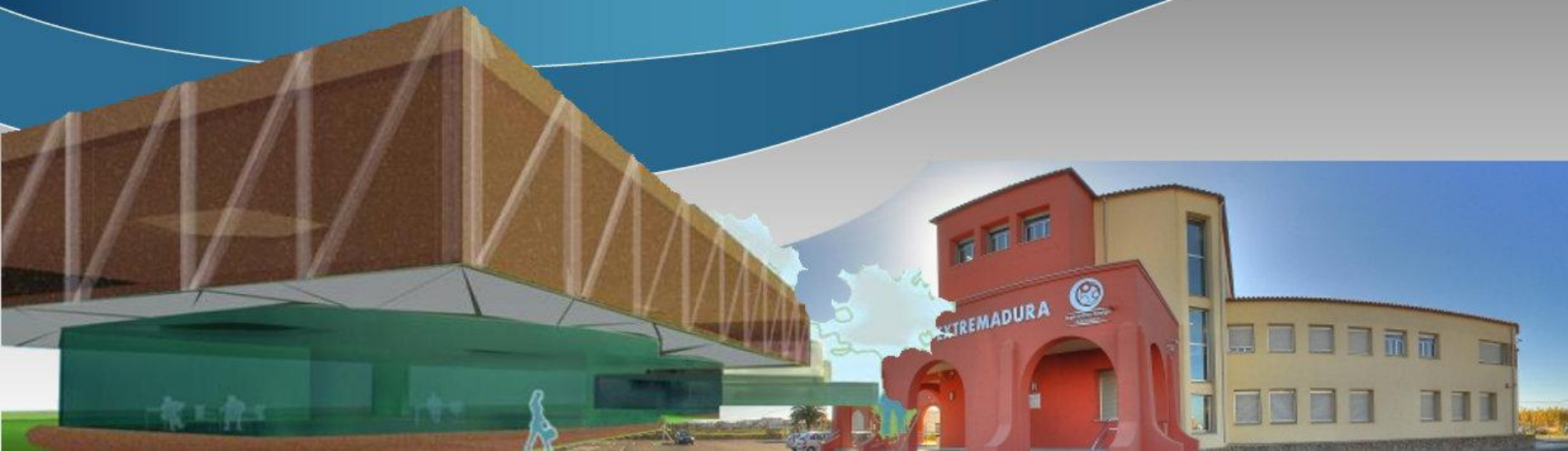


Curso de Verano: Emprender en la Nueva Economía



TALLER: PLAN DE NEGOCIO

14 de julio de 2010



DOS FACETAS

- ❑ Documento para terceros:

Destinado a determinados lectores
(financiadores, proveedores, instituciones, etc.)
que lo van a estudiar con objetivos diferentes

- ❑ Guía para el emprendedor:

Herramienta de trabajo que permite al
emprendedor reunir los datos necesarios y
estudiar y elaborar las diferentes decisiones y
programas de acción a fin de concretar el
proyecto

ANTES DEL PLAN

La realización del plan de negocio supone haber:

- Seleccionado la idea de negocio
- Definido el binomio producto / mercado
- Preevaluado la idea de negocio
- Reunido el equipo promotor óptimo
- Repartido tareas en el equipo promotor
- Formado e informado a parte del equipo

DOS FASES

La realización del Plan debe correr a cargo del promotor y consta de dos fases simultáneas:

- ❑ Reunir la información y definir el contenido del Plan, a partir de una metodología de búsqueda, asesoramiento, reflexión y toma de decisiones.
- ❑ Redacción propiamente dicha, en paralelo con la anterior

UTILIDADES DEL PLAN

- ❑ Guía para planificar y ejecutar una actividad empresarial
- ❑ Instrumento de búsqueda de financiación
- ❑ Desarrollo de nuevas estrategias y actividades
- ❑ Guía de las acciones a realizar desde el momento de la creación de la empresa
- ❑ Lista de comprobación de hitos a lograr

CARACTERÍSTICAS

Para que resulte de utilidad debe cumplir:

- ❑ Calidad de la información: clara, concisa, veraz y comprobable
- ❑ Actualidad de la información: puesta al día
- ❑ Integridad de la información: todas las áreas de la actividad empresarial
- ❑ Unidad de criterio en la redacción

