

# PLAN EMPRESARIAL

## Resumen Ejecutivo

| Contenido   | Cumplido |    |
|---|----------|----|
|   | Si       | No |
| El Negocio  |          |    |
| Nombre del proyecto   |          |    |
| Introducción  |          |    |
| Naturaleza del proyecto                                       |          |    |
| Descripción del proyecto                                      |          |    |
| Justificación del proyecto                                    |          |    |
| Líneas de negocio detectadas                                  |          |    |
| Características del producto o servicio                       |          |    |
| - Descripción   |          |    |
| - Ventaja diferencial   |          |    |
| - Sustentabilidad del proyecto                                |          |    |
| Misión  |          |    |
| Visión  |          |    |
| Análisis FODA   |          |    |
| Objetivos   |          |    |
| - Objetivo general  |          |    |
| - Objetivos específicos                                       |          |    |
| - Objetivos estratégicos                                      |          |    |
| Organización final  |          |    |
| Descripción de funciones                                      |          |    |
| Ubicación geográfica  |          |    |
| Perfil de los emprendedores                                   |          |    |
| Estudio de Mercado  |          |    |
| El producto   |          |    |
| - Identificación y caracterización                            |          |    |
| - Usos del producto   |          |    |
| - Otros elementos del producto                                |          |    |
| - Productos sustitutos y/o complementarios                    |          |    |
| El usuario consumidor   |          |    |
| - Perfil del consumidor y/o cliente                           |          |    |
| - Comportamiento del consumidor                               |          |    |
| Análisis del sector   |          |    |
| - Ubicación del producto o servicio                           |          |    |
| - Antecedentes del mercado                                    |          |    |
| - Estructura actual del mercado nacional                      |          |    |
| - Desarrollo tecnológico e industrial del sector              |          |    |
| - Importaciones y exportaciones del producto a nivel nacional |          |    |
| Delimitación y descripción del mercado                        |          |    |

|   |  |  |
|---|--|--|
| - Delimitación del área geográfica  |  |  |
| - Descripción de condiciones de infraestructura                                   |  |  |
| - Identificación y análisis de variables específicas de influencia en el proyecto |  |  |
| - Descripción de características de la población                                  |  |  |
| - Definición de estrategias de generalización o de segmentación                   |  |  |
| - Definición y justificación del mercado objetivo                                 |  |  |
| Comportamiento de la demanda del producto   |  |  |
| - Evolución histórica de la demanda   |  |  |
| - Análisis de la demanda actual   |  |  |
| + Consumo aparente  |  |  |
| + Consumo per cápita  |  |  |
| - Características históricas de la demanda  |  |  |
| + Función de la demanda   |  |  |
| + Función del ingreso   |  |  |
| + Elasticidad   |  |  |
| - Pronóstico de la demanda futura   |  |  |
| + Tendencia histórica   |  |  |
| + Pronósticos basados en encuestas  |  |  |
| Comportamiento de la oferta del producto  |  |  |
| - Evolución histórica de la oferta  |  |  |
| - Análisis de la oferta actual  |  |  |
| + Identificación de principales participantes y competidores                      |  |  |
| + Potenciales   |  |  |
| + Análisis de empresas competidoras   |  |  |
| + Análisis de productos sustitutos  |  |  |
| - Análisis de la oferta futura  |  |  |
| Determinación del tipo de demanda existente en el mercado                         |  |  |
| Análisis de precios   |  |  |
| - Evolución histórica de los precios  |  |  |
| - Criterios y factores que permiten determinar los precios                        |  |  |
| - Precios determinados por la estructura de costos de la empresa                  |  |  |
| - Fijación de los precios base a la competencia                                   |  |  |
| - Proyección de los precios   |  |  |
| Comercialización del producto   |  |  |
| - La distribución del producto  |  |  |
| + Estructura de los canales   |  |  |
| + Selección de canales  |  |  |
| - Estrategias de precios  |  |  |
| + Márgenes de comercialización  |  |  |
| - Estrategias de promoción y publicidad   |  |  |
| - Estrategias de servicio   |  |  |
| - La venta  |  |  |
| + Proceso de la venta   |  |  |
| + Técnicas de la venta  |  |  |
| + Postventa   |  |  |
| - Presupuesto de la venta de mercadeo   |  |  |
| Impactos  |  |  |
| - Tecnológico   |  |  |
| - Ambiental   |  |  |
| - Social  |  |  |
| - Empresarial   |  |  |
| El mercado de insumos   |  |  |
| Conclusiones  |  |  |

# Estudio Técnico y Administrativo

## Tamaño

- Variables que determinan del tamaño de un proyecto
  - + Las dimensiones del mercado
  - + La capacidad de financiamiento
  - + La tecnología utilizada
  - + La disponibilidad de insumos
  - + La distribución geográfica del mercado
  - + Las estacionalidad y fluctuaciones
  - + La inflación, devaluación y tasas de interés
  - + La valoración del riesgo
- Capacidad del proyecto
  - + Capacidad diseñada, instalada y utilizada
  - + Capacidad inicial elevada y única
- Determinación del tamaño optimo

## Localización

- Proximidad y disponibilidad del mercado
- Proximidad y disponibilidad de materias primas
  - + Medios de transporte
  - + Disponibilidad de servicios públicos
  - + Micro localización
  - + Análisis y decisión de la localización mediante cuantificación de factores

