

## **ESTIMADO ESTUDIANTE Y DIRECTOR GUÍA DE PLAN DE NEGOCIO**

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

### **ESTRUCTURA GENERAL DE UN PLAN DE NEGOCIO**

1. Carátula.
2. Dedicatoria (Opcional).
3. Agradecimiento (Opcional).
4. Resumen Ejecutivo o Abstract.
5. Índice.
6. Capítulo 1: Análisis Externo
7. Capítulo 2: Análisis Interno
8. Capítulo 3: Plan de Producción
9. Capítulo 4: Plan de Marketing
10. Capítulo 5: Plan de Recursos Humanos
11. Capítulo 6: Plan de Finanzas
12. Capítulo 7: Estudio Jurídico Fiscal.
13. Conclusiones y Recomendaciones.
14. Bibliografía.
15. Anexos

## **FORMATO DE PRESENTACIÓN**

Tipo de letra: Times New Roman

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 Psychological Association*).

- Libro: Apellido, A. A. (Año). *Título*. Ciudad, País: Editorial
- Libro electrónico: Apellido, A. A. (Año). *Título*. Recuperado de <http://www...>
- Publicaciones periódicas 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 de 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 <http://www...>

**EJEMPLO DE CARÁTULA**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “GABRIEL RENÉ MORENO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
“CARRERA DE ECONOMÍA”**



(LOGO DE LA UAGRM, FACULTAD Y DE LA CARRERA)

**MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO**

**<TITULO DEL TRABAJO>**

**AUTOR(ES):**

ORDEN ALFABETICO (APELLIDOS – NOMBRES)

Univ.

**Docente Guía:**

Lic. ....

SANTA CRUZ – BOLIVIA, MES – AÑO

## **ORIENTACIONES**

**Carátula:** Debe ser presentada en el formato del ejemplo anterior.

**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):** Es una síntesis del contenido fundamental del trabajo de investigación: Problema, justificación, objetivos, metodología, resultados.

**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.

**Idea de Negocio:** Utilizar el Modelo CANVAS (Opcional)

**Naturaleza del negocio:** Descripción del negocio nombre de la empresa, misión, visión, objetivo, ventaja competitiva, calificación y apoyo (Opcional)

### **1. Análisis externo**

#### **1.1 Microentorno**

##### **1.1.1 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 que cantidad podrá vender usted de su producto o servicio a clientes potenciales
- Describa como 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?

### **1.1.2 Competidores**

- Detalle a quien considera los principales competidores describiendo a cada uno ellos:
  - ✓ ¿Quiénes son los compradores de su competencia?
  - ✓ ¿Con que producto o servicio atienden a los consumidores 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)?

### **1.2 Macroentorno**

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

#### **1.2.1 Producto/mercado**

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

- ¿Que vende?
- ¿A quien vende?
- ¿Con que está hecho el producto ó como está hecho?.

### **2. Análisis Interno.**

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

### **3. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).**

- 3.1.1.** Del análisis externo describa las oportunidades y amenazas
- 3.1.2.** Del análisis interno describa las fortalezas y debilidades
- 3.1.3.** Se sugiere realizar un análisis FODA

### **3.2. Estrategia**

Describa su propuesta de valor, como se diferenciaría de su competencia, como 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 (Como se ve su empresa en el futuro)

### **4. Plan operativo**

#### **4.1. Plan de producción u operación**

- ¿Dónde se encontrará la planta de producción o lugar del servicio?
- ¿Cuáles serán sus principales procesos de producción?
- ¿Cuál será la forma de distribución interna que tendrá? (Layout)
- ¿Cuál será su estrategia optima de producción?
- ¿Cuál será su capacidad y programa de producción? y ¿Qué método utilizó para determinar su capacidad máxima de producción?
- ¿Cuáles son los costos unitarios y totales de producción?
- Definir y explicar sus principales proveedores.
- Determinar los costos de inversión en maquinarias, equipos e infraestructura.
- Definir normas de calidad del producto o servicio
- Crear programas de mantenimiento de planta preventivo y correctivo
- ¿Qué tipo de seguros requerirá?