FORMA

- ❑ La forma del plan contribuye a la credibilidad del promotor
- ❑ Debe ser leído y atraer la atención del lector
- ❑ El lector no tiene mucho tiempo, facilitar la lectura
- ❑ Producto personal del promotor o equipo promotor

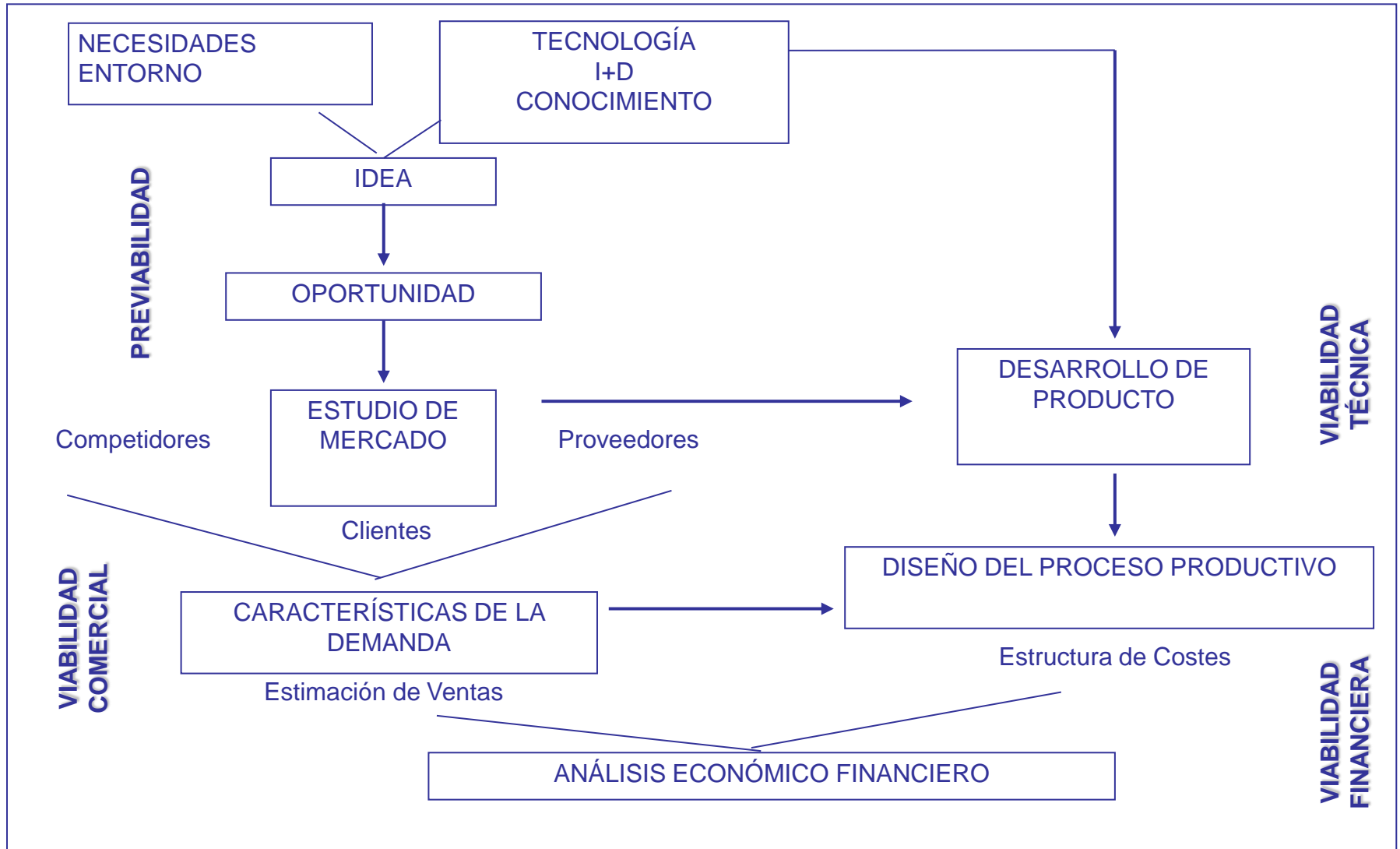
RECOMENDACIONES

- Evitar la sensación de conjunto de documentos independientes. Predefinir las normas de estilo
- Buen estilo
- Comunicativo
- Honestidad en la información
- Tercera persona en la conjugación de los verbos
- Orden en la exposición y coherencia en los contenidos
- Párrafos cortos que faciliten la buena exposición de ideas
- Evitar redundancias y anglicismos
- Principio de economía en las palabras
- Acentuar lo positivo, sin eliminar lo negativo
- Incluir conclusiones parciales y globales
- Conceptos clave en negrita que faciliten lectura rápida

PRESENTACIÓN

- ❑ Dos volúmenes, uno para el proyecto y otro para anexos
- ❑ Parte principal no exceder de 40 – 60 páginas
- ❑ Los anexos son documentos de apoyo a los argumentos
- ❑ Personalizar buscando una imagen corporativa
- ❑ Creatividad e innovación en la elaboración del documento
- ❑ Introducir figuras, gráficos y elementos que lo hagan atractivo
- ❑ Cuidar la calidad del papel y de la impresión
- ❑ Dejar márgenes suficientes para permitir anotaciones
- ❑ Orden coherente en los contenidos
- ❑ Pagar e introducir índice que facilite localización de contenidos
- ❑ Introducir antes del índice un resumen ejecutivo

LÓGICA DEL PLAN DE NEGOCIO



CONTENIDO

1. JUSTIFICACION DEL ENTORNO

1.1.SOCIO ECONOMICO

1.2.POLITICO LEGAL

1.3.TECNOLOGICO

2. VIABILIDAD COMERCIAL

2.1.MERCADO

2.1.1. COMPORTAMIENTO

2.1.2. TENDENCIAS

