

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN GENERAL**

**“ELABORACIÓN DE**

**PLANES DE NEGOCIOS”**

**Dr. César Augusto Atoche Pacherres**

[**www.cesar-augusto-atoche.com**](http://www.cesar-augusto-atoche.com)

* El expositor es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Piura (UDEP).
* Magíster en Administración con mención en Negocios Internacionales (MBA) por la Universidad del Pacífico, Lima-Perú.
* Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Nacional de Piura (UNP).
* Diploma de estudios postgraduales en Investigación de Mercados y Marketing Internacional, en el Programa de Maestría en Economía con mención en economía de Empresa de la Universidad Nacional de Piura (UNP).
* Actualmente es Profesor Principal de la Facultad de Ciencias Administrativas (FCA) de la Universidad Nacional de Piura (UNP), Jefe del Departamento Académico de Administración de Empresas (DAAE), Profesor de la Escuela de Postgrado de la UNP,
* Además ofrece servicios de Consultoría Empresarial.
	1. **DEFINICION DE PLANES DE NEGOCIOS:**
* Los planes de negocios son el fruto de las actividades de planificación económica y apuntan a brindar soluciones inteligentes a necesidades humanas; ofreciendo o bien una idea que busca solucionar un problema tecnológico o de mercado o bien una idea para aprovechar una oportunidad ya sea de negocios o de carácter social.
* Es fruto de un ejercicio de planificación que analiza cuantitativa y cualitativamente los costos y beneficios de implementar una idea de negocios, la misma que puede tener connotaciones de negocios o aprovechamiento de una oportunidad de inversión con el fin fe ayudar a tomar una decisión de inversión.
* Es un medio en donde se establecen planes, se demuestra que los resultados satisfacen los requerimientos del interesado proporcionando la información justa y necesaria para la toma de decisiones.
* Es una herramienta de Gestión de Negocios o Empresas dirigidos con Criterio Gerencial, que muestra la situación actual y las posibilidades futuras como un proceso articulador y mediador entre el presente y el futuro.
	1. **PROPÓSITO:**
* Evaluar la factibilidad de una posible decisión (que pueda significar una inversión), conociendo lo que implica implementarlo, cuantificando la rentabilidad y los riesgos.
* Una vez que el interesado en realizar la decisión (que pueda implicar una inversión) está totalmente convencido de la alta probabilidad de éxito de ésta, el segundo propósito natural de realización del Plan de negocios es la captación de fondos para el desarrollo del mismo. En esa lógica debe de venderse a sí mismo, para lograr los fondos económico-financieros requeridos ya sea de los bancos o donaciones de Fundaciones o Asociaciones sin fines de lucro o amistades o familiares o Edpymes o Cajas municipales.
	1. **USOS:**
* El desarrollo de un Plan de negocios surge como una necesidad cuando se presentan las siguientes situaciones:
* Un proceso de inversión o desinversión en un negocio o empresa.
* Cuando se pretende lanzar o retirar del mercado un producto elaborado en un negocio o empresa.
* Cuando existe alteración importante en las condiciones del mercado (cambios en la competencia, precios, variaciones en el comercio exterior, etc.).
* Cuando se presentan posibilidades de realizar Asociaciones o Alianzas permanentes o temporales con algunas empresas o personas.
* Compra, fusión o venta de otro negocio o empresa.
* Cambios socio-culturales y tecnológicos en una sociedad.
* Pedido especial de algún promotor o autoridades gubernamentales.
* Los casos anteriormente citados son los más comunes que motivan la elaboración de Planes de negocio con el objetivo de tomar decisiones con la mayor cantidad y calidad de información que nos permita disminuir los riesgos.
	1. **PREGUNTAS COMUNES ACERCA DEL DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS:**
* **¿Cuántos recursos necesita el Plan de negocios?:** Se refiere a la cuantificación de los recursos necesarios, es decir a la inversión que se pretende realizar.
* **¿Cómo se usarán los recursos?:** Si los recursos van a ser utilizados en un solo momento del tiempo o en partes, cuánto serán los activos tangibles e intangibles, cuánto se necesitará para capital de trabajo
* **¿Cuándo podrá devolverse los recursos involucrados?:** Se refiere a en qué momentos del tiempo o vida útil del proyecto comenzará a arrojar saldos positivos que permitan devolver los recursos prestados?.
* **¿Se podrán pagar los intereses?:** Consiste en analizar si es que el proyecto será capaz de generar saldos positivos en el Flujo de Caja y de generar una Tasa de Rentabilidad (ROS, ROA, ROE, TIR) que resulte atractiva o superior al Costo de Oportunidad involucrado.
* **¿Podría el Plan de negocios superar contratiempos?:** Se han previsto escenarios adversos, en donde podría peligrar los resultados del Plan de negocios.
* **¿Cuántos empleos se generarán?:** Uno de los aspectos favorables que redunda en las economías de los países es la generación de empleo y para algunas instituciones de fomento (tipo Fundaciones o Asociaciones sin fines de lucro) éste es un factor importante a tomar en cuenta y puede generar puntos a favor en una evaluación, teniendo cuidado de no sobrestimar.
