



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS 2020 **CIENCIAS EMPRESARIALES**

El objetivo de la presente guía es proporcionar a los estudiantes de articulación fundamentos necesarios que les permita desarrollar su proyecto de grado.

RESUMEN EJECUTIVO

Es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, es lo primero o a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto, y en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, etc. Con este resumen, se busca captar la atención del lector y motivarlo a aprender más acerca del proyecto.

1. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO

Los objetivos indican cuáles son las metas a alcanzar: a qué resultados se quiere llegar. Deben expresarse en forma concisa, clara, y empiezan con un verbo en infinitivo, es decir, el verbo debe terminar en AR, ER O IR (Analizar, desarrollar, describir, etc.). Los objetivos deben responder a un QUÉ, POR QUÉ Y PARA QUÉ.

1.1 OBJETIVOS GENERALES

Expresan el propósito central del proyecto.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se derivan del objetivo general y lo concretan, señalando el camino que hay que seguir para conseguirlo. Son cuantificables, medibles mediante indicadores y directamente verificables.

2. JUSTIFICACIÓN

Explica de forma convincente las razones del por qué y para qué se va a realizar el plan de negocios.

3. DEFINICIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Consiste en describir de manera corta y precisa de las operaciones básicas del negocio. Además, se debe tener en cuenta:

3.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

4. ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO DEL PRODUCTO O SERVICIO

4.1 ANÁLISIS DEL MERCADO ESPECÍFICO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Estudio del mercado específico del producto teniendo en cuenta el lugar geográfico de operación y los siguientes aspectos:

4.1.1 Portafolio de producto o servicio

4.1.2 Nombre del negocio

4.1.3 Logo y slogan

4.1.4 Competencia

4.1.5 Origen y/o historia del producto

4.1.6 Definición del tipo de cliente

4.1.7 Estrategias de precio



- 4.1.8 Estrategias de distribución y/o comercialización
- 4.1.9 Estrategias de promoción

5. DISEÑO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

- 5.1 TIPO DE DISEÑO
- 5.2 METODOLOGÍA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
 - 5.2.1 Población y muestra
 - 5.2.2 variables
 - 5.2.3 Instrumentos para la recolección de la información
- 5.3 RESULTADOS Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En esta etapa se define cómo se va a organizar la empresa, así como su estructura organizacional.

- 6.1 ANÁLISIS DOFA
- 6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
- 6.3 DEFINICIÓN DE LOS CARGOS Y LAS FUNCIONES
- 6.4 MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL
- 6.5 REGISTROS SANITARIOS PARA LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS (si aplica)

7. ESTUDIO LEGAL

Es muy importante el conocimiento de las diversas posibilidades legales a la hora de escoger la forma jurídica más adecuada para la empresa, para ello se debe efectuar un planteamiento de las diferentes alternativas y el análisis de las ventajas e inconvenientes de cada forma:

- 7.1 ANÁLISIS DEL TIPO DE SOCIEDAD
 - 7.1.1 Definición del tipo de sociedad
 - 7.1.2 Particularidades del tipo de sociedad
- 7.2 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD
- 7.3 DOCUMENTOS LEGALES

8. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

En esta etapa deben quedar establecidos todos aquellos aspectos económicos y financieros que son de gran importancia para la organización.

- 8.1 DETERMINACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS
- 8.2 PROYECCION DE INGRESOS
- 8.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS
- 8.4 PLA DE FINANCIAMIENTO

9. CONCLUSIONES

Presentación de los resultados fundamentales teniendo en cuenta los objetivos planteados

10. BIBLIOGRAFÍA

Listado de las fuentes documentales citadas teniendo en cuenta las normas APA

11. ANEXOS

“EL PROYECTO DEBE SER REALIZADO TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS APA”