



**UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS**
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

Plantilla

Plan de Negocio

Abril, 2012



**Vamos
Perú**



Trabajo

Programa Nacional para la Promoción
de Oportunidades Laborales

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	4
I. DESCRIPCION DEL NEGOCIO	5
A. Nombre del Negocio	5
B. Breve descripción del negocio	5
C. Visión.....	5
D. Misión.....	5
E. Objetivos	5
F. Estructura Organizacional	5
G. Análisis interno y externo del negocio.....	6
II. ANALISIS DEL MERCADO	7
A. Mercado Potencial	7
B. Estimación de Mercado.....	7
C. Segmentación de Mercado	7
D. Propuesta Única de Venta.....	7
E. Análisis de la Competencia	7
F. Ventaja Competitiva.....	8
G. Estrategias de Marketing	8
H. Proveedores	8
I. Distribución	8
J. Mercado Externo.....	8
K. Análisis y Pronóstico de Ventas	9
III. ANALISIS TECNICO.....	10
A. Diseño del Producto ó servicio.....	10
B. Descripción del proceso/operaciones.....	10
C. Localización y distribución física del negocio.....	10
D. Recursos necesarios: materiales, humanos, equipos, e instalaciones.....	10

IV. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA.....	11
A. Inversión en Activos Fijos y Gastos Pre-operativos	11
B. Cálculo de Costos	11
C. Costo Unitario de producción	11
D. Capital de Trabajo	11
E. Precio de Venta	12
F. Determinación del Punto de Equilibrio.....	12
G. Flujo de Caja Económico	12
H. Plan Financiero.....	12
I. Flujo de Caja de Financiamiento Neto	12
J. Análisis de Rentabilidad	13
K. Análisis de Sensibilidad	13

RESUMEN EJECUTIVO

Tiene como objetivo sintetizar de forma breve los factores claves del Plan de Negocio. Debe ser claro, conciso y de fácil comprensión. No debe exceder de dos páginas y debe contener los siguientes puntos:

- La descripción del negocio, sus productos o servicios.
- El mercado potencial y sus estrategias de marketing y las proyecciones económicas y financieras.

I. DESCRIPCION DEL NEGOCIO

A. Nombre del Negocio

Recuerde que el nombre que elija representará el nombre de la empresa (la razón social y/o comercial de su negocio).

B. Breve descripción del negocio

Esta sección deberá dividirse en dos, la primera deberá contener la información básica del negocio y la segunda sobre el producto o servicio que Ud. ofrecerá especificando sus características y diferencias versus la competencia.

C. Visión

¿Cómo espera que sea su negocio en los próximos 5 años?

D. Misión

La misión es la razón de ser del negocio, que enuncia o explica a qué clientes sirve, que necesidades satisface, que tipos de productos ofrece.

E. Objetivos

Planificar lo que hacemos es pensar en el futuro, saber qué hacemos, a dónde queremos ir y como lo lograremos. Fije sus objetivos de corto, mediano y largo plazo. Estos deben ser claros, realistas y medibles.

F. Estructura Organizacional

Describa cómo es la estructura de su empresa, cómo están divididas las responsabilidades y funciones. Utilice el diagrama adjunto como una referencia para graficar su organización.

I. DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Ventas

Procesos

Administración

G. Análisis interno y externo del negocio

Describa el análisis FODA del equipo que emprenderá el negocio.

Describa los factores que influyen sobre los resultados del negocio. Considere los algunos aspectos como los siguientes:

- Medios físicos: Terrenos adecuados, infraestructura, vías de comunicación
- Factores económicos: Crecimiento de la economía, recesión
- Financieros: Entidades de confianza, tipos de interés, inflación etc.
- Tecnología: Competencia tecnológica y avances
- Social: Aceptación y cultura
- Político: Tipo de Gobierno, apoyo respecto al sector de tu negocio
- Legislativo: Trabas o facilidades para el desarrollo del negocio
- Cliente: Preferencias, capacidad de pago
- Sustitutos: ¿existen alternativas a tu producto?
- Proveedores: Manejo de políticas de compras e inventarios
- Empleado: ¿existe personal capacitado en la zona?

II. ANALISIS DEL MERCADO

A. Mercado Potencial

En función al o los productos seleccionados, identifique los diferentes clientes potenciales, ya sean público en general o sectores empresariales.

B. Estimación de Mercado

Responder a las siguientes preguntas le ayudará a estimar el mercado:
¿Cuántos serán los posibles clientes de acuerdo a los mercados conocidos?
¿Qué consumo anual se puede esperar por producto?

C. Segmentación de Mercado

Considere que los mercados se pueden dividir por productos. Los criterios más comunes son: sexo, edad, nivel socioeconómico, zona geográfica y preferencias.

D. Propuesta Única de Venta

Describa brevemente la frase que describe la propuesta de valor para los clientes de su negocio.

E. Análisis de la Competencia

Defina quienes son aquellos negocios/agrupaciones/asociaciones que producen lo mismo que usted produce y también quienes representan una alternativa a mi producto (sustitutos)

II. ANALISIS DEL MERCADO

F. Ventaja Competitiva

Describa la característica que diferencia a su producto o servicio de la competencia. Diga lo que lo hace único y diferente.