* **¿De qué activos colaterales se dispone como garantía para el préstamo de recursos?:** ¿Se ha previsto disponer de activos para poder dejarlos en calidad de garantía para el préstamo de recursos?, ¿tienen estos activos valor de realización inmediata para que en el probable caso de que se ejecute alcance para poder cancelar el préstamo más el total de intereses y gastos que por este concepto se han generado?.
* **¿Será el Plan de negocios capaz de generar ganancias?:** Una vez que se haya calculado la totalidad de costos y gastos, y se compare con las estimaciones de ventas: ¿el proyecto arroja ganancias?.
* **¿Qué criterios de evaluación de Planes de negocios existen?:** Dependiendo del rol de cada uno de los interesados, las prioridades de las preguntas cambiarán:
	1. Por ejemplo para el financista o sectorista de créditos de un banco su principal interrogante es saber si el Plan de negocios presentado podrá pagar los intereses del financiamiento solicitado.
	2. En cambio, si se trata de una organización con interés social, llámese Entidad del Estado, ONG o Fundación o Asociación, uno de los puntos donde concentrarán su interés radicará en los empleos generados por el proyecto o en el impacto sobre la comunidad.
	3. **BOSQUEJO DEL PLAN DE NEGOCIOS:**
* Decida quién será el coordinador y autor del Plan de negocios: Recuerde que cuando se dejan de fijar responsabilidades concretas sobre las personas, éstas se diluyen, o se sobrestiman los tiempos de los colaboradores, perdiéndose excelentes oportunidades debido a una inadecuada administración y cuantificación de los tiempos disponibles. Resulta recomendable subcontratar este tipo de encargos a personas que dispongan de tiempo y tengan los conocimientos requeridos.
* Fijarnos los tiempos y plazos en los que vamos a trabajar el Plan de negocios: Tome en cuenta que las ideas por más brillante que sean se contextualizan en un periodo de tiempo, pudiendo perder vigencia.
* Decida los títulos de sección y prepare un índice: De acuerdo a cada tipo de Plan de negocios es importante que se defina una estructura para poder avanzar de manera eficiente y ordenada.
* Determine quién buscará información?: Se recomienda para Planes de negocios de pequeña escala que el proveedor de la información principal sea el mismo promotor, por cuanto es el que está más informado a partir de su experiencia así como de donde podría conseguir las fuentes de información.
* Recolecte información para cada tema y tome notas: Usted se puede pasar la vida obteniendo datos de Internet, siendo imprescindible dosificar la entrada de información dirigiéndose a lo que realmente interesa. Además de los datos que pueda encontrar de los informantes clave (gente que ya tiene experiencia en el mismo Plan de negocios o en actividades afines), es necesario ordenarlos y darle objetividad.
* Organice dicha información en forma lógica: Almacenarla y de acuerdo a la estructura del Plan de negocios previamente definida ir estableciendo información sobre precios, estrategias de venta, segmentación de mercado, etc.
* Comience a redactar el Plan de negocios: La mejor forma de atacar las idas y vueltas o acciones en círculos consiste en organizar el pensamiento y el tiempo. La respuesta de entrar o no en un Plan de negocios no la dará la almohada, sino más bien la organización y estructuración de la idea de una manera lógica y ordenada.
* Desafíe las suposiciones: Las mejores ideas al ser analizadas se deben convertir en metas u objetivos logrados, por esto resulta necesario disponer de un termómetro de ideas llamado Plan de negocios.
* Espere revisiones: Hay otros ojos que pueden ayudar a ver lo que nosotros dejamos de ver, tome en cuenta y analice dichas observaciones.
* Evite la exageración: Deje de sobreestimar el Plan de negocios; los evaluadores podrían descartar las predicciones. Así que sin exagerar, para ganar credibilidad y seriedad de nuestro Plan de negocios.
	1. **FORMATO O ESQUEMA DEL PLAN DE NEGOCIOS:**
* Las siguientes secciones deberán ser desarrolladas dentro del Plan de negocios, de la siguiente manera:
	1. Sumario o Resumen:
1. Información General
2. Productos
3. Clientes
4. Información Económica
5. Contexto
6. Visión, Misión, Objetivos
7. Productos o Servicios a ofrecer. (Matriz de Producto)
8. Mercado y Marketing:
9. Análisis de Mercado
10. Estrategias de Marketing
11. Competencia (Matriz de Competencia)
12. Administración y personal (Cuadro de Personal)
13. Criterios que se usarán para localización del Plan de negocios
14. Información Económica y Financiera:
15. Costo Operacional (Costos Fijos).
16. Costo total de Producto / Servicio (incluye costos variables y estimación de costos fijos por producto).
17. Proyección de Actividades / Ventas por mes.
18. Estado de Ganancias Y Pérdidas.
19. Cuadro de Autosostenimiento
20. Inversión y Gastos Pre-operativos
21. Flujo de Caja
22. Balance.

