GUÍA *DISEÑO PLAN DE NEGOCIO*

EXPOCIENCIA FACULTATIVA 2026

La presente guía tiene como finalidad orientar a los estudiantes en la estructuración técnica, administrativa, comercial, operativa y financiera de un emprendimiento previamente validado.

El Diseño del Plan de Negocio constituye la segunda etapa del proceso emprendedor, donde la idea inicial se transforma en un modelo empresarial organizado, viable y proyectado hacia su implementación real.

Esta etapa busca desarrollar:

- planificación estratégica,
- análisis de mercado,
- estructura operativa,
- marketing,
- organización empresarial,
- análisis financiero,
- sostenibilidad del negocio.

ESTRUCTURA GENERAL

1. Carátula
2. Dedicatoria (Opcional)
3. Agradecimiento (Opcional)
4. Resumen Ejecutivo
5. Índice
6. Introducción
7. Plan de Negocio
8. Conclusiones
9. Recomendaciones
10. Bibliografía
11. Anexos

FORMATO DE PRESENTACIÓN

- Tipo de letra: Times New Roman
- Tamaño: 12
- Interlineado: 1.5

- Márgenes: 2.54 cm
- Sangría: 1.27 cm
- Alineación: Justificada o izquierda
- Bibliografía bajo normas APA 7

1. CARÁTULA

Debe contener:

- Nombre de la Universidad
- Facultad y carrera
- Nombre del emprendimiento
- Nombre de los integrantes
- Nombre del docente
- Materia
- Ciudad y fecha

2. DEDICATORIA (OPCIONAL)

3. AGRADECIMIENTO (OPCIONAL)

4. RESUMEN EJECUTIVO

Describir de forma resumida:

- la empresa,
- el producto o servicio,
- el mercado objetivo,
- la propuesta de valor,
- la inversión requerida,
- la rentabilidad esperada,
- el impacto del negocio.

Extensión sugerida: 1 a 2 páginas.

5. ÍNDICE

Debe contener títulos, subtítulos y numeración automática.

6. INTRODUCCIÓN

Explicar:

- antecedentes del proyecto,

- importancia del emprendimiento,
- contexto del mercado,
- justificación del negocio,
- objetivos generales del plan.

7. PLAN DE NEGOCIO

7.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

7.1.1 Nombre del emprendimiento

Indicar el nombre comercial.

7.1.2 Naturaleza del negocio

Describir:

- qué hace la empresa,
- qué vende,
- cómo genera ingresos,
- qué necesidad satisface.

7.1.3 Misión

Razón de ser del negocio.

7.1.4 Visión

Cómo se proyecta la empresa en el futuro.

7.1.5 Objetivos empresariales

- Objetivo general
- Objetivos específicos

7.2 ANÁLISIS DE MERCADO

7.2.1 Mercado objetivo

Describir:

- segmento de clientes,
- perfil del consumidor,
- ubicación,
- hábitos de consumo,
- comportamiento del mercado.

7.2.2 Análisis de la demanda

Explicar:

- tamaño del mercado,
- crecimiento esperado,
- necesidades del cliente,
- tendencias del consumo.

7.2.3 Análisis de la competencia

Identificar:

- competidores directos,
- competidores indirectos.

Analizar:

- productos,
- precios,
- promociones,
- fortalezas,
- debilidades,
- diferenciación.

7.2.4 Propuesta de valor

Describir:

- qué diferencia al negocio,
- qué beneficios ofrece,
- por qué el cliente elegiría la empresa.

Puede utilizarse:

- Modelo CANVAS,
- Lean Canvas,
- Propuesta de Valor.

7.3 PLAN OPERATIVO

7.3.1 Producto o servicio

Describir:

- características,
- diseño,
- calidad,
- presentación,
- líneas de productos o servicios.

7.3.2 Procesos operativos

Explicar:

- cómo funcionará el negocio,
- procesos principales,
- actividades clave,
- producción o prestación del servicio.

7.3.3 Recursos necesarios

Detallar:

- maquinaria,
- equipos,
- herramientas,
- tecnología,
- infraestructura,
- materiales.

7.3.4 Proveedores

Identificar:

- proveedores principales,
- materias primas,
- alianzas estratégicas.

7.3.5 Capacidad operativa

Describir:

- capacidad de producción,
- cantidad estimada de ventas,
- crecimiento esperado.

7.4 PLAN DE MARKETING

7.4.1 Estrategia de producto

Definir:

- atributos,
- calidad,
- marca,
- empaque,
- valor agregado.

7.4.2 Estrategia de precio

Explicar:

- cómo se fijará el precio,
- precios frente a la competencia,
- descuentos,
- promociones.

7.4.3 Estrategia de promoción

Describir:

- publicidad,
- redes sociales,
- marketing digital,
- eventos,

- promociones,
- alianzas comerciales.

7.4.4 Estrategia de distribución

Explicar:

- canales de venta,
- distribución física,
- plataformas digitales,
- delivery,
- puntos de venta.

7.5 PLAN ORGANIZACIONAL

7.5.1 Estructura organizacional

Presentar:

- organigrama,
- áreas funcionales,
- niveles de responsabilidad.

7.5.2 Recursos humanos

Definir:

- cargos principales,
- funciones,
- cantidad de personal,
- perfil requerido.

7.5.3 Cultura organizacional

Describir:

- valores,
- principios,
- ambiente laboral,
- liderazgo.

7.6 PLAN FINANCIERO

7.6.1 Inversión inicial

Detallar:

- maquinaria,
- equipos,
- infraestructura,
- marketing,
- capital de trabajo.

7.6.2 Costos y gastos

Identificar:

- costos fijos,
- costos variables,
- gastos administrativos,
- gastos operativos.

7.6.3 Proyección de ingresos

Estimar:

- ventas,
- crecimiento,
- ingresos mensuales o anuales.

7.6.4 Estados financieros básicos

Presentar:

- Balance General,
- Estado de Resultados,
- Flujo de Caja.

7.6.5 Indicadores financieros

Puede incluir:

- Punto de equilibrio,
- VAN,
- TIR,
- Periodo de recuperación,
- Rentabilidad estimada.

7.7 ANÁLISIS FODA

Identificar:

- Fortalezas,
- Oportunidades,
- Debilidades,
- Amenazas.

7.8 ANÁLISIS DE RIESGOS

Describir:

- riesgos financieros,
- riesgos operativos,
- riesgos comerciales,
- riesgos tecnológicos,

- posibles soluciones.

7.9 ESTUDIO JURÍDICO Y LEGAL

Describir:

- tipo de empresa,
- forma jurídica,
- requisitos legales,
- registros necesarios,
- obligaciones tributarias.

7.10 IMPACTO DEL NEGOCIO

Explicar:

- impacto económico,
- impacto social,
- impacto ambiental,
- generación de empleo,
- innovación.

8. CONCLUSIONES

Redactar las principales conclusiones sobre:

- viabilidad del negocio,
- potencial de crecimiento,
- sostenibilidad,
- competitividad.

9. RECOMENDACIONES

Brindar sugerencias para:

- fortalecer el negocio,
- mejorar procesos,
- optimizar marketing,
- aumentar rentabilidad,
- reducir riesgos.

10. BIBLIOGRAFÍA

Toda referencia deberá elaborarse bajo normas APA 7.

11. ANEXOS

Puede incluir:

- encuestas,
- gráficos,
- tablas financieras,
- fotografías,
- prototipos,
- diseños,
- organigramas,
- modelo CANVAS,
- cotizaciones,
- evidencias de validación.