

**XXXII EXPOCIENCIA U.A.G.R.M. – 2024**

***CIENCIA, INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA***

**ANEXO 4**

|  |
| --- |
| **FORMATO DE PRESENTACIÓN PARA PLAN DE NEGOCIOS** |

**FORMATO**

El plan de negocios, debe cumplir con los siguientes requisitos metodológicos mínimos:

**ESTRUCTURA GENERAL**

* Carátula.
* Dedicatoria (Opcional).
* Agradecimiento (Opcional)
* Resumen ejecutivo y Abstract.
* Índice
1. Introducción
2. Capítulo 1: Análisis Externo e Interno
3. Capítulo 2: Plan de Producción
4. Capítulo 3: Plan de Marketing
5. Capítulo 4: Plan de Recursos Humanos
6. Capítulo 5: Plan de Finanzas
7. Capítulo 6: Estudio Jurídico Fiscal.
8. Conclusiones y Recomendaciones.
9. Bibliografía. APA
10. Anexos

**Fuente:** Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – UAGRM

**GUÍA DE PLAN DE NEGOCIO**

Para la presentación de los trabajos en la categoría **Plan de Negocio** se debe cumplir con los siguientes requisitos metodológicos mínimos:

**ESTRUCTURA GENERAL DE UN PLAN DE NEGOCIO**

Carátula.

Dedicatoria (opcional).

Agradecimiento (opcional).

Resumen Ejecutivo o Abstract.

Índice.

1. Introducción
2. Capítulo 1: Análisis Externo e Interno
3. Capítulo 2: Plan de Producción
4. Capítulo 3: Plan de Marketing
5. Capítulo 4: Plan de Recursos Humanos
6. Capítulo 5: Plan de Finanzas
7. Capítulo 6: Estudio Jurídico Fiscal.
8. Conclusiones y Recomendaciones.
9. Bibliografía.
10. Anexos

**FORMATO DE PRESENTACIÓN**

Tipo de letra: Times New Román

Tamaño de letra: 12

Interlineado: a doble espacio (1,5), para todo el texto, con única excepción en las notas a pie de página

Márgenes: 2,54 cm por todos los lados de la hoja

Sangría: marcada con el tabulador del teclado o a 5 espacios.

Alineación del texto: a la izquierda, también llamado quebrado o en bandera.

La bibliografía deberá citarse en formato APA (*American Psycohological Association*). (Séptima edición).

* Libro: Apellido, A. A. (Año). *Título*. Ciudad, País: Editorial
* Libro electrónico: Apellido, A. A. (Año). *Título*. Recuperado de http://www…
* Publicaciones periódicas en formato impreso: Apellido, A. A., Apellido, B. B, y Apellido, C. C. (Fecha). Título del artículo. *Nombre de la revista*, *volumen* (número), pp-pp.
* Publicaciones periódicas online: Apellido, A. A. (Año). Título del artículo. *Nombre de la revista*, *volumen* (número), pp-pp. Recuperado de http:/ /www…
* Artículo de periódico impreso: Apellido A. A. (Fecha). Título del artículo. *Nombre del periódico*, pp-pp. O la versión sin autor: Título del artículo. (Fecha). *Nombre del periódico*, pp-pp.
* Artículo del periódico online: Apellido, A. A. (Fecha). Título del artículo. *Nombre del periódico.* Recuperado de http:/ /www.
* Tesis de grado: Autor, A. (Año). *Título de la tesis* (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Nombre de la institución, lugar.
* Tesis de grado online: Autor, A. y Autor, A. (Año). *Título de la tesis* (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Recuperado de http://www…
* Referencia a páginas webs: Apellido, A. A. (Fecha). *Título de la página*. Lugar de publicación: Casa publicadora. Recuperado de http://www…
* Foros en internet, lista de direcciones electrónicas y otras comunidades en línea: Autor, (Día, Mes, Año) Título del mensaje [Descripción de la forma] Recuperado de htpp://www…

# Carátula

* Logo de la Universidad, unidad de investigación, facultad y carrera a la que pertenece.
* Título del trabajo
* Categoría que postula de acuerdo a convocatoria
* Modalidad que postula de acuerdo a Convocatoria
* Autores por orden alfabético, apellido paterno, materno y nombres
* Nombre del tutor/guía (para estudiantes)
* Fecha (lugar, mes, año)
* **Dedicatoria opcional:** Página optativa en la que se hace mención a las personas a quienes el autor o autores del trabajo de investigación quiere (en) dedicar su investigación.
* **Agradecimiento:** (opcional)
* **Resumen ejecutivo o abstract** (una o dos páginas)
* **Índice:** El trabajo de investigación comienza a numerarse a partir de la introducción, con el número de página correspondiente. La numeración de las páginas, será en la parte inferior derecha. No debe tener encabezado, ni pie de páginas, ni líneas.