### **5. Plan de marketing**

#### **5.1. Mercado Objetivo o Target**

**5.1.1.** ¿Cuál es la estructura del producto o servicio?

**5.1.2.** Básico. ¿Qué ofrece básicamente?

**5.1.3.** Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?

**5.1.4.** Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?

## **5.2. Análisis del producto**

- 5.2.1. ¿Cuáles son los atributos (características) del producto o servicio respecto diseño?
- 5.2.2. ¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?
- 5.2.3. ¿Cuál será la marca de producto o servicio?,
- 5.2.4. ¿Cuál será la etiqueta? (Si corresponde)
- 5.2.5. ¿Cuál será el empaque? (Si corresponde)
- 5.2.6. ¿Cuál será el servicio de apoyo que brindará su empresa al cliente? Ej: Garantía, mantenimientos, reclamos, sugerencias, call center, otros.
- 5.2.7. ¿Tiene alguna cartera de productos o servicios? Sí es así
- 5.2.8. ¿Qué líneas de productos o servicios tiene?
- 5.2.9. ¿Cuál es la profundidad de cada línea de productos o servicios?
- 5.2.10. El producto o servicio que presenta su empresa ¿en qué área del ciclo de vida del producto se encuentra? Introducción, crecimiento, turbulencia, madurez o declive. Explique el porqué.

## **5.3. Análisis de Precio**

- 5.3.1. ¿Cuál es su estrategia de precio?
- 5.3.2. Fijación de precio basado en el valor
- 5.3.3. Fijación de precio basado en el costo
- 5.3.4. Fijación de precio basado en la competencia
- 5.3.5. ¿Qué tipo de elasticidad precio de la demanda presenta su producto o servicio?
- 5.3.6. Determine la forma de cálculo para llegar al precio objetivo de venta con factura.
- 5.3.7. ¿Cuál será la política de modificación de precios?
- 5.3.8. ¿Cuál será la política de descuentos?
- 5.3.9. ¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor?

## **5.4. Análisis de la Promoción**

- 5.4.1. ¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?
- 5.4.2. ¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?
- 5.4.3. ¿Publicidad?
- 5.4.4. ¿Promoción en ventas?

5.4.5. ¿Relaciones públicas?

5.4.6. ¿Marketing directo?

5.4.7. ¿Venta personal?

5.4.8. ¿Eventos y Experiencias?

5.4.9. ¿Todas, solo algunas?

5.4.10. ¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target?

5.4.11. ¿Por qué medios y vehículos comunicará el mensaje?

5.4.12. ¿Cuál es el presupuesto de comunicación?

5.4.13. ¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?

## 5.5. Análisis de Plaza

5.5.1. ¿Qué tipo de canal de distribución utilizará para hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes?

5.5.2. Canal Directo

5.5.3. Canal Indirecto

5.5.4. ¿Cómo evaluará que la distribución sea eficiente y eficaz?

## 6. Plan de Recursos Humanos

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

6.1.2. Personal de dirección

6.1.3. Personal de ejecución

6.1.4. Personal de operación

6.1.5. Otro

6.1.6. Manual de organización

6.1.6.1. Organigrama

6.1.6.2. Análisis y descripción de cargos (opcional)

6.1.6.3. Manual de funciones del personal clave

6.1.6.4. Plan de carrera

6.1.7. Reclutamiento

6.1.8. Selección

6.1.9. Capacitación

6.1.10. Contratación

**6.1.11. Inducción**

**6.1.12. Motivación al personal (Incentivos y comisiones)**

**6.1.13. Sueldos y salarios**

**6.1.14. Seguridad e higiene personal**

**6.1.15. Evaluación de desempeño**

**7. Plan de Finanzas**

**7.1. Estados financieros**

**7.2. Balance general**

- Activo
- Pasivo
- Patrimonio

**7.3. Estado de resultado**

- Ventas
- Costo
- Margen bruto
- Gastos
- Margen neto

**7.4. Flujo de caja**

- Flujo de caja de inversión
- Flujo de caja de operación o explotación
- Flujo de caja de deuda o financiación

**7.5. Instrumentos requeridos:**

- TRMA. Tasa de rendimiento mínima aceptada
- VAN. Valor Actual Neto
- TIR. Tasa Interna de Retorno
- Valor residual.
- Periodo de recuperación.
- Punto de equilibrio.

**7.6. Describa los principales riesgos financieros que presentaría su negocio**

## **8. Estudio Jurídico Fiscal**

- 8.1.** ¿Qué forma jurídica va a tomar su empresa?
- 8.2.** ¿Por qué elegiría la forma jurídica que va a tomar su empresa?
- 8.3.** ¿Cuál será el nombre de la empresa?
- 8.4.** ¿Cuál será el número de socios y sus respectivas aportaciones? (Si corresponde)
- 8.5.** ¿Ante qué organismos públicos debe inscribir su empresa?
- 8.6.** ¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?

### **Conclusiones y Recomendaciones.**

### **Bibliografía.**

### **Anexos**