Financiamiento de proyectos en Internet

**APUNTE 3 – PLAN DE NEGOCIOS**

Contenido

[1. Resumen Ejecutivo 3](#_Toc257803761)

[Descripción del negocio 3](#_Toc257803762)

[Producción y/o Servicios 3](#_Toc257803763)

[Mercados actuales y Futuros 3](#_Toc257803764)

[Highlights Económico – Financieros 3](#_Toc257803765)

[2- La Empresa: Datos Históricos y Actuales 3](#_Toc257803766)

[Antecedentes 3](#_Toc257803767)

[Actualidad 3](#_Toc257803768)

[Objetivos Comerciales 4](#_Toc257803769)

[Evolución Económica – Financiera: 4](#_Toc257803770)

[3- Productos y Servicios 4](#_Toc257803771)

[Descripción y Especificaciones del Producto 4](#_Toc257803772)

[Adaptabilidad a las necesidades del mercado 4](#_Toc257803773)

[Determinación del costo 4](#_Toc257803774)

[Productos competitivos 5](#_Toc257803775)

[4- Análisis del Mercado 5](#_Toc257803776)

[Descripción general del mercado 5](#_Toc257803777)

[Segmentación 5](#_Toc257803778)

[Tendencias del mercado 5](#_Toc257803779)

[Competencia 5](#_Toc257803780)

[Perfil del cliente 6](#_Toc257803781)

[5- Estrategias de Marketing 6](#_Toc257803782)

[Objetivos 6](#_Toc257803783)

[Puntualización de la Estrategia 6](#_Toc257803784)

[Fortalezas y debilidades 7](#_Toc257803785)

[6- Investigación y Desarrollo 7](#_Toc257803786)

[7- Organización Empresarial 7](#_Toc257803787)

[8- Plan Operativo Económico y Financiero 8](#_Toc257803788)

[Descripción 8](#_Toc257803789)

[9- Análisis de Fortalezas, Debilidades, Oprtunidades y Amenazas 8](#_Toc257803790)

**Este es el modelo que seguiremos para hacer el Trabajo Práctico.**

# 1. Resumen Ejecutivo

## Descripción del negocio

Breve descripción incluyendo:

* Actividades principales
* Propietarios y dirección
* Fecha de Fundación
* Objetivos empresariales
* Posicionamiento en el mercado

## Producción y/o Servicios

Describir cada uno de ellos destacando las ventajas del mismo y su atractivo desde el punto de vista de sus posibles clientes.

## Mercados actuales y Futuros

Describir los mercados en los cuales actúa y en cuales podrá actuar. Dimensionamiento de los mismos y participación esperada.

Oportunidades comerciales.

## Highlights Económico – Financieros

Breve detalle de proyecciones de Ingresos, Flujo de Caja, Ganancias, Inversiones requeridas. Financiamiento necesario.

# 2- La Empresa: Datos Históricos y Actuales

## Antecedentes

Breve reseña de la historia incluyendo fundadores, mercados transitados, modificaciones estatutarias, posicionamiento de marcas, etc.

## Actualidad

Descripción de la actualidad de la empresa, incluyendo:

* Actividades Principales: descripción, objetivos, principales productos, clientes, mercados, posicionamiento, participación en el mercado, etc.
* Propietarios: detalle de la participación accionaria y antecedentes.
* Directivos: detalle de los Directivos de la empresa y sus antecedentes.
* Empresas vinculadas: detalle y descripción de las mismas. Efectos sinérgicos.

## Objetivos Comerciales

Descripción concisa de los principales objetivos comerciales. Los mismos deberán ser cuantificables de acuerdo a bases objetivas.

Deberá especificarse basicamente:

* Ventas
* Participación del Mercado
* Beneficios esperados

## Evolución Económica – Financiera:

Establecer una tabla incluyendo los últimos 5 años de datos e índices económicos – financieros, incluyendo al menos:

* Ingresos por actividad
* Contribución Marginal
* Ganancias
* Flujo de Fondos
* Costo Financiero
* Activos Circulantes
* Activos Fijos
* Pasivos de corto y Largo Plazo
* Evolución del Patrimonio
* Principales índices financieros

# 3- Productos y Servicios

## Descripción y Especificaciones del Producto

* Descripción general del producto
* Características
* Especificaciones técnicas
* Proceso de fabricación de los mismos

## Adaptabilidad a las necesidades del mercado

Se desprende como absolutamente necesario definir correctamente cual es la demanda del mercado, como se satisface la misma,

que características tiene nuestro producto para competir y que ventajas con respecto a los de la competencia.

## Determinación del costo

En este punto se debe realizar por cada producto o servicio ofrecido la determinación del costo de producción, el que debe incluir:

* Materiales
* Mano de obra directa
* Energía y otros servicios
* Subcontratistas
* Etc.

