

FORMATO PARA PRESENTAR EL PLAN DE NEGOCIO

Nombre de la Idea de Negocio:
Razón Social:
Nombre Comercial:
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO
MISION DEL NEGOCIO
OBJETIVOS DEL NEGOCIO
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de éstas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

--

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	
Establecer la cantidad que compran por período	
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

--

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

--

2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (MINIMO CINCO EMPRESAS)

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A que precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	
¿Cómo se ha determinado el precio?	
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	
Otra información relevante para la fijación de precios	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

--

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	

3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

3.1 Describir las características de la localización del negocio,

--

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).

--

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
---	--

3.4 Diseñar el diagrama de Operaciones en Proceso de la elaboración de su producto o servicio.

Usar los iconos – símbolos que se adjunta

SIMBOLO	REPRESENTACION
○	Operación
□	Inspección
⇒	Desplazamiento o Transporte
D	Depósito provisional o espera
▽	Almacenamiento permanente

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)

3.6 Realizar el cálculo de Materiales y/o Materias Primas que usarán en el proceso productivo

Materia Prima Insumos	Cantidad Unidades Requeridas	Unidades a Producir	Necesidad de Materiales

3.7 Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

3.8 Organización de las personas en el proceso productivo

Hacer un listado de las personas que se necesitan para producir la cantidad de bienes o servicios detallados en este Plan de negocio.

Puesto de Trabajo	Numero

3.9 Enumerar las tareas según las responsabilidades de cada uno.

Puesto de Trabajo	Tareas del puesto	Experiencia mencionada en la Idea de Negocio u Otra

4. ESTUDIO ECONÓMICO

4.1 Determinar la Proyección de **Ventas en unidades**

Nº	Producto	Precio del producto o servicio	Períodos					Total
			1	2	3	4	5	
1								
2								
3								

4.2 Con los datos que se tienen, elaborar el **Plan de inversión**

PLAN DE INVERSIÓN EN NUEVOS SOLES

Rubro	Valor Unit.	Unid. Requeridas	Inversión Total
1. Activo Fijo			
Terrenos y/o Infraestructura			
Maquinarias y Equipos			
Herramientas			
Muebles y Enseres			
Total Activos Fijos			
2. Gastos Pre Operativos			
Total de Gastos Pre Operativos.			
3. Capital de Trabajo			
Total de Capital de Trabajo			
TOTAL			

4.3 Determinación de la **Estructura de costos**

Producto representativo:

Unidad de costos:

Periodo de estimación:

Volumen de producción por periodo

Rubro	Valor Unit.	Unid. Requeridas	Costo Total	
			FIJO	VARIABLE
1. Costos directos				
Materiales				
Mano de Obra				
Gastos de fabricacion				
Total Costos Directos				
2. Costos Indirectos				
Gastos Administrativos				
Gastos de Ventas				
Total Costos Indirectos				
TOTAL				

4.4 Paso siguiente, determinar **El costo Total Unitario** de producción

$$CTU = CFU + CVU$$

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Número Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc)}}$$

Ahora se puede calcular el Precio de Venta Unitario – PVU

$$PVU = CTU + GANACIA$$

4.5 Calcular la Proyección de Ventas en nuevos soles

N°	Producto	Precio del producto o servicio	Períodos						Total
			1	2	3	4	5	...	
1									
2									
3									

4.6 Margen de Contribución y Punto de Equilibrio

$$\text{Contribución Marginal} = \text{Precio venta} - \text{Costo Variable Unitario}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Margen de Contribución}} = \text{Cantidades}$$

$$\text{Punto de equilibrio en S/.} = \text{Cantidades} \times \text{Precio de Venta}$$

