



CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA



*Proyecto DeTIEC "Desarrollo Tecnológico, Innovación y
Evaluación de la Conformidad" COF 04/10
CONVENIO FOCEM – CONACYT*



Fortalecimiento del Sistema Nacional de Innovación

Primer Concurso CONACYT de Innovación, Tecnología y Emprendedorismo

"Innovando con Ciencia y Tecnología 2017"

Modelo para Elaboración de un Plan de Negocios

16 de enero al 21 de abril 2017

a. Datos de la Empresa

Empresa y/o Razón social:

Tipo (servicio/ comercial/tecnológico/ industrial):

Sector de la actividad:

Principales productos o servicios que a ofrecer:

R.U.C. Nº:

Dirección:

Ciudad:

Departamento:

Teléfono Nº:

E.-mail:

Página Web:

b. Situación de la Empresa: Nueva () En funcionamiento ()

c. Tipo de Negocio:

Industrial	Tecnología	Comercial
Semi Industrial	Servicio	Mixta
Producción rural		

d. Datos del Postulante y/o Socios:

En este punto se debe indicar los datos de los socios de la empresa

Nombre y apellido		C.I. No:	
Lugar de nacimiento		Fecha de nacimiento	
Dirección			
Ciudad		País	
Teléfonos:			
E.mail:			
Redes sociales:			

Formación	
Experiencia	

Socio 2

Nombre y apellido		C.I. No:	
Lugar de nacimiento		Fecha de nacimiento	
Dirección			
Ciudad		País	
Teléfonos:			
E.mail:			
Redes sociales:			
Formación			
Experiencia			

Socio 3

Nombre y apellido		C.I. No:	
Lugar de nacimiento		Fecha de nac.	
Dirección			
Ciudad		País	
Teléfonos:			
E.mail:			
Redes sociales:			
Formación			
Experiencia			

Capital Inicial

	Nombre de los socios	Valor del Aporte Gs.	% de Participación
Socio 1			
Socio 2			
Socio 3			
Total Gs.			100

Resumen Ejecutivo

Esta sección está dirigida a los posibles inversionistas y/o financiadores como bancos. Debe ser breve (1 páginas).

Destacar las informaciones claves y los resultados estimados del plan:

- *La descripción de la empresa o proyecto*
- *Las presentación productos y servicios ofertados*
- *La estructura organizativa,*
- *Sus principales iniciativas y objetivos*
- *Las oportunidades de mercado*
- *Las principales ventajas competitivas*
- *Los componentes de su estrategia de comercialización*
- *Las inversiones, los resultados indicadores económicos y financieros.*

1. Planeación Estratégica

1.1. Definición del Plan de Negocio

Negocio	Nombre:
Definición	

1.2. La Visión

Declaración de Visión

--

1.3. La Misión

Declaración de Misión

1.4. Análisis FODA del nuevo negocio

1.4.1. Análisis del entorno interno

1.4.2. Análisis del entorno externo

Matriz FODA

FORTALEZAS (+) (factores internos)	DEBILIDADES (-) (factores internos)
OPORTUNIDADES (+) (factores externos)	AMENAZAS (-) (factores externos)

1.5. Objetivos Estratégicos

Definir los objetivos estratégicos.

2. Plan de Marketing

2.1. Estudio de Mercado

2.2. Mercado Consumidor / Cliente

2.2.1. Segmento de Mercado

2.2.2. Mercado Competidor

Analizar los posibles competidores en el mercado, quienes venden lo mismo, quienes hacen lo mismo, sus costos, e innovaciones.

2.2.2.1. Análisis competitivo

Identifique que tipo de competencia tiene en el mercado y evalúe a sus principales competencias, incluyendo su empresa, con una escala que va del 1 al 5, siendo el 1 la calificación más baja y 5 la más alta. Sume los puntajes obtenidos por cada competidor e identifique al más competitivo del mercado. Identifique sus puntos débiles y piense en estrategias que ataque dichas debilidades.