G. Estrategias de Marketing

Describir "como" alcanzará los objetivos propuestos. Explicar el "como" le ayudará a describir la(s) estrategias. Pueden ser: de producto, precio, promoción, localización, personas, procesos, evidencia física.

H. Proveedores

Identifique todas las empresas y personas que ofrecen insumos, bienes y servicios para su producción.

I. Distribución

Identifique y analice el sistema de comercialización que existe y cuál cree es el más adecuado al producto que va a ofrecer y vender.

J. Mercado Externo

Describa si existe un mercado exterior, cuáles son sus características, normas de calidad, convenios, exoneraciones arancelarias, etc.

II. ANALISIS DEL MERCADO

K. Análisis y Pronóstico de Ventas

Estime la cantidad de unidades que piensa vender en el primer año de operaciones del negocio. tome como base lo determinado en los apartados anteriores (mercado objetivo).

[Proyección de Ventas](#) (Archivo Excel anexo)

III. ANALISIS TECNICO

A. Diseño del Producto ó servicio

Describa el diseño definitivo del producto o servicio como resultado de las pruebas en el prototipo, considerando los requerimientos del cliente, proveedores, distribuidores y los costos que involucran el diseño.

B. Descripción del proceso/operaciones

Defina y diagrame las acciones que ocurren secuencialmente para cambiar o transformar las materias primas en el producto final.

C. Localización y distribución física del negocio

Defina la distribución física para los procesos definidos. Tenga en cuenta lo siguiente: distancia de recorrido, espacios de trabajo, iluminación, flexibilidad, libre acceso, seguridad, etc. Diseñe el área de producción.

D. Recursos necesarios: materiales, humanos, equipos, e instalaciones

Analice y enumere todo lo que necesita para la elaboración de su producto / servicio detallando cantidades, tipo, proveedores y la condición de adquisición (compra, alquiler, etc); el origen (nacional, importado)

IV. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA

A. Inversión en Activos Fijos y Gastos Pre-operativos

Determine y calcule todos los bienes relacionados a terrenos, construcciones, maquinarias, equipos y herramientas necesarios para iniciar el negocio. Adjunte cotizaciones detalladas. Asimismo, incluir los gastos pre-operativos relacionados a: licencia de funcionamiento, carné sanitario, licencia de aviso (paneles), gasto de constitución legal del negocio, elaboración de planos.

[Inversiones](#) (Archivo Excel)

B. Cálculo de Costos

Son los costos de realización del Plan pueden ser: fijos, que no dependen de la producción; y variables que si dependen de la producción.

[Costos](#) (Archivo Excel)

C. Costo Unitario de producción

Lo que cuesta producir una unidad de producto o servicio. Proviene de la suma de dos costos unitarios: variables y fijos. Los variables se asignan por producto, los fijos se distribuyen proporcionalmente a las unidades producidas.

[Costo Unitario](#) (Archivo Excel)

D. Capital de Trabajo

Son los gastos a cubrir durante los primeros meses de operación. Se considera en la práctica como la suma de los costos fijos y variables de los primeros dos o tres meses, depende del tipo de proyecto.

[Capital de Trabajo](#) (Archivo Excel)

IV. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA

E. Precio de Venta

Para fijar el precio de venta tenemos que tener en cuenta algunos elementos como:

- Costo Total Unitario de Producción
- Averiguar los precios de la competencia (este es un dato referencial pero importante)
- Depende a quienes se les venderá el producto

[Precio de Venta](#) (Archivo Excel)

F. Determinación del Punto de Equilibrio

Indica a partir de que cantidad vendida se perciben utilidades. Es importante conocerlo porque puede fijar metas operativas.

[Punto de Equilibrio](#) (Archivo Excel)

G. Flujo de Caja Económico

Es el resumen en números del negocio. Muestra todos los ingresos y egresos, ya sean presentes o futuros.

[Flujo de Caja Económico](#) (Archivo Excel)

H. Plan Financiero

Si no dispone del capital suficiente, y es sujeto de crédito; puede optar por recurrir a entidades financieras.

[Plan Financiero](#) (Archivo Excel)

I. Flujo de Caja de Financiamiento Neto

Muestra el préstamo recibido, el pago de la deuda (amortización de la deuda) y los intereses que cobrará el banco o institución financiera por el préstamo.

[Flujo de Caja Financiero](#) (Archivo Excel)

IV. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA

J. Análisis de Rentabilidad

El Plan de negocio tiene que agregar valor, lo cual se mide con en VAN (Valor Actual Neto). Si el Valor Actual Neto es mayor a CERO, entonces el proyecto o negocio es Viable. También tenemos la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación Beneficio/Costo

K. Análisis de Sensibilidad

Consiste en hacer modificaciones en una o más variables que afectan el Flujo de Caja, observando su efecto en el VAN. Esto da lugar a que un conjunto de supuestos originan escenarios.

