de la competencia

3.2.1. Identificación de la competencia

- *Directa: nombre específico, mercado que satisface y participación*
- *Indirecta: nombre específico, mercado que satisface y participación*

3.2.2. Análisis de la competencia

¹ Documento trabajado por el Centro Departamental de Competitividad (CDC) de Santa Cruz, Mesa Nr. 2 “Calidad, productividad, capital humano, educación e innovación” (Gestión 2005), en el que el Centro de Emprendimiento UPSA participa de manera activa.

- *Segmentos de mercado que atienden. Situación de la mezcla comercial (producto, precio, distribución y Promoción)*

3.3. Definición de clientes

- *Definición en cuanto a variables de segmentación: sexo, edad, distribución geográfica y características específicas*
- *Tamaño del mercado meta*

3.4. Estrategia comercial

3.4.1. Características del producto o servicio

- *Descripción de características de productos/servicio: categorías, marcas, logotipo, empaque, tamaño*

3.4.2. Estrategia de precios

3.4.3. Estrategia de promoción

- *Descripción: acciones, objetivo y costo*

3.4.4. Distribución

- *Intermediarios, puntos de venta*

3.4.5. Servicio al cliente

- *Garantía, devoluciones, etc.*

3.5. Proyecciones de ventas

4. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

4.1. Materias primas, insumos y proveedores

- *Materia prima y empresas proveedores*

4.2. Descripción del proceso productivo

- *Fases del proceso de producción*

4.3. Maquinaria, equipos y tecnología requeridos

4.4. Instalaciones físicas

- *Distribución de la planta*
- *Capacidad de producción*

4.5. Condiciones de producción

- *Medioambiente, seguridad laboral, gestión de calidad*

5. ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO

5.1. Aspectos legales

5.1.1. Figura Jurídica

- *Sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada, empresa unipersonal, etc.*

5.1.2. Requisitos para el funcionamiento del negocio

5.1.3. Obligaciones fiscales

- *Específicamente con relación a las obligaciones impositivas de carácter nacional y municipal*

5.2. Organigrama

5.3. Descripción de puestos

- *Nombre del puesto, función principal, responsabilidad principal, requisitos.*

5.4. Política salarial

5.5. Condiciones de trabajo

- *Horario de trabajo, prestaciones, reglas, etc.*

5.6. Responsabilidad Social de la Empresa

- *Medio Ambiente*
- *Comunidad*
- *Clientes*
- *Empleados*

6. PLANIFICACIÓN FINANCIERA

6.1. Estructura de Inversiones

- *Inversión fija, inversión diferida, capital de trabajo*

6.2. Estados financieros

6.2.1. Estado de resultados proyectado a un año

6.3. Fuentes de financiamiento

6.4. Flujo de caja

6.4.1. Flujo de caja con financiamiento

6.4.2. Flujo de caja con financiamiento

ANEXOS

· *(LOS QUE CONSIDERE USTED NECESARIOS PERO RELEVANTES)*