A continuación, se detalla la descripción de cada punto a considerar en el contenido de presentación del informe:

1. **INTRODUCCIÓN**

En este capítulo se debe describir de forma breve la idea del negocio o datos de la empresa (misión, visión, objetivo).

1. **ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO**
	1. **ANÁLISIS EXTERNO**
		1. **Microentorno**
			1. **Análisis de la demanda o clientes potenciales**
* ¿Cuáles serán los clientes potenciales en Bolivia? Describa por departamento
* En caso de exportación, ¿Cuáles serán los clientes potenciales internacionales? Describa por país
* Describa el tamaño de clientes potenciales y qué cantidad podrá vender usted de su producto o servicio a clientes potenciales
* Describa cómo va a dividir al total de clientes potenciales en grupos o segmentos de mercado
* Describa si el mercado que usted ha seleccionado, como mercado objetivo o target.
* ¿Cuáles son los hábitos de consumo que tiene su mercado objetivo o target?
* ¿Cuál es el perfil o características que tiene su consumidor?
	+ - 1. **Competidores**
* Detalle a quién considera los principales competidores describiendo a cada uno de ellos:
* ¿Quiénes son los compradores de su competencia?
* ¿Con qué producto o servicio atienden a los consumidores a los que usted apunta?
* ¿A qué precio?
* ¿Qué promociones brindan (como comunican el producto o servicio)?
* ¿Cuál es su forma de distribución (como hacen llegar los productos o servicios al consumidor final)?
	+ 1. **Macroentorno**

Describa ¿cuál es la situación política, medio ambiente, social, tecnológica, económica, legal, demográfica y cultura de Bolivia con relación a su idea de negocio? describa las amenazas y oportunidades más importantes.

* + - 1. **Producto/mercado**

Descripción del producto genérico, análisis del comportamiento del mercado del producto genérico.

* ¿Qué vende?
* ¿A quién vende?
* ¿Con qué está hecho el producto o cómo está hecho?
	1. **ANÁLISIS INTERNO.**

Describa las fortalezas y debilidades de la situación actual de la empresa antes de la estrategia o de las condiciones actuales en las que se encuentra antes de su propuesta de valor. Se sugiere utilizar la “Cadena de Valor de Michael Porter.”

* + 1. **Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).**
			1. Del análisis externo, describa las oportunidades y amenazas
			2. Del análisis interno, describa las fortalezas y debilidades
			3. Conclusiones del análisis FODA
		2. **Estrategia**
* Describa su propuesta de valor, cómo se diferenciaría su competencia, cómo adecuaría su idea o la empresa al entorno.
* Defina su misión (razón de ser de la empresa, o porque existe la empresa)
* Defina su visión (cómo se ve su empresa en el futuro)
1. **PLANIFICACIÓN OPERATIVA**
	1. Planeamiento de producción y programación de producción
		1. Infraestructura
		2. Localización de planta o lugar del servicio
		3. Distribución interna de planta (Layout)
	2. Estrategia de producción.
		1. Estrategia basada en el producto para grandes volúmenes de producción
		2. (estrategias de planeamiento agregado de producción)
		3. Estrategia basada en el proceso para bajo volumen de producción
		4. Programación de producción.
		5. Capacidad de producción.
	3. Proceso de producción (por pedidos; por lote, en serie)
		1. Flujogramas de procesos.
	4. Principales proveedores
		1. Proveedores críticos
		2. Otros proveedores
	5. Planeación de recursos físicos (compra de equipos)
		1. Maquinarias
		2. Herramientas y otros
	6. Materiales e insumos.
		1. Materias Primas
		2. Insumos
		3. Materiales
		4. Otros
		5. Planeación de recursos humanos (personal en el área de producción u operaciones) para iniciar el negocio.
		6. Personal de dirección
		7. Personal de ejecución
		8. Personal de operación
		9. Otros
	7. Logística (principales procesos logísticos)
		1. Transporte
		2. Proceso de pedidos
		3. Administración de inventarios
		4. Gestión de la información
	8. Administración de calidad de productos o servicios.
	9. Plan de mantenimiento de planta
	10. Seguros contra accidentes.
2. **PLAN DE MARKETING**

**4.1. Introducción**

4.1.1. Objetivos cuantitativos

4.1.2. Objetivos cualitativos

**4.2. Estrategia de segmentación**

4.2.1. Criterios de segmentación de mercados

4.2.2. Estrategia de mercado, objetivo o target

* Marketing diferenciado
* Marketing no diferenciado
* Marketing concentrado
* Micromarketing

**4.3. Estrategia de posicionamiento**

 4.3.1. Identificación de posibles ventajas competitivas

 4.3.2. Selección de ventajas competitivas

 4.3.3. Selección de una estrategia general de posicionamiento

**4.4. Marketing Mix**

4.4.1. Producto

* Estructura o niveles del producto
* Atributos o características del producto
* Diseño, marca, envase, etiqueta
* Servicios de apoyo
* Cartera de productos o servicios
* Ciclo de vida del producto

