

Nombre del alumno:

Audeli Joaquín Velázquez

Nombre del profesor:

Ing. María Isabel Ordoñez

Nombre del trabajo:

Plan de negocio

Materia:

Taller del emprendedor

Licenciatura:

Ingeniería en sistemas computacionales

Grado: Noveno cuatrimestre

Grupo: "A"

ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

La estructura del plan de negocios es una descripción escrita de un proyecto, los montos y los términos de su ejecución. Tal plan caracteriza la utilidad de su existencia. La estructura del plan de negocios en muchos aspectos depende del área en la que se encuentra el proyecto, y también de su tamaño.

Por lo tanto, si se pretende la fabricación de un nuevo tipo de producción, es necesario desarrollar un plan de negocios más detallado que describirá todas las ventajas de un nuevo producto, y también la complejidad del mercado para este producto. Si se trata de la apertura de una instalación comercial, el plan de negocios puede ser simple e incluir sólo secciones con la descripción breve y con el cálculo de las condiciones de recuperación del desembolso. La estructura y el contenido del plan de negocios desempeñan un papel importante en el inicio de la actividad de la organización.

SECCIONES DE UN PLAN DE NEGOCIOS

A continuación, se presenta una estructura aproximada de las secciones de un plan de negocios.

LA PÁGINA DE PORTADA

En la portada se recogen el nombre del proyecto, el nombre de la organización que participará en su ejecución, ubicación de esta, los números de teléfono en los que se puede contactar al propietario o a la persona autorizada para llevar a cabo las negociaciones, así como el nombre completo, la fecha y la hora del plan de actividades.

Si el plan de negocios se envía a un inversor o acreedor externo, es posible poner los indicadores financieros clave (necesidad de financiación, período de reembolso, índice de rentabilidad) en la portada.

MEMORANDO DE CONFIDENCIALIDAD

El memorándum tiene por objeto proteger los derechos de autor de los desarrolladores del proyecto y puede ser colocado en la primera página si es lo suficientemente corto, o en la página que sigue.

El objetivo principal del memorando es advertir a quienes están familiarizadas con él, sobre la confidencialidad de la información que contiene y que la persona garantiza la no proliferación de la información sin el consentimiento del autor. También se puede indicar y prohibir la copia de toda la información contenida, o se puede exigir la devolución al autor del plan si éste no es interesante.

RESUMEN

El resumen, tiene un carácter publicitario, y también ayuda a identificar el interés en la persona a la que se dirigirá el plan de negocios. Esta sección debe ser diseñada correctamente, ya que da la primera impresión a los inversores sobre el plan de negocios.

En esta sección es necesario presentar todo el plan de negocios de forma breve, revelando al mismo tiempo la esencia del proyecto. La base para la redacción es la información que figura en todas las secciones. En general, la estructura de un resumen puede ser la siguiente:

- Breve descripción del proyecto
- Provisión de recursos
- Mecanismo de implementación
- Singularidad o competitividad de los productos
- Cantidad de inversión
- Previsión de ventas y beneficios
- Devolución de préstamos a inversores
- Indicadores clave de la eficiencia del proyecto

OBJETO DEL PROYECTO

En esta sección se describe la finalidad del proyecto, así como la de los bienes o servicios que se proporcionarán al mercado durante la ejecución del proyecto. Indica el beneficio real para los clientes de recibir este producto o servicio. Se describen las ventajas de un nuevo producto, bien o servicio y la singularidad del proyecto. Esta sección también contiene la descripción de las patentes que están disponibles, así como los derechos de autor.

ANÁLISIS DEL MERCADO EN ESTA ÁREA

Esta sección contiene los resultados de la investigación de mercado, así como un análisis de la posición de los competidores en esta industria. Esa información será muy útil para los inversores.

Es importante presentar correctamente la idea principal del nuevo proyecto y destacar su originalidad en el estado actual de las cosas. También es necesario describir una profunda comprensión del estado de la organización. En esta etapa es necesario evaluar las últimas novedades de toda la industria, así como enumerar los principales competidores, indicando sus ventajas y desventajas.

POSICIÓN DE LA EMPRESA EN TODA LA INDUSTRIA

Esta sección contiene un análisis completo y detallado de la posición de la empresa en esta industria, así como una lista de las principales características organizativas.

A saber, se enumeran los tipos de actividades de la organización, así como una lista de los bienes vendidos o los servicios prestados, las características organizacionales:

- Todo tipo de actividades de la empresa, sus productos (servicios), consumidores (clientes).
- Forma organizativa y jurídica de la empresa, estructura organizativa, fundadores, personal y socios, fecha de creación.
- Indicadores financieros y económicos de la empresa (empresa).
- Ubicación de la empresa (dirección de la empresa, características del edificio o local, propiedad o arrendamiento, necesidad de reconstrucción).
- Las particularidades del trabajo: estacionalidad, jornada laboral (horas y días de la semana) y otras características relacionadas con el ámbito de actividad o los recursos utilizados.

El propósito de esta sección es proporcionar al inversionista pruebas básicas de la viabilidad del proyecto desde el punto de vista económico.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Esta parte desempeña un papel importante en cualquier caso y debe contener información detallada sobre las características del producto (servicio) para el consumidor y los beneficios que tienen estos, así como las principales ventajas que la empresa tiene sobre sus competidores.

Esta sección puede contener aplicaciones en forma de muestra natural del producto, así como fotografías, documentación que describa el aspecto técnico, etc. Si el producto del trabajo es de varias unidades, esta sección describe cada una de ellas.

Esta sección tiene la siguiente estructura:

- Descripción y nombre del producto
- Ámbito de aplicación y su principal propósito
- Descripción de las características
- Ventajas competitivas
- Derechos de autor (si los hay)
- Certificado de calidad (garantías)
- Respeto al medio ambiente del producto
- Funcionamiento y servicio

PLAN DE MARKETING PARA LA VENTA DE PRODUCTOS

esta sección proporciona un análisis de mercado y desarrolla una estrategia para el comportamiento de este, mostrando en qué medida comprarán los consumidores, además de indicar posibles formas de influir en la demanda. también se describen los principales métodos para vender un producto o servicio y determinar los precios planificados.

La información que se incluirá en esta sección debe convencer a un consumidor potencial de que compre este producto por sí mismo. Los compradores en este caso tienen sus propias características, por ejemplo:

- Por lugar en la cadena de suministro (compradores mayoristas, minoristas, consumidores finales).
- Por estatus pueden ser entidades legales o personas físicas.

Describe las características de consumo del plan de negocios, y entre ellas es importante prestar atención a la apariencia, el grado de su atractivo, el precio y el propósito, la fuerza, la seguridad en el uso y así sucesivamente. Se realiza el análisis de los consumidores, los competidores, la descripción de las ventajas del producto. Se realiza un análisis del mercado de un producto o servicio, se describe el concepto de logística para la entrega de las mercancías y se indica la persona que gestiona la cadena de suministro.

PLAN DE PRODUCCIÓN

Si se va a poner en marcha una planta de fabricación desde cero, esta sección será fundamental para su plan de negocio. En este caso, se recogen todos los procesos asociados a la producción de bienes. También se encarga toda la situación con las instalaciones, así como con su equipo y ubicación competente. La planta de producción describe las instalaciones de producción, los almacenes y los talleres, así como las formas en que las mercancías se mueven dentro de la empresa.

PLAN DE ORGANIZACIÓN

En esta sección se analizan algunos de los problemas organizativos, así como se establecen las reglamentaciones y un calendario de implementación.