## Productos competitivos

Efectuar una enumeración de los productos competitivos y/o sustitutos y analizar ventajas y desventajas de los mismos en relación con el de su empresa.

El análisis debe incluir los servicios complementarios como por ejemplo: service, garantía etc.

# 4- Análisis del Mercado

## Descripción general del mercado

Reseñar los mercados sobre la bases de necesidades y demandas existentes y/o futuras, tamaño, oportunidades comerciales, incluyendo barreras de ingreso

y egreso de los mismos. Efectuar análisis desde los siguientes puntos de vista:

* Comercial
* Financiero
* Económico
* Político
* Legal

## Segmentación

Efectuar una división de los mercados para su evaluación de acuerdo a variables claves básicas:

* Geográfico
* Clientes
* Canales de distribución
* Tipo de actividad

## Tendencias del mercado

Analizar las tendencias de mercado sobre la base de las segmentaciones definidas anteriormente para proyectar:

* Crecimiento
* Modificaciones en los participantes
* Regulaciones
* Impacto en políticas generales

## Competencia

Definir claramente la competencia directa e indirecta detallando fortalezas y debilidades de la misma:

* Enumeración
* Solidez de la misma
* Liderazgo
* Market Share
* Canales de distribución utilizados
* Estrategias de precios
* Estrategias de servicios complementarios

## Perfil del cliente

Establecer las características salientes y determinantes de los clientes actuales y futuros conociendo a la perfección sus necesidades:

* Enumeración
* Segmentación
* Comportamientos de compra
* Necesidades insatisfechas
* Objetivos de los mismos

# 5- Estrategias de Marketing

## Objetivos

Definir claramente los objetivos de la empresa sobre la base de los siguientes conceptos básicos:

* Metas de venta
* Posicionamiento del producto
* Participación en el mercado
* Rentabilidad

## Puntualización de la Estrategia

Es muy importante definir los puntos sobre los cuales se basará la Estrategia de Marketing y tenerlos presente perfectamente para no desviar el objetivo.

Se deben cubrir básicamente las siguientes áreas:

* Políticas de precios
* Alianzas estratégicas
* Segmentación del mercado
* Estrategias de distribución
* Apoya publicitario
* Relaciones de competidores
* Relación con clientes

## Fortalezas y debilidades

Para la determinación e cualquier estrategia, nunca se deben olvidar las fortalezas y debilidades de la empresa.

Se deben puntualizar estos conceptos en items como:

* Tecnología aplicada
* Situación Económica Financiera de la Empresa
* Capacidad de Dirección
* Imagen de los clientes
* Relaciones con los proveedores
* Características del Producto
* Alianzas
* Respaldo Corporativo

# 6- Investigación y Desarrollo

Toda empresa requiere elaborar y mantener activo planes de investigación y desarrollo de nuevos productos el que deberá basarse en los objetivos de la empresa.

Se deberán seguir pasos básicos para el desarrollo de estos planes:

* Descripción de la Visión, Misión y Objetivos de la empresa
* Evaluación de riesgos
* Etapas y cronogramas
* Plan de contingencia
* Presupuestación del plan

# 7- Organización Empresarial

Ningún objetivo de la empresa puede cumplirse sin una base sólida en la organización de la misma, que debe responder a las necesidades de la Empresa.

Deberán describirse quienes realizan las tareas de Dirección y Gerenciales y determinar sus responsabilidades.

También se debe desarrollar el Organigrama de la empresa donde deberán ubicarse todos los colaboradores con la definición de sus funciones, responsabilidades y dependencias.

# 8- Plan Operativo Económico y Financiero

## Descripción

* Proceso Productivo
* Determinación de insumos
* Determinación de subcontratistas
* Proveedores
* Apoyo administrativo
* Necesidades Financieras
* Aspectos legales y contractuales

Este plan deberá ser cuantificado a los efectos de elaborar estados de situación patrimonial, resultados, flujos de caja y necesidades de financiamiento.

Se deberán diseñar varios escenarios de posibilidades a los efectos de analizar la mejor estrategia de combinación de recursos.

# 9- Análisis de Fortalezas, Debilidades, Oprtunidades y Amenazas

Siempre se debe definir sobre la base de todo el análisis efectuado, un cuadro que contenga claramente definidas:

* Las fortalezas del proyecto y la empresa para el cumplimiento de los objetivos definidos a los efectos de potenciarlos.
* Las debilidades existentes a fin de acotarlas y/o generar las medidas correctivas o de defensa
* Las oportunidades que brinda el mercado y otros factores externos para su mejor aprovechamiento
* Las amenazas existentes y la evaluación de las posibilidades de ocurrencia