

TALLER DESARROLLO 2015.

PLAN DE NEGOCIOS PLANTILLA - ESCALETA.

Contenido.

1. Resumen ejecutivo del Plan de Negocios
 2. Descripción de la empresa cultural y proyecto.
 3. Presentación del bien o servicio
 4. Análisis FODA y Posición frente a la Competencia
 5. Diseño de mercadotecnia
 6. Análisis técnico
 - 7 Estructura de la empresa y ruta de trabajo
 - 8.- Ruta de trabajo
 9. Estrategias de red
 10. Plan económico financiero
-

1. Resumen ejecutivo del Plan de Negocios

- 1.1. Descripción de la empresa
- 1.2. Información legal y fiscal: situación jurídica; razón social.
- 1.3. Mercado objetivo
- 1.4. Descripción del proyecto
- 1.5. Principales productos y/o servicios que se desean desarrollar
- 1.6. Factor de innovación, novedad o creatividad del proyecto
- 1.7. Ventaja competitiva
- 1.8. Precios
- 1.9. Proyección de ventas
- 1.10. Necesidades de inversión
- 1.11. Recuperación de la inversión

1.12. Conclusiones de la evaluación financiera

2. Descripción de la empresa cultural y del proyecto

2.1 Descripción de la empresa

2.2 Antecedentes y trayectoria de los integrantes

2.3 Plataforma legal y fiscal

2.3.1 Descripción del marco legal y fiscal en el que se operará

2.3.2. Estado actual.

2.3.3. Representante legal (en su caso).

2.3.4. Datos del acta constitutiva y del notario (en su caso).

2.3.5. Inscripción en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio (en su caso).

2.4. Misión

2.5. Visión

2.6. Justificación

2.7. Descripción del proyecto a desarrollar

2.8. Objetivo general del proyecto o emprendimiento

2.9. Objetivos, metas y acciones

2.10. Cartas programáticas o descriptivas (en su caso)

2.11. Descripción del mercado o público objetivo

3. Presentación del bien o servicio

3.1. Evaluación y justificación de la idea

3.2. Necesidades a satisfacer en el mercado

¿Qué necesidades del público o cliente cubriré con dicho producto o servicio?

3.3. Factor de innovación, novedad o creatividad del proyecto

¿Qué es aquello que hace a tu servicio o producto algo novedoso, original, diferente, creativo?

4. Análisis FODA y Posición frente a la Competencia

4.1. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas o Riesgos

¿Cuáles son las fortalezas del proyecto? ¿Cuáles son las oportunidades del proyecto? ¿Cuáles son las debilidades del proyecto? ¿Cuáles son las amenazas o riesgos del proyecto?

-
- 4.2. Estrategias
- 4.2.1. Estrategias que potencian Fortalezas y Oportunidades
Fortalezas: ¿cómo potenciarlas?
Oportunidades: ¿cómo aprovecharlas?
- 4.2.2. Estrategias que minimicen Debilidades, Amenazas o Riesgos
Debilidades: ¿cómo minimizarlas o superarlas?
Amenazas: ¿cómo enfrentarlas o hacerlas favorables?
- 4.3 Inversión estimada para el desarrollo de estrategias.
¿Cuánto dinero, tiempo, energía, recursos necesito para desarrollar las estrategias que acabo de plantear?
- 4.4 Descripción de la competencia y su análisis FODA.
¿Quién o quiénes son mi competencia? ¿En qué consisten sus propuestas? ¿Cuáles son sus fortalezas, sus oportunidades, sus debilidades y sus amenazas?
Aquí no hagas un análisis detallado, como en el FODA de tu empresa, sino una valoración general. No digas que no tienes competencia; siempre se tiene competencia.
- 4.5 Ventaja competitiva y valor agregado
¿Qué te hace diferente a otros? ¿Qué hace que tu producto o servicio sea realmente competitivo, es decir atractivo frente a la competencia? ¿Qué lo hace valioso?
Aquí hay que retomar un poco lo que ya dijiste antes sobre el factor de innovación, novedad o creatividad.

5. Diseño de mercadotecnia

- 5.1 Definición del mercado por segmentos
¿Quién es tu cliente o usuario? ¿Cómo están clasificados?
- 5.2. Estrategia de venta del producto
¿Qué vas a hacer para vender tu servicio o producto?
¿Cómo lo vas a presentar? ¿Cuáles son las características diferenciadoras de tu producto? ¿Qué vas a hacer para vender tu servicio o producto?
¿Cómo lo vas a presentar?
- 5.3. Estrategia de precio *(no aplica en cine)*

*¿Qué precios vas a tener? ¿Va a haber descuentos?
¿Van a cambiar los precios por temporada? ¿Cómo
son mis precios frente a los de la competencia?*

*Recuerda que el precio debe implicar: material, mano
de obra, tiempo, ganancias, y contraste con la
competencia.*

*Hay que ver menús, servicios, ofertas, costos y precios
de la competencia.*

5.4 Estrategia de distribución

¿Cómo vas a distribuir tus productos o ampliar tus servicios?