**4.4.2. Precio**

* Métodos o técnicas de fijación de precios
* Estrategia de fijación de precios
* Estructura de precios
* Tipos de precios

**4.4.3. Plaza**

* Selección de sistema de canal de distribución
* Canal directo
* Canal indirecto
* Estrategia de distribución
* Merchandising

 **4.4.4. Promoción o comunicación**

* Mezcla promocional
* Publicidad
* Promoción de ventas y precios
* Fuerza de ventas
* Relaciones públicas
* Marketing directo
* Marketing digital
* Planes de acción promocional
* Presupuesto de promoción
* Evaluación de la promoción o comunicación
1. **PLAN DE RECURSOS HUMANOS**

5.1. ¿Qué personal importante requiere en el área de producción u operaciones para iniciar su negocio?

5.2. Personal de dirección

5.3. Personal de ejecución

5.4. Personal de operación

5.5. Otro

5.6. Manual de organización

5.6.1. Organigrama

5.6.2. Análisis y descripción de cargos (opcional)

5.6.3. Manual de funciones del personal clave

5.6.4. Plan de Carrera

1. Reclutamiento
2. Selección
3. Capacitación
4. Contratación
5. Inducción
6. Motivación al personal (incentivos y comisiones)
7. Sueldos y salarios
8. Seguridad e higiene personal
9. Evaluación de desempeño
10. **PLAN DE FINANZAS**
	1. Estados financieros
	2. Balance general
		1. Activo
		2. Pasivo
		3. Patrimonio
	3. Estado de resultado
		1. Ventas
		2. Costo
		3. Margen bruto
		4. Gastos
		5. Margen neto
	4. Flujo de caja
		1. Flujo de caja de operación o explotación
		2. Flujo de caja de inversión
		3. Flujo de caja de deuda o financiación
	5. Flujo de Caja Libre
	6. Instrumentos requeridos:
		1. TRMA. Tasa de rendimiento mínima aceptada
		2. VAN. Valor Actual Neto
		3. TIR. Tasa Interna de Retorno
		4. Valor residual.
		5. Periodo de recuperación.
		6. Punto de equilibrio.
		7. Describa los principales riesgos financieros que presentaría su negocio
11. **ESTUDIO JURÍDICO FISCAL**
	1. Forma jurídica para constituir una empresa de acuerdo al Código de Comercio vigente en Bolivia
* Sociedad de Responsabilidad Limitada.
* Sociedad colectiva.
* Sociedad en comandita simple.
* Sociedad Anónima.
* Sociedad en comandita por acciones.
	1. Elegir de acuerdo a su conveniencia la forma jurídica de constitución de su empresa.
	2. Nombre de la empresa
* **Sociedad de Responsabilidad Limitada.**

Su nombre oficial del negocio debe tener "SRL" al final. Después de elegir un nombre de empresa, que necesita para completar y presentar artículos de organización, que es una forma que muestra el nombre de la empresa, la dirección, y todos los nombres de los miembros.

* **Sociedad colectiva**

El nombre o razón social debe contener las palabras «sociedad colectiva» o su abreviatura, que generalmente se forma con el nombre patronímico o completo o simple apellido de uno o varios socios, seguido de la expresión “Compañía” o “Cía. Hnos., E Hijos”.

* **Sociedad en comandita simple.**

La razón social se compone con los nombres de uno o varios comanditados. En caso de que no figuren todos los nombres de los comanditados, el nombre deberá ser seguido de las palabras “y compañía” o sus equivalentes.

* **Sociedad Anónima.**

Debe ser el nombre de uno de los socios fundadores de la sociedad. denominación o denominaciones solicitadas, hasta un número de tres, expresadas en letras mayúsculas. forma social o tipo legal de la sociedad de que se trate o su abreviatura. Por ejemplo S.A.

* **Sociedad en comandita por acciones.**

La razón o denominación social deberá ir seguida de las palabras «Sociedad en Comandita por Acciones» o su abreviatura «S. en C. por A.». Asimismo, se formará con los nombres de uno o más socios comanditados, seguida de las palabras «y compañía» o equivalentes cuando no figuren en ella los de todos.

* 1. Número de socios y sus respectivas aportaciones (si corresponde)
	2. ¿Ante qué organismos públicos debe inscribir su empresa? deberá registrar la sociedad constituida y dar de alta la actividad en el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (Seprec) en reemplazo de Fundempresa. <https://www.seprec.gob.bo/>
	3. Principales obligaciones fiscales

Los impuestos a los cuales están obligadas las empresas se refieren al:

* Impuesto al Valor Agregado (13 %),
* Impuesto a las Transacciones (IT 3 %),
* Impuesto sobre las utilidades de las empresas (IUE 25%).
1. **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**
2. **BIBLIOGRAFÍA**
3. **ANEXOS**