**PLAN DE NEGOCIOS**

**I. INFORMACIÓN GENERAL:**

**1.1. DATOS DEL AUTOR O PROMOTOR:**

|  |  |
| --- | --- |
| **APELLIDOS** |  |
| **NOMBRES** |  |
| **DIRECCIÓN** |  |
| **TELÉFONO** |  |
| **E-MAIL** |  |

**1.2. DATOS DEL PLAN DE NEGOCIOS:**

|  |  |
| --- | --- |
| **NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIOS** |  |
| **ÁREA O RUBRO** |  |

**1.3. DATOS DE LOS SOCIOS:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nº** | **APELLIDOS**  | **NOMBRES** | **EDAD** | **E-MAIL** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**1.4. DATOS DEL ASESOR:**

|  |  |
| --- | --- |
| **APELLIDOS**  |  |
| **NOMBRES** |  |
| **ESPECIALIDAD** |  |
| **E-MAIL** |  |
| **TELÉFONO** |  |

1. **EXPERIENCIA DE LOS PARTICIPANTES Y MOTIVACIÓN DE LA CREACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS**.

**Señalar brevemente:**

**2.1. ¿Qué motiva al equipo y al asesor a participar en el Plan de engocios?**

|  |
| --- |
|  |

**2.2. ¿Consideras importante tener una pequeña empresa? ¿Por qué?**

|  |
| --- |
|  |

**2.3 ¿Quiénes del equipo tienen experiencia de haber participado en algún negocio? ¿En cuál? Describir.**

|  |
| --- |
|  |

­­­

**2.4 Continúan participando en dicho negocio ¿Les gusta hacerlo?**

|  |
| --- |
|  |

1. **DETERMINACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**
	1. **IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES EN SU CIUDAD**

**Nombrar cuáles son los principales problemas o necesidades en su zona (barrio, distrito, provincia, región)**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Necesidades o Problemas** |
| **1.** |  |
| **2.** |  |
| **3.** |  |

* 1. **ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (ANÁLISIS FODA)**

**Señalar: ¿Cuáles son las OPORTUNIDADES que se presentan en su zona que pueda ayudar a iniciar su actividad empresarial?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aspectos** | **Descripción** | **¿Cómo se aprovecha?** |
| **Recursos naturales** |  |  |
| **Empresas o Instituciones Privadas** |  |  |
| **Instituciones que brindan capacitación y asesoría técnica** |  |  |
| **Instituciones con quienes pueden hacer alianzas y convenios.** |  |  |

**¿Qué FORTALEZAS tienen en tu equipo para favorecer el inicio de tu Plan de negocios?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ASPECTOS** | **DESCRIPCIÓN** | **¿Recibes algún apoyo? ¿De quien?** |
| **Disponibilidad de infraestructura (local)** |  |  |
| **Contar con maquinaria y equipo**  |  |  |
| **Conocimientos y habilidades (De tu equipo)** |  |  |
| **Fuentes de consultas: Manuales, libros u otros** |  |  |
| **Recursos Monetarios** |  |  |
| **Acceso a Internet** |  |  |

**¿Qué DEBILIDADES tienen que superar para poder realizar tu Plan de negocios?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ASPECTOS** | **DESCRIPCIÓN** | **¿A qué instituciones / personas buscas para superar estas debilidades?** |
| **Infraestructura** |  |  |
| **Maquinaria y equipo** |  |  |
| **¿Qué conocimientos y habilidades necesitan aprender?** |  |  |
| **Fuentes de consultas** |  |  |
| **Recursos monetarios** |  |  |