Tipo de competencia

Directa

Indirecta

2.2.2.2. Ventaja Competitiva

Ventajas Competitivas	
1	
2	
3	
4	

2.2.3. Proyección de Ventas Mensual – 1er Año

1. Productos o Servicios 1													
Unidades Vendidas													
Precio por Unidad													
Total de Ventas 1													
2. Productos o Servicios 2													
Unidades Vendidas													
Precio por Unidad													
Total de Ventas 2													
3. Productos o Servicios 3													
Unidades Vendidas													
Precio por Unidad													
Total de Ventas 3													
Total de Ventas (todos los Productos o Servicios)													

2.3. Estrategia del Marketing

2.3.1. Estrategia del Producto / Servicio

Listar los principales productos o servicios que solucionaran o atenderán las necesidades y/o requerimientos del mercado.

Desarrollar las ideas de cómo llegar al mercado e impactar conforme a la previsión de ventas.

2.3.2. Estrategia de Precios

2.3.2.1. Estructura de Precio

Producto 1:	Valores Gs.	%
Costo de venta o producción		
Descuento		
Impuesto		
Comisión de venta		
Margen deseado		
Precio de venta		

Formula:

$$PV = \text{Costo} / 1 - (\text{suma de \%} / 100)$$

Se recomienda elaborar una lista de precios de los productos o servicios, definiendo los precios mayoristas y minoristas.

2.3.3. Estrategia de distribución

Defina con una breve descripción de la estrategia de distribución que utilizará para llegar al mercado previsto.

--

2.3.4. Plan de Comunicación

Defina con una breve descripción de la estrategia de comunicación que utilizará para llegar al mercado previsto.

El presupuesto inicial de marketing, debe llevar entre los costos e inversiones pre operativas y recuperar en forma de costos fijos mensualmente.

3. Estrategia de Operaciones

3.1. Objetivos de producción u operaciones

Considerando la proyección de ventas identifique la cantidad de los productos o servicios que deberá ofrecer al mercado cada mes, a fin de obtener la producción xl mes.

Productos o servicios	Unidad	Cantidad al mes

3.2. Recursos materiales

Nº	Recursos materiales	Detalles	Cantidad	Unidad
1				
2				
3				
4				
5				
6				

Describe brevemente la tecnología a utilizar y las principales características de los equipamientos que se debe adquirir para atender los objetivos de producción.

Activos Fijos

Inmuebles – construcciones - maquinarias - rodados - equipos – herramientas – muebles – utensilios

Detallar los activos fijos a ser utilizados para la producción, comercialización o prestación de servicio, administración del negocio.

Nº	Activo fijo	Características técnica	Cantidad

3.5 Proceso de Producción o Ciclo del Servicio

Identificar los procesos operacionales más importantes del negocio e incluir en un flujograma de procesos, indicando los internos y los que van a ser subcontratados.

4. Recursos Humanos

4.1 Estructura Organizativa

Defina la estructura organizativa básica y los cargos.

4.2 Cuadro de Personal

Áreas	Cargos	Cantidad	Contratación		Remuneración		
			Permanente	Temporal	Salarial	Comisión	Jornal

5. Formalización Legal

5.1 Tipos de empresas

Seleccione la forma legal que mejor se adecue a su negocio.

Forma legal		Marcar
Individual	Unipersonal	
Individual	Empresa individual de responsabilidad limitada	
Sociedad	Sociedad Simple	
Sociedad	Sociedad en Comandita	
Sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada – SRL	
Sociedad	Sociedad Anónima – SA	

6. Plan Financiero

6.1. Inversión Total

Para determinar el total de recursos a ser invertidos para que el negocio comience a funcionar, se debe sumar los activos fijos, la inversión pre operativa y el capital de trabajo.

	Inversiones	Financiación		Total Gs.
		Propia	Terceros	
1	Activos Fijos			
1.1	Inmuebles			
1.2	Construcciones			
1.3	Refacciones			
1.4	Maquinarias			
1.5	Instalaciones			
1.6	Muebles			
1.7	Equipos informáticos			
1.8	Rodados			
1.9	Herramientas y/o utensilios			
1.10	Otros			
2	Inversiones Pre Operativas			
2.1	Elaboración del proyecto			
2.2	Constitución legal			
2.3	Gastos de formalización			
2.4	Licencia y permisos			
2.5	Registro de marca			
2.6	Investigación de mercado			
2.7	Capacitación del personal			
2.8	Investigación de mercado			
2.9	Campaña de marketing inicial			
3	Capital de Trabajo			
3.1	Stock inicial			
3.2	Caja inicial			
	Inversión Total Gs.			

