|

**Anexo B Guía de Plan de Negocio**

CENTRO DE INCUBACIÓN E INNOVACIÓN DE EMPRESAS

|  |
| --- |
| 1. Descripción de la empresa.
	1. Descripción general del negocio(incluir descripción breve del producto o servicio)
	2. Misión, Visión y Objetivos generales de la empresa.
	3. Análisis FODA (Fortalezas y debilidades de la empresa, oportunidades y amenazas que vean en el entorno)
	4. propuesta de valor.
	5. Plan estratégico
2. Mercadotecnia
	1. Producto o servicio y subproducto
		1. Descripción de las características tangibles – empaque, color, tamaño, nombre y justificación.
		2. Características intangibles-uso, necesidades que cubre, durabilidad, tiempo de prestación del servicio o vigencia, garantías, soporte técnico, etc.
		3. Aspectos innovadores del producto-tecnológicos, medio-ambientales, de funcionalidad, etc.
		4. Registro de Propiedad (opciones de registro de propiedad)
	2. Estudio de mercado
		1. Determinación del mercado potencial (segmentación, volumen aproximado de segmentos justificado y descripción).
		2. Comportamiento del comprador o consumidor.
		3. Determinación del mercado meta (justificación de Selección de mercado meta, volumen aproximado y análisis completo).
		4. Investigación del mercado (Determinación de fuentes, metodologías)
	3. Precio
		1. Políticas y estrategias de fijación de precio (formas de pago, crédito, descuentos, etc.
		2. Estrategias de introducción al mercado.
		3. Estrategias de comerciales de producto, servicio y precio.
		4. Plan de lanzamiento al mercado.
		5. Plan de ventas
	4. Comercialización
		1. Canales de distribución y puntos de venta. Analizar ventajas y desventajas de cada canal a utilizar.
	5. Publicidad y promoción.
		1. Plan de Promoción-justificado-(medio, frecuencia, duración, costo)
	6. Propiedad intelectual, registros de marca y patentes.
		1. Definición del nombre (justificar).
		2. Logotipo (Justificar)
		3. Slogan (Justificar)
	7. Competencia
		1. Identificación y análisis de competencia.
			1. Directa: empresa, productos y/o servicio, mercado que satisface, formas de venta, precio, posicionamiento, fortalezas y debilidades.
			2. Indirecta: rango general del mercado que satisface, productos y/o precio.
			3. Diseño de la tabla comparativa de la competencia identificada.
3. Estudio técnico / operación
	1. Descripción técnica de los productos/servicios que brindarán.
	2. Localización geográfica de la empresa (macro y micro localización)
	3. Distribución y descripción de la planta (lay out)
	4. Capacidad de la planta.
	5. Materia prima y proveedores (requerimientos y cantidades de materia prima y nombre, precio, ubicación de proveedores, condiciones de venta)
	6. Insumos y mano de obra
	7. Procesos de fabricación y/o prestación de servicios (diagrama de flujo del proceso y descripción)
	8. Maquinaria y/o herramienta de trabajo.
		1. Nombre costo y capacidad de producción.
		2. Establecimiento del requerimiento de personal.
	9. Capacidad instalada (nivel máximo de producción)
	10. Determinación de capacidades óptimas de producción (Método de Lange y Estalación)
	11. Control de calidad (del proceso, materia prima, máquinas personas y al producto terminado, normas y políticas de calidad, procedimientos, etc)
	12. Infraestructura tecnología (software, Hardware, origen de la tecnología, licencias, patentes etc.)
	13. Normativa técnica, ambiental y calidad aplicable para la construcción.
4. Diseño organizacional
	1. Estructura organizacional (organigrama)
	2. Definición de funciones y responsabilidad (descripción de puestos)
	3. Perfil de puestos.
	4. Reclutamiento, selección y contratación.
	5. Desarrollo laboral (plan de capacitación, de vida y de carrera)
	6. Nómina.
	7. Políticas laborales.
5. Estudio económico y financiero
	1. Programa de inversiones.
		1. Inversión inicial (circulante, fija, diferida).
		2. Origen y aplicación de recursos.
		3. Cálculo de ingresos
	2. fuentes de financiamiento (estructura financiera)
	3. Pronóstico de ventas
	4. Identificación de los costos de producción/operación.
	5. Estados financieros (en pesos constantes)
		1. Flujo de efectivo por 3 años (año 1 mensual, año 2 y 3 anualmente)
		2. Balance general anual (al final de cada año, por 3 años)
		3. Estados de resultados anual ( mensualmente por dos años)
	6. Razones Financieras
		1. Liquidez (circulante, prueba del ácido)
		2. Rentabilidad sobre la inversión
		3. Rentabilidad del capital contable
	7. evaluación económica
		1. VPN
		2. Periodo de recuperación de inversión – pay back
		3. TIR
		4. Punto de equilibrio
6. Aspectos legales
	1. Estructura legal (personalidad jurídica, especificando su actividad preponderante).
	2. Inscripción del RFC ante el SAT
		1. Gestión de firma electrónica avanzada.
	3. Alta patronal ante el IMSS
		1. Gestión de firma digital
	4. Conformación de capital contable (% de derechos)
	5. Gestión legal para la operación (licencias, uso de suelo, protección civil, trámites gubernamentales, certificaciones, etc)
7. Impacto social y sustentable
	1. Determinación de efectos sociales
	2. Contribución a la economía
	3. Empleos directos e indirectos
	4. Contribución social
	5. Sustentabilidad y calificación de impactos
8. Resumen ejecutivo
	1. Descripción de la actividad y producto/servicio
	2. Modelo del negocio (esquema y propuesta de valor)
	3. Misión, Visión, Objetivos
	4. Monto y distribución de la inversión, fuentes de financiamiento.
	5. Factibilidad financiera (VPN, TIR, punto de equilibrio)
	6. Potencial del mercado, entorno y factibilidad comercial del proyecto.
 |