5.5. Promoción, publicidad y relaciones públicas

*¿Cómo te vas a promocionar? ¿En qué va a consistir tu
publicidad? ¿Habrá promociones? ¿Cómo vas a manejar las
relaciones públicas? ¿Cómo vas a hacer redes? ¿Cómo vas a
conquistar a tus clientes?, ¿cómo los vas a RETENER?
¿cómo los vas a hacer que te contraten o financien
frecuentemente (lealtad)?*

*Algunas opciones son: Descuentos, paquetes, ofertas, formas
de pago, cliente frecuente, publicidad, radio, TV, volantes,
carteles, posters.*

5.6. Imagen

*¿Cuál es tu imagen? ¿Qué significa? ¿Cómo las vas a manejar
en el mercado?*

5.6.1 Elementos de identidad y comunicación.

*Como empresa cultural, ¿qué factores vas a usar para
generar identidad entre tu empresa y tu clientela? ¿Qué
elementos culturales están en juego y que quieres
comunicar a tu público o clientela?*

*Aquí puedes hablar de tradiciones, costumbres, de
valores, de equidad de género, de no discriminación, de
inclusión, de la cultura de paz, entre otras cosas.*

5.7. Inversión para la mercadotecnia

*¿Cuánto necesitas gastar para estas estrategias de
mercadotecnia (presentación del producto o servicio,
promoción, publicidad, distribución, relaciones públicas,
imagen)?*

6. Análisis técnico

6.1 Cadena de producción *(ajustar a cine)*

¿Cuánto produces a la quincena y al mes? ¿Cuántas personas necesitas para lograrlo? ¿Cuáles pasos debes seguir para lograr tu servicio o producto?

6.2 Trazabilidad operativa

¿Cuál es el proceso de producción, realización o elaboración de tu producto o servicio, desde los proveedores de las materias primas, componentes o artículos, la composición del producto o servicio, y hasta que llega al cliente?

¿Qué proveedores? ¿Qué clientes?

6.3 Aprovisionamientos

¿Qué necesitas tener o comprar?, ¿cada cuánto?, ¿en qué cantidades y con cuánta anticipación o frecuencia? Haz un calendario. En el caso de que sea necesario, explica como gestionas tu stock (bodega): temperatura, limpieza, que no se moje, que no se deteriore, que no se lo roben.

6.4 Control de calidad

¿Cuáles son los procedimientos y controles de calidad que llevas?, ¿cómo se controla el proceso para que el producto esté listo, a tiempo? ¿Cómo se entrega, cómo se presenta? ¿Cómo se evalúan los procesos (como los ensayos, en el caso de una obra de teatro)?

7. Estructura de la empresa y ruta de trabajo

7.1 Ubicación de la empresa

¿Dónde está ubicada la empresa? Si no tienes aún un lugar, ¿cuál es el asentamiento previsto y los criterios para su elección?

7.2 Diseño organizacional

¿Cuáles son los procesos, los cargos, las relaciones internas y con el exterior que hacen funcionar a la empresa? ¿Cuáles son los puestos de trabajo que existen o que se van a crear? ¿Cuáles son las tareas fundamentales de cada puesto?

7.3 Organigrama (representación gráfica de la estructura de la empresa)

Haz un organigrama y colócalo en esta parte. Estructura de dirección y gestión

7.4 Cuadro de funciones (Funcionograma)

Haz un funcionograma (organigrama con las funciones de cada quien) y colócalo aquí.

7.5 Recursos humanos

Si aún no cuentas con el personal. Perfil de las personas que se

contratará y selección de personal. Formas de contratación. De otro modo, basta con el Diseño organizacional.

8.- Ruta de trabajo

8.1. Cronograma de actividades

Haz un cronograma de actividades, mes a mes, o quincena o quincena, durante todo un año. Estas actividades deben llevarte a conseguir tus metas y objetivos.

8.2 Planes de crecimiento

¿Cuáles son tus planes para ir creciendo a futuro? ¿Cada cuánto y en qué medida piensas aumentar tu producción, o expandir tus servicios?

8.2.1 Objetivos a corto plazo

¿Cuáles son tus objetivos a corto plazo? (1 año)

8.2.2. Objetivos a mediano plazo

¿Cuáles son tus objetivos a mediano plazo? (1 a 3 años)

8.2.3. Objetivos a largo plazo

¿Cuáles son tus objetivos a largo plazo? (de 3 años en adelante)

9. Estrategias de red

9.1 Alianzas y apoyos

¿Con qué personas, grupos o empresas puedes hacer alianzas, acuerdos, intercambios o estrategias de apoyo? ¿Cómo serían esas relaciones? ¿Existe ya algún tipo de contacto o de apoyo?