6.2. Depreciación

Calcule la depreciación anual y divídala por 12 meses para obtener el valor mensual que deberá ingresarlos entre los costos fijos mensuales.

Nº	Activos Fijos	Valores Guaraníes	Vida útil (años)	Depreciación Anual
1	Construcciones			
2	Maquinarias			
3	Muebles			

4	Equipos informáticos			
5	Rodados			
6	Herramientas			
Total Depreciación Anual (TDA) Gs.				
Total Depreciación Mensual = (TDA/ 12) Gs.				

6.3.Costos Total (CT)

6.3.1. Costos Variables (CV)

Producto :				
Cantidad producida o comercializada:				
Concepto de costeo	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Gs	Costo Total Gs
Materia Prima o Mercadería				
Insumos				
Mano de Obra				
Cargas Sociales				
Costo de comercialización				
MP o Mercadería				
			Total de Costo	
			Costo Unitarios	

Servicio 1:				
Dimensión del servicio:				
Concepto de costeo	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Gs	Costo Total Gs
Mano de Obra				
Cargas Sociales				
Insumos				
Costo de comercialización				
			Total de Costo	
			Costo Unitarios	

6.4. Costo variable mensual

Productos / Servicios	Unidad de Medida	Cantidad Mensual	Costo Unitario Gs	Costo Total Mensual Gs
Total Costos Variables del Mes Gs.				

6.5 Costos Fijos (CF)

No	Conceptos	Mensual (Guaraníes)	Anual (Guaraníes)
1	Salario del propietario y/o socios		
2	Salarios fijos (personal administrativo)		
3	Alquiler		
4	Teléfono Linea Baja		
5	Celulares		
6	Energía eléctrica		
7	Agua		
8	Internet		
9	Seguro		
10	Cable		
11	Mantenimiento / Limpieza		
12	Movilización administrativa		
13	Depreciación correspondiente al mes		
14	Previsión fraccionada de cuentas anuales		
15	Amortización de los costos pre operativos		
16	Otros (Imprevistos, cuotas de prestamos.....)		
	Total Gs.		

#14 (impuesto inmobiliario, patentes anuales, etc. - Pagos anuales / 12 meses)

#15 (costos de proyectos, campañas de marketing inicial – Costos Pre Operativos / meses de amortización)

6.6 Estado de Resultado

Con los datos obtenidos, complete el siguiente cuadro y calcule los resultados mensuales y anuales, que se estima obtener.

		Mensual Valores Gs.	Anual Valores Gs.	% s/ventas
1	INGRESOS			
1.1	<i>Ventas</i>			100
2	EGRESOS (2.1 + 2.2)			
2.1	<i>Costos variables</i>			
2.2	<i>Costos fijos</i>			
3	MARGEN (1.1 – 2.1)			
4	UTILIDAD BRUTA (1 - 2)			
5	IMPUESTOS (10% de 4)			
6	UTILIDAD LIQUIDA (4 -5)			

6.7 Indicadores de viabilidad

6.7.1 Utilidad liquida

Determine su utilidad porcentual

Indicadores	Formula	Utilidad del mes x 100 / Ventas del mes
Utilidad (%)		

6.7.2 Rentabilidad

Determine la Rentabilidad

Indicadores	Formula	Utilidad x 100/ Inversión inicial
Rentabilidad		

6.7.3 Punto de Equilibrio

Determine el Punto de Equilibrio

Indicadores	Formula	Costos Fijos / (Margen de Contribución / Ventas)
Punto de Equilibrio		

6.7.4 Tiempo de Retorno de la Inversión

Determine el Tiempo de Retorno de la Inversión

Indicadores	Formula	Inversión inicial / Utilidad (Gs.) del mes
Tiempo de Retorno de la Inversión (en meses)		