**¿Qué AMENAZAS tienen que superar para iniciar tu Plan de negocios?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ASPECTOS** | **DESCRIPCIÓN** | **¿Cómo se supera?** |
| **Factores ambientales** |  |  |
| **Presencia de otras empresas, que compitan con tu proyecto.** |  |  |
| **Recursos naturales** |  |  |

**De los puntos 3.1 y 3.2 Identifica cuál es:**

* 1. **La necesidad o problema de tu zona (barrio, distrito, provincia, región) que puedes atender de acuerdo a tus fortalezas y oportunidades principalmente, tomando en cuenta también las debilidades y amenazas.**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **El producto o servicio que satisface la necesidad o que resuelve el problema identificado es:**

|  |
| --- |
|  |

1. **VISIÓN DE LA EMPRESA DEL PROYECTO PRODUCTIVO:**

**¿Cómo imaginan su negocio o empresa en unos años?**

|  |
| --- |
|  |

1. **OBJETIVOS:**

**¿Qué es lo que se quiere alcanzar con tu Plan de negocios?**

|  |
| --- |
|  |

**Para asegurar el éxito del negocio, primero deben conocer bien a quienes les van a vender su producto o servicio (clientes). Para hacer esto, se realiza una “Investigación de Mercados” (recopilación, registro y análisis de información).**

1. **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:**

Con la información señalada en el punto 3.3 y 3.4 contestar las siguientes preguntas:

* 1. **PASO 1: Indicar objetivos de la investigación de mercado:**

**¿Qué información necesitan de los posibles compradores del producto o servicio que van a ofrecer?**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **PASO 2:** **A partir de los objetivos señalados, responda:**

Se sugiere **diseñar un cuestionario (encuesta)** con la información que requieren obtener.

**¿Cómo y dónde puedo obtener la información de lo que quiero saber?**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **PASO 3: Recoger información:** Aplicar el cuestionario a las personas que consideran que van a comprar su producto o servicio. (Por lo menos 50 personas)

|  |
| --- |
|  |

* 1. **PASO 4: Procesar la información,** una vez que tengan todos los cuestionarios (50 como mínimo), deberán pasar a procesar la información y calcular los datos. La idea es que sepan cuántas personas respondieron cada alternativa de las preguntas. Señalar:

**¿Cómo han analizado la información, si es por edades, sexo, situación económica, zona, etc.?**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **PASO 5. Análisis de la información,** con las respuestas obtenidas, verifique si el producto o servicio tiene suficiente aceptación entre sus posibles clientes. Si no tiene aceptación, vuelva a revisar desde el punto 3.1. Señalar:

**¿Cuántas personas aceptan el producto o servicio de acuerdo a la información recogida?**

|  |
| --- |
|  |

1. **ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL**

Además de conocer las necesidades de tus posibles clientes, necesitas saber cuál es el entorno empresarial en tu zona.

**7.1. ¿Existe personal especializado para ayudar a desarrollar tu Plan de negocios en tu localidad?**

|  |
| --- |
|  |

**7.2**. **Para llevar a cabo tu Plan de negocios, ¿Existen empresas proveedoras de maquinaria y equipo, insumos, recursos financieros, capacitación en tu localidad? Nombrarlas.**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **¿Existen condiciones para que tu Plan de negocios se articule a otras empresas de mayor envergadura existentes en tu localidad?**

|  |
| --- |
|  |

1. **ANÁLISIS DEL MERCADO**

**8.1. ¿Cuál es la cantidad de personas que consumen el producto o servicio que tu piensas ofrecer?**

|  |  |
| --- | --- |
| **CONCEPTO** | **CANTIDAD** |
| Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio: (Demanda total) |  |
| Número de personas que compra el producto o servicio en la zona (Demandantes potenciales) |  |
| Número de personas que compra en menor cantidad |  |
| Número de personas que compra en mayor cantidad  |  |

**8.2. ¿Cuánto compran al mes?**

|  |
| --- |
|  |

**8.3. Análisis de la competencia:**

En esta etapa se identifica a los competidores y sus características, los que saben más del producto de la competencia son los consumidores, por lo que se recurre a ellos para recoger sus opiniones. Luego analizar la información obtenida según el siguiente cuadro:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **EMPRESAS COMPETIDORAS** | **ACEPTACIÓN** | **¿POR QUÉ LE COMPRAN?** | **¿DÓNDE SE COMERCIALIZA EL PRODUCTO?** | **PRECIO DE VENTA** |
| **Alta** | **Regular**  | **Poca**  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

