

PLAN DE NEGOCIOS

Escriba aquí el nombre del proyecto empresarial

Emprendedores

Escriba los nombres de los emprendedores

Haga clic aquí para escribir una fecha.

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y LOS EMPRESARIOS	3
1.1 LOGOTIPO DE LA EMPRESA	3
1.2 RAZÓN SOCIAL Y SLOGAN DE LA EMPRESA	3
1.3 VISION DE LA EMPRESA.	3
1.4 MISIÓN DE LA EMPRESA.	3
1.5 VALORES INSTITUCIONALES.....	3
2. LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	3
2.1 DESCRIPCION DE PRODUCTOS y/o SERVICIOS	4
2.2 LÍNEA DE PRODUCTOS.....	4
2.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	4
2.4 COSTO DEL PRODUCTO	4
2.5 PRECIO DEL PRODUCTO	4
3. CONCLUSIONES.	5

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y LOS EMPRESARIOS

1.1 LOGOTIPO DE LA EMPRESA

Ubique el logotipo de su empresa, recuerde que el logotipo tiene que tener el nombre del producto, imagen asociada y slogan.

1.2 RAZÓN SOCIAL Y SLOGAN DE LA EMPRESA

La razón social de la empresa es el nombre legal de la empresa y el nombre del producto (recuerde que la empresa puede tener un nombre distinto al del producto o ser el mismo).

1.3 VISION DE LA EMPRESA.

Redacte la visión de su empresa de acuerdo con las metas propuestas a largo y corto plazo. Las metas deben ser realizables y medibles, estas metas están ligadas a los objetivos de la empresa y tienen que estar proyectadas por lo menos a tres años.

1.4 MISIÓN DE LA EMPRESA.

Redacte la misión de su empresa teniendo en cuenta que en esta se establece a que se va a dedicar su empresa y cuáles son los deseos por lograr de acuerdo con las metas propuestas a largo y corto plazo. Las metas deben ser realizables y medibles.

1.5 VALORES INSTITUCIONALES.

Elabore una lista de mínimo cinco valores que su empresa promoverá en el tiempo de proyección de su idea de negocio.

2. LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Lo primero que hay que hacer es una definición y concreción de la actividad a la que se dedica la empresa, cómo la lleva a cabo y qué la diferencia de los demás. Aunque esto puede parecer un paso simple, es sorprendente la cantidad de empresas que no saben a qué se dedican o que definen su actividad de una manera muy vaga, con lo que los esfuerzos para conseguir los objetivos también son difusos y se diluyen persiguiendo cada vez una cosa o manteniéndose en una indefinición constante.

Esa definición debe responder, al menos, a las siguientes preguntas:

- ¿A qué negocio nos dedicamos? Debemos detallar cuál es el producto que vamos a producir o comercializar y/o el servicio que vamos a prestar.
- ¿Qué diferencia existe entre mi negocio y el de la competencia? Debemos pensar siempre desde la perspectiva de mejorar, ser diferentes, innovar, etc. Por ello, hay que generar la diferenciación que hará que nos prefieran a nosotros y no a la competencia. Además, esta ventaja debe ser sostenible en el tiempo.
- ¿Cuál es el valor agregado que obtendrá mi cliente? Tiene que definirse una serie de valores que identifiquen nuestra empresa, como: calidad, cumplimiento, agilidad, servicio adicionales, etc., y debemos señalarlos brevemente aquí.

2.1 DESCRIPCION DE PRODUCTOS y/o SERVICIOS

Describa, el producto o los productos si maneja mas de uno en forma que se puedan visualizar a través de la lectura.

2.2 LÍNEA DE PRODUCTOS

Conforme, liste y describa las líneas de productos. Puede concentrarse en los beneficios inimaginables de los bienes a través de una lluvia de ideas. Recuerde describir la oferta de sus productos en términos de las necesidades del cliente, pues de esta manera se encontrará frecuentemente descubriendo nuevas necesidades para satisfacer y nuevos tipos de clientes. Así es como se generan las ideas.

2.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Diseñe a través de un proceso explicativo, la forma como se elabora el producto, haga uso de dibujos o fotografías que evidencien y apoyen éste proceso.

2.4 COSTO DEL PRODUCTO

Establezca, liste y defina los insumos utilizados o requeridos para la elaboración del producto indicando el valor que se invierte.

2.5 PRECIO DEL PRODUCTO

Establezca el precio de venta por medio del uso lógico, concreto y real del margen de utilidad que desea recibir como empresa, teniendo en cuenta que servirá como medio para cubrir costos y gastos de la empresa.

3. CONCLUSIONES.

- La oportunidad de mercado, el producto y la capacidad de generar valor.
- Tamaño de mercado, y participación en el mercado de la empresa.
- Ubicación geográfica del proyecto, radio de acción y ampliación de cubrimiento en el tiempo (si lo hubiera)
- Inversión requerida, ingresos años 1, 2 y 3 análisis de rentabilidad sobre ventas e inversión.
- El equipo emprendedor y su capacidad para dirigir la empresa.