

Mayo-Agosto 2014

Índice Plan de Negocios

Noveno cuatrimestre

PLAN DE NEGOCIOS NOVENO CUATRIMESTRE Mayo-Agosto 2014	
OBJETIVO: El alumno dirigirá la ejecución del plan de negocios con base en el proceso de implementación, para contribuir al logro de los objetivos organizacionales	
COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN DE COMPETENCIAS
Competencia específica 1. Gestión de consultoría	Dirigir los procesos de consultoría financiera, de mercadotecnia y reingeniería, con base en la normatividad aplicable para elevar la competitividad de la organización.
Competencia específica 2. Habilidades gerenciales	Dirigir la planeación estratégica para la toma de decisiones que asegure el logro de los objetivos de la organización
MATERIAS QUE INVOLUCRA:	
Administración de Organizaciones	Mtra. Martha Becerril Falcón Mtro. Fernando Aguirre Tapia Lic. Rogelio Ferral Moreno
Dirección de Mercadotecnia	Mtro. Jair Reséndiz Jiménez Lic. Fernanda Macías Mejía
Integradora I	Mtro. Jair Reséndiz Jiménez Lic. Fernanda Macías Mejía
Dirección de Equipos de Alto Rendimiento	Lic. Rogelio Ferral Moreno Ing. Adrián R. Valdez Dorado Mtra. Martha Becerril Falcón

Índice del trabajo impreso
PRIMERA PARTE. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.
1. Resumen ejecutivo
2. Introducción
3. Descripción General del Negocio
3.1. Descripción de la necesidad y del producto o servicio que la satisface.
3.2. Nombre
3.3. Eslogan
3.4. Marca
4. Determinación de la filosofía empresarial de la empresa
5. Objetivos empresariales
5.1. Corto Plazo
5.2. Mediano Plazo
5.3. Largo Plazo
6. Análisis del Entorno (Interno y Externo)
7. Análisis de la industria o sector
7.1. Ciclo de vida del producto
7.2. Matriz BCG

8. Ventajas competitivas
SEGUNDA PARTE. MERCADO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis del mercado 2. Análisis de la competencia 3. Estudio de mercado (<i>subíndice</i>) 4. Segmentación de mercados <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Geográfica 4.2 Demográfica 4.3 Psicográfica 4.4 Conductual
TERCERA PARTE. PLAN DE MERCADOTECNIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de mercadotecnia 2. Definición del producto o servicio 3. Características y beneficios del producto 4. Posicionamiento
<ol style="list-style-type: none"> 5. Tácticas de mercadotecnia <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Producto <ol style="list-style-type: none"> 5.1.1 Marca 5.1.2 Eslogan 5.1.3 Envase, empaque y embalaje 5.1.4 Etiqueta 5.2 Precio <ol style="list-style-type: none"> 5.2.1 Políticas de fijación de precio 5.2.2 Precio de venta 5.3 Plaza <ol style="list-style-type: none"> 5.3.1 Ubicación de la empresa 5.3.2 Canales de distribución 5.3.3 Logística (proveedores, transporte, rutas o estrategias de entrega al punto de venta) 5.4 Promoción <ol style="list-style-type: none"> 5.4.1 Publicidad 5.4.2 Promoción de ventas 5.4.3 Ventas personales 5.4.4 Relaciones Públicas 5.4.5 Mercadotecnia directa 5.4.6 Merchandising (diseño y distribución del lugar) 5.5 Personal
CUARTA PARTE. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Objetivos del producto y/o servicio. 2. Especificación del producto y/o servicio. 3. Proceso de Producción y Ventas (Incluir diagramas de flujo y layouts). <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Abasto.- Materia prima y proveedores (requerimientos y cantidades de materia prima y nombre, precios y ubicación de proveedores). 3.2 Producción y/o operaciones (prestación de servicios). <ol style="list-style-type: none"> 3.2.1 Maquinaria y/o herramientas de trabajo (especificación técnica, costo y capacidad de producción) 3.2.2 Identificación de los rubros y costos de producción/ operación. 3.2.3 Aspectos de control de calidad (especificaciones). 3.3. Distribución y Ventas. <ol style="list-style-type: none"> 3.1.1 Actividades y costos para la distribución del producto, servicios de outsourcing.

3.1.2 Actividades para el desarrollo del Plan de Ventas.

PARTE CINCO. ADMINISTRACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN (RRHH)

1. Responsables del proyecto (currículums de los emprendedores).
2. Organigrama.
3. Descripciones de puestos.
4. Cantidad de Personal y Costo de Nómina (corto, mediano y largo plazo).
5. Administración de sueldos y salarios.
6. Evaluación del desempeño.
7. Marco Legal.
 - 7.1. Determinación de la personalidad jurídica (sociedad anónima, persona física con actividad empresarial, etc.).
 - 7.2. Participación de capital de los socios (% de derecho sobre las utilidades de la empresa)
 - 7.3. Trámite o permiso adicional requerido para iniciar actividades –solo si para el tipo de actividad se requiriese trámites adicionales a los regulares para cualquier empresa.
 - 7.4. Asociaciones con entidades.
 - 7.5. Patentes, registros, uso de marcas registradas.

PARTE SEIS. CONTABILIDAD Y FINANZAS

1. Objetivos de la contabilidad del negocio
2. Balance Inicial (Inversión inicial y fuentes de financiamiento inicial)
3. Estados financieros (en pesos constantes)
 - 3.1 Flujo de efectivo por tres años (año 1 mensualmente años 2 y 3 anualmente)
 - 3.2 Estado de resultados anual (año 1 mensualmente años 2 y 3 anualmente)
 - 3.3 Balance general anual (al final de cada año, por 3 años)
4. Indicadores Financieros
 - 4.1 Liquidez / Prueba del ácido
 - 4.2 Período de recuperación de inversión –pay back.
 - 4.3 Rentabilidad sobre la inversión
 - 4.4 Rentabilidad sobre el capital contable
 - 4.5 Punto de Equilibrio.

ANEXOS

1. Listado de clientes potenciales
2. Formatos de procedimiento
3. Encuestas aplicadas
4. Formatos de trámites legales realizados y por realizar
5. Tecnología de Información.- Software, hardware, origen de la tecnología, licencias.
6. Información relevante complementaria
7. Contratos, certificados y actividades importantes
8. Diseño de stand o local
9. Diseños de publicidad
10. Reglamentos
11. Plan de Trabajo en gráfica de Gantt.
12. Varios

Nota: Se incluirán adicionalmente como anexo los documentos solicitados por el comité EBC, de acuerdo a las características de cada proyecto.