9.2 Fondo y estrategias para allegarse recursos

¿De qué manera podrías hacerte de recursos (materiales, financieros, humanos, etc.)? ¿Qué estrategias de procuración de fondos podrías implementar o ya estás implementando? ¿A quiénes podrías contactar para tal fin?

10. Plan económico financiero

10.1 Presupuesto

El presupuesto es la presentación de todos los gastos que vas a tener para poder iniciar, sostener y desarrollar tu empresa. También incluye lo que tienes y lo que necesitas, así como las entradas de recursos que vas a tener.

a) Inversión inicial ¿Cuánto necesitas para arrancar?

¿Cuánto necesitas para arrancar?

b) Activos fijos

¿Cuáles son los bienes con valor monetario que son propiedad

de la empresa (materiales, herramientas, equipos, mobiliario, etc.)?

c) Activos variables iniciales

¿Cuáles son los gastos legales, de registros, de compra de programas de cómputo, capacitación, etc., que tienen un valor monetario y que se reflejan en la contabilidad una sola vez?

d) Activos diferidos

¿Cuáles gastos se hacen y no se pueden recuperar, y entonces se amortizan durante el tiempo que sirve ese gasto? Por ejemplo, el seguro de un automóvil.

e) Costos de producción

¿Cuánto cuesta generar mi producto o servicio?

f) Materias primas y materiales utilizados

¿Cuáles son los insumos o materiales que se usan para lograr desarrollar el producto o servicio?

g) Gastos de operación

¿Cuáles son los costos de producir, distribuir, anunciar, vender, cobrar, administrar? (Incluye gastos de servicios utilizados en el local o lugar, como luz, teléfono, etc.)

10.2 Ingresos

a) Precios de venta

¿Cuál es el precio de venta que concluyo de hacer un análisis sobre: el costo de producción, las materias primas, comisiones por ventas, pagos por hacer, y precio de la competencia?

b) Proyecciones de ventas

Si tengo que pensar en cómo irían subiendo mis ventas mes a mes, ¿cómo quedaría la proyección a futuro de mis ventas, tomando en cuenta todos los factores antes considerados (precio del producto, precio de las materias primas, gastos de producción y de operación, etc.)?

10.3 Fuentes de financiamiento

a) Esquema de financiamiento y pago de deuda

Si no tienes el dinero ¿cuál es tu plan A para realizar la inversión? ¿Y cuál es el plan B?

Si obtienes un préstamo, ¿cómo lo vas a pagar? ¿En cuánto tiempo?

b) Política de recuperación de la inversión ¿cómo vas a ir

recuperando la inversión? ¿en cuánto tiempo?

¿Cómo vas a ir recuperando la inversión? ¿en cuánto tiempo?

10.4 Fondo de maniobra del proyecto

¿Cuánto tienes de gastos fijos al mes?

¿Cómo le vas a hacer para asumirlos si no hay ventas?

¿Cuánto vas a planear tener de “ahorro” para afrontarlos en caso de bajas ventas o imprevistos? ¿cómo vas a ir creando ese fondo de maniobra?

10.5 Previsión de ventas anuales

¿Cuánto planeas vender al año? ¿y al mes, considerando temporadas altas y bajas?, ¿y a la semana? ¿Y al día?

10.6 Punto de equilibrio

¿Cuánto necesitas vender para no perder ni ganar? Es el punto en el que los gastos totales son iguales a los ingresos totales. A partir de ahí, ya se puede comenzar a ganar.

10.7 Rentabilidad del proyecto

¿Cuánto vas a ganar al año, en porcentaje y en pesos?

10.8 Periodo de recuperación de inversión

¿En cuánto tiempo piensas que puedes recuperar por completo tu inversión inicial?

10.9 Valor presente neto

¿Cuál es el costo que representa desarrollar un proyecto o el funcionamiento de la empresa? Se requiere de una fórmula.

10.10 Tasa de interés de retorno

¿Cuál es el promedio de los rendimientos futuros esperados de cada inversión? Se requiere de una fórmula.

10.11 Análisis de sensibilidad

¿Cuál es la estimación entre el gasto estimado inicialmente y el gasto real o realmente ejercido? Se requiere de una fórmula.

10.12 Conclusiones de la evaluación financiera

¿Cuál es mi evaluación mensual sobre la relación entre las cuentas por pagar y las cuentas por ganar? Si las cuentas por cobrar son mayores que las cuentas por pagar hay ganancia; de lo contrario, hay pérdida. Esto se hace una vez que ya arrancó la empresa.