

Plan de Negocios

Plan de Negocios

El **Plan de negocios** busca dar respuesta adecuada, en un momento específico a cinco grandes preguntas:

- ¿Qué es y en que consiste el negocio?
- ¿Quién dirigirá el negocio?
- ¿Cuáles son las causas y razones de éxito?
- ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?
- ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y que estrategias se van a usar para conseguirlos?

Tabla de contenido

- I. La empresa.
- II. El mercado.
- III. Producción y/o servicios.
- IV. Ciencia y tecnología
- V. Gerencia.
- VI. Plan financiero.

I. LA EMPRESA

- **DATOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN.**

Es definir los datos de la empresa, que le permiten al cliente externo conocer la organización.

- **DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.**

- **Idea de negocio**
- **Cliente**
- **Necesidad que busca atender**
- **Cómo el producto resuelve esta necesidad**

- **OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.**

El plan permite definir y estructurar de manera estratégica:

- **Objetivos y estrategias del mercado.**
- **Objetivos y estrategias de producción y/o servicios.**
- **Objetivos y estrategias de ciencia y tecnología.**
- **Objetivos y estrategias financieras.**
- **Objetivos y estrategias de organización y gerencia.**

II. EL MERCADO.

- **Producto que se va a vender**
- **Precio**
- **Forma de Pago**
- **Canales de Distribución**
- **Ventajas Competitivas**
- **Entorno Económico**
- **Caracterización del Consumidor**
- **Segmentos de Mercado**
- **Productos competidores**
- **Planes estratégicos.**

ANÁLISIS DEL MERCADO

- Clientes
 - Capacidad de compra del cliente
- Análisis del sector
- Promoción y publicidad
- Competencia
- Estrategia de precio
- Estrategia de venta
- Estrategia de distribución

TAMAÑO DEL MERCADO

	1er. Trimestre			2er. Trimestre			3er. Trimestre			4er. Trimestre			1er. Año	2er. Año	3er. Año
	1M	2M	3M	1M	2M	3M	1M	2M	3M	1M	2M	3M			
	Mercado global (unidades)														
Volumen de ventas (unidades)															
Fraccion de mercado (%)															

ANÁLISIS DEL MERCADO

Proyección de ventas

- Las proyecciones de ventas se sustentan con base en la investigación de mercado, para eso es importante tener en cuenta las unidades, periodo de tiempo, clientes y tamaño del mercado.

III. PRODUCCIÓN

- Proceso de producción.
- Capacidad de producción
- Requerimientos de herramientas y talleres.
- Manejo de proveedores y disponibilidad de materia prima.
- Descripción de costos indirectos
- Costos de producción.

IV. TECNOLOGÍA.

Especificaciones del proceso, tipos de equipos y maquinarias, tamaño de equipos y maquinarias, necesidades de infraestructura, forma de adquisición de equipos (compra, arrendamiento, leasing), personal necesario, políticas de mantenimiento y de repuestos, formas de operación

V. Organización y gerencia.

- Equipos de trabajo
- Funciones
- Política de salarios.

VI. Plan financiero.

- Factores de riesgo para la empresa.
- Fondos requeridos.
- Inversiones en activos fijos
- Alternativas de financiación
- Estados financieros.
 - Flujo de caja.

Plan financiero flujo de caja

Ingresos						
	1	2	3	4	5	6
Ventas \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Ingresos \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total ingresos \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Egresos						
	1	2	3	4	5	6
Gastos en ventas y mercadeo \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total costos de producción \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total gastos en Ciencia y Tecnología \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total gasto en Organización y Gerencia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Egresos \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Saldo Final de Caja						
	1	2	3	4	5	6
Flujo neto del periodo \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Saldo acumulado \$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Análisis de sensibilidad

Analiza el proyecto propiamente dicho, sin recursos externos de financiación. Para ello deben hacerse las proyecciones financieras y los flujos de caja totalmente netos sin prestamos, ni incluir gastos financieros ni pagos de capital, con ello se calcula:

Análisis de sensibilidad

- Con recursos propios
- Con recursos externos
- Tasa de oportunidad
- Punto de equilibrio
- Análisis del flujo de caja
- Rentabilidad del proyecto
- Tasa interna de retorno (tir)
- Tasa interna de retorno modificada (tirm)

PUNTO DE EQUILIBRIO						
	1	2	3	4	5	6
(Unidades:).	0	0	0	0	0	0

Tasa de oportunidad (%)	0
Rentabilidad (VPN) \$	0

ESTADO DE RESULTADOS				
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas netas				
+ Valor invertido final mat prima				
- Valor inventario inicial mat prima				
- Valor de compras				
+ Valor inventario final PT y PP				
- Valor inventario inicial PT y PP				
- Costo mano de obra				
- Gastos de fabricación				
- Gastos financieros				
- Deducciones tributarias				
= Utilidad gravable				
- Impuestos				
= Utilidad neta				

Gestión Empresarial

BALANCE			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVOS			
Activo corriente			
Disponible			
Inversiones			
Clientes			
Inventarios			
Otros			
Total activo corriente			
Activo fijo			
Propiedad planta y equipo			
- Depreciación			
Terreno			
Equipos de oficina			
- Depreciación			
Intangibles y diferidos			
- Amortizaciones			
Otros activos			
Total activo fijo			
Total activos			

Gestión Empresarial

BALANCE			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PASIVOS			
Pasivo corriente			
Proveedores			
Obligaciones financieras			
Impuestos			
Otros pasivos			
Total pasivo corriente			
Pasivos a largo plazo			
Obligaciones			
Obligaciones financieras			
Otros pasivos			
Total pasivo a largo plazo			
PATRIMONIO			
Capital social			
Reservas			
Resultados del ejercicio			
Resultados de ejercicios anteriores			
Total patrimonio			
Total pasivos + patrimonio			