* 1. **Perfil del cliente:**

Es necesario conocer al cliente y saber cuáles son sus gustos y preferencias para poder ofrecerles lo que realmente requieren. Para ello responda a las siguientes preguntas:

**¿Quiénes son?, ¿Qué edad tienen? ¿Qué educación tienen? ¿Cuáles son sus preferencias? ¿Cuándo compran? ¿Cuánto compran?, ¿Por qué compran?, ¿Para qué usan el producto? ¿Dónde viven o trabajan?:**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **La Ventaja Competitiva de la empresa:**
		1. **¿Qué hace a tu proyecto diferente o único?**

|  |
| --- |
|  |

* + 1. **¿Por qué les comprarían a ustedes y no a la competencia?**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **Estrategias de mercado:**

Crear y diseñar las formas para comunicar que tiene un producto o servicio que la población necesita.

* + 1. **Estrategia de Producto,** señalar:

**¿Cuál es el producto o servicio que ofrecen?**

|  |
| --- |
|  |

**¿Cuántas variedades de producto o servicio tienen para ofrecer?**

|  |
| --- |
|  |

**¿Cuáles son las características físicas principales de los productos que ofrecen? (Forma, contenido, empaque, envase).**

|  |
| --- |
|  |

**¿Cuál es su principal atributo o ventaja del producto?**

|  |
| --- |
|  |

* + 1. **Estrategia de Distribución:**

Definir estrategias de ventas, y formas de cómo distribuir el producto. Se deberá responder a las siguientes preguntas para definir la estrategia de distribución.

**¿Cómo se distribuirá los productos y/o servicios a tus clientes?**

|  |
| --- |
|  |

**¿Dónde están ubicados tus clientes?**

|  |
| --- |
|  |

* + 1. **Estrategia de Precio:**

Debemos recordar y tener siempre en cuenta que el precio de la competencia se usa única y exclusivamente como referencia, en vez de fijar el precio de un producto en función al precio de la competencia, más bien lo importante es considerar los costos de producción, es decir, saber cuánto me cuesta elaborar el producto Se deberá responder a las siguientes preguntas:

**¿Cuál es el precio de la competencia?**

|  |
| --- |
|  |

**¿Cuánto cuesta hacer tu producto?**

|  |
| --- |
|  |

**¿En cuánto podría incrementar el precio de tu producto para vender y obtener ganancia?**

|  |
| --- |
|  |

* + 1. **Estrategia de Promoción:**

Una vez diseñado y/o elaborado el producto o servicio, se tiene que dar a conocer e informar al público, es decir informarle cómo y dónde lo pueden adquirir. Responder las siguientes preguntas:

**¿Cómo se hará para que los clientes se enteren de la existencia de tu producto? (por ejemplo: mediante intermediarios, vendedores, avisos publicitarios, material promocional tipo catálogos, afiches, gigantografías)**

|  |
| --- |
|  |

**¿Qué medios de comunicación (radio, periódico, televisión, Internet) utilizarían para dar a conocer tu producto?**

|  |
| --- |
|  |

 **ESTUDIO TÉCNICO** (Producción del producto)

Se deberá realizar la distribución del área de trabajo, presentar el esquema del proceso productivo y señalar la cantidad de uso de materias primas.

* 1. **Diseño del producto** (Dibujos, diagramas)

|  |
| --- |
|  |

**Especificaciones técnicas:**

|  |  |
| --- | --- |
| **A)** |  |
| **B)** |  |
| **C)** |  |
| **D)** |  |
| **E)** |  |

* 1. **Distribución del área de trabajo**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **Esquema del Proceso Productivo**

|  |
| --- |
|  |

* 1. **Materias primas a usar:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Materia prima** | **Cantidad** | **Unidad de medida** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **ORGANIZACIÓN**

Realice los siguientes pasos para saber cuántas personas son necesarias para realizar las tareas en tu Plan de negocios:

* 1. **Hacer un listado de tareas necesarias para elaborar un producto o atención de un servicio (incluye tareas para la parte productiva como administrativa)**

|  |  |
| --- | --- |
| **PARTE PRODUCTIVA** | **PARTE ADMINISTRATIVA** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

* 1. **Agrupar las tareas según especialidades y determinar qué áreas de trabajo necesitarías.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Área de Producción** | **Área Comercial** | **Área financiera** | **Otra área** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