2.1.3. TAMAÑO

2.1.4. COMPETENCIA

2.2.MARKETING MIX Y MODELO DE NEGOCIO

2.2.1. PRODUCTO

2.2.2. PRECIO

2.2.3. DISTRIBUCION

2.2.4. PROMOCION

2.3.PREVISION DE VENTAS

3. VIABILIDAD TECNICA

3.1. TECNOLOGIA

3.2. MATERIALES

3.3. PROCESO DE PRODUCCION

3.4. LOCALIZACIÓN

3.5. NECESIDADES Y GESTIÓN DEL TALENTO

3.6.COSTES

4. PLAN DE I+D+I

5. VIABILIDAD FINANCIERA

5.1. CASH FLOW Y RENTABILIDAD

5.2. CUADRO INVERSIÓN - FINANCIACIÓN

5.3. RATIOS FINANCIEROS

5.4. ESTADOS FINANCIEROS

6. TRAMITES DE CONSTITUCION

7. CRONOGRAMA PREVISTO

UNA HERRAMIENTA: EL PLAN DE NEGOCIOS DE 4 PÁGINAS

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA

**BREVE DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO
JUSTIFICADA**

LÍNEAS DE NEGOCIO / OFERTA DE PRODUCTOS

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Página 1

UNA HERRAMIENTA: EL PLAN DE NEGOCIOS DE 4 PÁGINAS

MERCADO POTENCIAL

(Tamaño, comportamiento y tendencias)

MODELO DE NEGOCIO

Oferta de productos

Formas de contratación

Estrategia y Promoción

Canal y Alianzas comerciales

UNA HERRAMIENTA: EL PLAN DE NEGOCIOS DE 4 PÁGINAS

VIABILIDAD TÉCNICA

Descripción de la Tecnología (Desde un punto de vista técnico y de producción)

Sistema productivo, fases y capacidad

Necesidades técnicas y ubicación

Alianzas tecnológicas (qué hacemos / qué contratamos)

Talento

Costes de producción

UNA HERRAMIENTA: EL PLAN DE NEGOCIOS DE 4 PÁGINAS

ANÁLISIS FINANCIERO

Cuadro Inversión – Financiación

Flujo de Caja a 3 años

Rentabilidad esperada

Página 4



Muchas gracias por su atención

Antonio Verde
Director General
924 289 300 Ext. 89232
director@pctextremadura.com
www.pctextremadura.com