## Proceso productivo

- El producto
  - + Descomposición del producto
  - + Especificación y descripción de materiales e insumos
- Análisis del proceso productivo
  - + Selección del proceso productivo
  - + Descripción del proceso productivo
  - + Diagramas y planes de desarrollo
    - Plan funcional general
    - Diagrama de bloques
    - Diagrama de flujo del proceso
- Segmentación del producto
  - + Productos principales
  - + Subproductos
  - + Residuos
- Programa de producción
- Cálculo de cantidades de materias primas e insumos
  - + Calculo de cantidades de materiales productivos
  - + Calculo de cantidades de materiales improductivos
  - + Calculo de otras cantidades de materiales e insumos requeridos por la planta de producción
  - + Calculo de cantidades de materiales e insumos requeridos por la parte administrativa
- Plan de compras
- Selección y especificación de equipos
  - + Calculo de maquinaria y otros equipos
  - + Descripción de la maquinaria y equipos
- Tecnología
  - + Mercado de tecnología
  - + Naturaleza de la tecnología requerida
    - Selección de la tecnología

|  |  |  |
|--|--|--|
| • Fuentes de tecnología  |  |  |
| • Formas de adquirir la tecnología                                       |  |  |
| • Costo de la tecnología   |  |  |
| - Competitividad y tecnología  |  |  |
| - Identificación de necesidades de mano de obra                          |  |  |
| Obras físicas y distribución en planta                                   |  |  |
| - Obras físicas  |  |  |
| - Distribución en planta   |  |  |
| + Principios básicos para una distribución óptima                        |  |  |
| + Tipos básicos de distribución de planta                                |  |  |
| + Cálculo de áreas de planta   |  |  |
| - Estimación de costos   |  |  |
| Estudio administrativo   |  |  |
| - Consideraciones de carácter general                                    |  |  |
| - Constitución jurídica de la empresa                                    |  |  |
| - Estructura organizacional (Organigrama)                                |  |  |
| - Funcionamiento de la organización                                      |  |  |
| + Definición de relaciones internas                                      |  |  |
| + Diseño del sistema de información y comunicación                       |  |  |
| + Manuales o instructivos de operación                                   |  |  |
| + Reglamentos  |  |  |
| + Programas especiales   |  |  |
| - Legislación  |  |  |
| - Registro   |  |  |
| - Cálculo de registros   |  |  |
| Conclusiones   |  |  |
| Estudio Económico y Financiero   |  |  |
| Determinación de inversiones y costos a partir de las variables técnicas |  |  |
| - Presupuesto de inversiones   |  |  |
| + Inversiones fijas  |  |  |
| + Inversiones diferidas  |  |  |
| + Capital de trabajo   |  |  |
| + Resumen de inversiones   |  |  |
| - Costos de producción   |  |  |
| + Costos de producción o de fabricación                                  |  |  |
| + Gastos de operación  |  |  |
| + Gastos de administración   |  |  |
| + Gastos de ventas   |  |  |
| - Ingresos   |  |  |
| - Punto de equilibrio  |  |  |
| Estados financieros  |  |  |
| - Estado de resultados   |  |  |
| - Flujo de efectivo  |  |  |
| - Balance general del proyectado   |  |  |
| Evaluación del proyecto  |  |  |
| - El Valor Presente Neto (VPN)   |  |  |
| - La Tasa Interna de Retorno (TIR)                                       |  |  |
| - El Valor Económico Agregado (EVA)                                      |  |  |
| - El Valor de Mercado Agregado (VMA)                                     |  |  |
| Conclusiones   |  |  |

## El Desarrollo del Producto

Estudio de viabilidad

Desarrollo de prototipos

- Diseño
- Dummy
- Funcional
- Puesto a punto

Aspectos jurídicos (Por cada producto/servicio)

- Legislación
- Registro
- Patentes
- Garantías
- NOM

## La Mercadotecnia

Diferenciación y posicionamiento esperable con el proyecto iniciativa

Matriz 5 fuerzas porter

Matriz de estudio de la competencia

Estrategias de comercialización (por producto/servicio)

- Atributos del producto
- Plaza/Canales de distribución
- Establecimiento del precio
- Promoción
- Mensaje

Identidad corporativa

- Nombre público de la empresa
- Indicadores de objetivos de la identidad
- Logo (logotipo, isotipo, isologotipo)
- Eslogan
- Sitio Web
- Brochure
- Simbología gráfica
- Identidad cromática
- Identidad cultural
- Escenarios de identidad

## El Plan de Empresa

Integración del plan de empresa

Calendario de actividades

- Creación de fases de crecimiento
- Determinación de periodos de reevaluación del plan empresarial
- Ajuste de todos los apartados de este plan a cada fase de crecimiento

Cronograma de operación

1. Realización de estudios técnicos y económicos
2. Constitución jurídica de la empresa
3. Solicitud de permisos a las autoridades
4. Negociación y compra de terrenos
5. Negociación y compra de equipos
6. Construcciones y obras civiles complementarias
7. Instalación y montaje
8. Puesta en marcha

# Anexos

¿Qué sigue?

Triunfar.

Formato diseñado por E. Gómez R.

[egomezr1300@alumno.ipn.mx](mailto:egomezr1300@alumno.ipn.mx)