* 1. **A continuación realizar un sencillo organigrama con el fin de alcanzar los objetivos y la visión de tu Plan de negocios, de administrar, de producir y vender:**

**XI. ESTUDIO ECONÓMICO DEL PLAN DE NEGOCIOS:**

|  |
| --- |
| **A N E X O “A” : P R O Y E C C I Ó N D E L A S V E N T A S E N U N I D A D E S** |
|  | **PROYECTO PRODUCTIVO:** |        |
|  | **PERÍODO DE PROYECCIÓN DE VENTAS** | **DE:**  |  |  **A:** |     |
| **N°** | **PRODUCTO** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **1** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **ANEXO “B”: PLAN DE INVERSIÓN** |
| **PLAN DE NEGOCIOS:**  |  |
| **RUBRO** | **VALOR UNITARIO** | **UNIDADES REQUERIDAS** | **TOTAL** | **PRÉSTAMOS FAMILIARES** | **PRÉSTAMO DEL COLEGIO** | **NECESIDAD DE DINERO** |
|  **1. ACTIVO FIJO:**  |
|  **TERRENOS Y/O INFRAESTRUCTURA** |   |   |  |   |   |   |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  **MAQUINARIAS Y EQUIPO** |   |   |  |  |   |   |
|  |  |  |  |  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |   |
|  **HERRAMIENTAS** |   |   |  |  |   |   |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  **MUEBLES Y ENSERES** |   |   |  |  |   |   |
|  |  |  |  |  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |   |
|  **2. GASTOS PRE-OPERATIVOS:**  |
|  Carné sanitario |  |  |  |  |   |   |
|  Fumigación de local |  |  |  |  |   |   |
|  Permiso especial de funcionamiento |  |  |  |  |   |   |
|  Otros |  |  |  |  |  |  |
|  **3. CAPITAL DE TRABAJO:**  |
|  **MATERIA PRIMA/INSUMOS** |   |   |  |   |   |   |
|  |  |  |  |  |   |   |
|  |  |  |  |  |   |   |
|  |  |  |  |  |   |   |
|  **MANO DE OBRA** |   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  **COSTOS INDIRECTOS** |   |   |  |  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  **GASTOS ADMINISTRATIVOS:**  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  **GASTOS DE VENTAS:**  |
|  |  |  |  |  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |   |
| **T O T A L:**   |  |  |  |  |

Paso siguiente, determina **El Costo Total Unitario** de producción así:

**CT unitario = CF unitario + CV unitario**

Costos Fijos Totales

Número total de unidades producidas durante el ciclo de vida del Plan de negocios

Costo Variable Total

Número de unidades producidas

En un periodo de tiempo

(Días o meses o años)

**CF unitario=** **CV unitario=**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CT unitario =** | **CF unitario +** | **CV unitario** |
|  |  |  |

A continuación indica cuál es la ganancia que deseas lograr:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ganancia deseada (en porcentaje) =** | **(% respecto a CT unitario, conocido como MARK-UP)** |  **%** |
| **GANANCIA DESEADA** **(en nuevos soles) =** | **CT unitario =** | **S/.** |
| **MARK-UP =** | **S/.** |
| **Ganancia deseada =** | **S/.** |

Ahora puedes calcular el **Precio de Venta Unitario (PVU):**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PV unitario =** | **CT unitario =** | **S/.** |
| **Ganancia deseada =** | **S/.** |
| **Precio de venta =** | **S/.** |

**ANEXO “C”: PROYECCIÓN DE VENTAS EN NUEVOS SOLES**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nº** | **PRODUCTO** | **Precio de Venta** | **Periodo 1** | **Periodo 2** | **Periodo 3** | **Periodo 4** | **Periodo 5** | **…** | **TOTAL** |
| **1** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
| **3** |   |  |   |   |   |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **ANEXO “D”: FLUJO DE EFECTIVO (FLUJO DE CAJA)** |
| **PLAN DE NEGOCIOS:**  |  |
|  | **M E S E S D E L A Ñ O** |  |
| **CONCEPTO** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **SALDO ANTERIOR** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **INGRESOS (A)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VENTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **EGRESOS (B)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Terrenos e infraestructura |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Maquinaria y equipos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Herramientas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Muebles y enseres |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Gastos pre - operativos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Materia prima/Insumos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mano de obra |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Costos indirectos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Gastos administrativos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Gastos de ventas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Impuestos (IGV) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **SALDO ECONÓMICO**  **(A-B)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **SALDO ACUMULADO** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |