

ASPECTOS FORMALES

Papel: el tamaño del papel es A4

Tipos y tamaño de letra para textos: Times New Roman/Arial de 12

Interlineado: 1,5

Márgenes y alineación: los márgenes deben ser uniformes de al menos 2,5 cm en la parte superior, inferior, derecha e izquierda de cada página. La alineación debe ser justificada. No se debe dividir las palabras en sílabas al final de una línea. No utilizar guiones para separar las palabras.

Números de página: los números de página deben ir en la esquina superior derecha en números arábigos (a partir de donde se inicia el texto o la introducción), excepto en aquellas que se destinan para la incorporación de ilustraciones.

Para recordar

- Los títulos no llevan puntos finales. Las mayúsculas se acentúan
- El empleo de la mayúscula no exime de poner la tilde cuando así lo exijan las reglas de acentuación: **ÁFRICA**, África. Únicamente las siglas, que se escriben enteramente en mayúsculas, no llevan nunca tilde: CIA (del ingl. Central Intelligence Agency), y no CÍA. (Diccionario Panhispánico de dudas 2005. <http://www.rae.es/>)
- Signos de admiración e interrogación: son utilizados al inicio y al final, luego de estos signos no se usa ninguna otra puntuación
- Evitar el lenguaje sexista: se puede consultar al Diccionario Panhispánico de dudas 2005. <http://www.rae.es/>
- Unificar tiempo de verbos desde el inicio hasta el final del trabajo
Los meses del año van en minúscula
- Verificar que los títulos o subtítulos no queden sueltos

- Verificar siempre la concordancia a lo largo del texto.
- Redactar en tercera persona del singular.
- Verificar que la encuadernación esté bien paginada
- Recordar que los nombres propios no se traducen

Recordar también que la redacción eficaz requiere que se den los siguientes factores:

- Tener claridad en el objetivo del trabajo
- Tomar en consideración al destinatario
- Plantear de manera cuidadosa el contenido
- Utilizar el tono adecuado
- Estar actualizados en materia idiomática
- Adoptar una actitud crítica y autocrítica

Por lo tanto, las cualidades que contribuyen a que la redacción sea adecuada son la claridad, la concisión, la sencillez, la precisión y la propiedad.

ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS - GRADO

Una estructura o formato usual en el desarrollo de un plan de negocios, está compuesto por las siguientes etapas:

- Páginas Preliminares
 - Portada
 - Dedicatoria
 - Agradecimientos
 - Índice General o Tabla de Contenidos
 - Lista de figuras/ilustraciones
 - Lista de tablas
 - Lista de gráficos
 - Lista de organigrama
 - Lista de fluxograma
- Resumen Ejecutivo (máximo 500 palabras)
 1. Idea del Negocio
 2. Estrategia Competitiva y Empresarial
 3. Mercado
 4. Plan de Marketing
 5. Estudio Técnico
 6. Plan Administrativo
 7. Plan Financiero
 8. Bibliografía
 9. Anexos

Resumen Ejecutivo (máximo 500 palabras)

En esta etapa, conocida también como el resumen ejecutivo, debemos señalar los datos básicos del negocio, así como un resumen del plan de negocios (de las otras etapas que lo conforman), por lo que esta etapa debe ser desarrollada después de la elaboración de las demás, pero puesta al inicio del plan.

En esta etapa, además de los datos básicos del negocio, debemos mostrar en una sola lectura de qué trata el proyecto, por lo que su desarrollo no debe abarcar más de dos páginas, en él debemos señalar:

- Los datos principales del negocio: el nombre del proyecto o empresa, su ubicación, el tipo de empresa, etc.
- La descripción del bien o servicio que brindaremos.
- La idea de la necesidad u oportunidad del negocio: cuáles son las principales razones que justifican la propuesta del negocio, por qué hemos escogido este negocio, por ejemplo, debido a alguna necesidad insatisfecha, a alguna ventaja competitiva que tengamos y queramos aprovechar, etc.
- Las características innovadoras o diferenciales de nuestro bien o servicio: qué vamos a ofrecer que sea innovador, novedoso y que nos va a permitir diferenciarnos de nuestros competidores.
- Nuestras ventajas competitivas: en qué aspectos del negocio tendremos ventajas ante nuestros competidores, y cuáles serán los factores que permitirán la viabilidad del negocio y su sostenimiento con el tiempo.
- Los objetivos del negocio: cuáles son los objetivos que buscaremos una vez puesta en marcha el negocio.
- Las estrategias del proyecto: cuáles son las principales estrategias

que utilizaremos para conseguir los objetivos.

- La inversión requerida: cuánto es lo que necesitaremos de inversión, cuánto usaremos de capital propio y cuánto será el requerimiento de financiamiento externo.
- El retorno sobre la inversión total: a cuánto ascenderá la rentabilidad del negocio.
- El resumen del resultado de la evaluación financiera (indicadores VAN y TIR).
- El impacto ambiental del proyecto.
- Las conclusiones a las que habremos llegado una vez culminada la realización del plan de negocios.

SEDES

Ciudad del Este, Paraguay | Avda. Mcal. Estigarribia esq. Cap. Brizuela | +595 61 500 106
Encarnación, Paraguay | Avda. Mcal. Estigarribia 1269 c/14 de mayo | +595 71 209 097

1. Idea del negocio

1.1. Definición de la Idea del Negocio,

1.1.1. Objetivo General,

1.1.2. Objetivo(s) Específico(s)

1.1.3. Orientación del Plan de Negocios

1.1.4. Selección de Incoterms

1.1.5. Selección de agente de transporte

1.1.6. Documentación necesaria para flujos logísticos

1.1.7. Ruta principal y alternativa

1.1.8. Minimización de riesgos

Obs: Desde el punto 1.1.4 hasta el 1.1.8 se aplica a la carrera de Comercio Exterior.

2. Estrategia Competitiva y Empresarial

2.1. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter

2.1.1. Intensidad de la rivalidad entre competidores de un sector.

2.1.2. Amenaza de nuevos entrantes

2.1.3. Amenaza de productos o servicios sustitutos

2.1.4. Poder de negociación con los clientes,

2.1.5. Poder de negociación con los proveedores

2.2.Estrategia Empresarial

2.2.1.Análisis situacional (FODA)

2.2.2.Ideología central y proyección de futuro

2.2.2.1.Misión

2.2.2.2.Valores

2.2.2.3.Visión

2.2.3.Enfoque estratégico

2.2.3.1.Objetivos Estratégicos

2.2.4.Control de gestión

2.2.4.1.Mapa estratégico

2.2.4.2.Balanced Scorecard

3. Dirección de Marketing

3.1. Análisis del mercado y la competencia

En esta etapa de estudio o investigación de mercado, investigaremos, analizaremos y señalaremos todo lo relacionado al mercado: cuál será nuestro mercado objetivo, cuál será nuestra futura demanda, quiénes serán nuestros competidores, quiénes serán nuestros proveedores, y cuáles serán las estrategias de marketing que utilizaremos:

3.1.1. Análisis del mercado,

3.1.2. Mercado geográfico,

3.1.3. Segmentación de clientes

3.1.4. Mercado objetivo,

3.1.5. Mercado potencial

3.1.6. Investigación de mercado

3.1.7. Análisis de la competencia

3.2. Determinación de la estrategia del mercado. Mix de marketing

En este punto diseñamos, desarrollamos y señalamos todas las estrategias de marketing o estrategias comerciales que aplicaremos una vez puesto en marcha el negocio, teniendo en cuenta las características del consumidor que conforma nuestro mercado objetivo, y al análisis de la competencia que hemos realizado previamente.

3.2.1.Producto/servicio. Características, Atributos diferenciadores. Propuesta de valor.

3.2.2.Precios. Matriz comparativa con competidores y sustitutos.

3.2.3.Plaza. Posición. Canales de distribución. Vía de acceso al cliente,

3.2.4.Promoción. Comunicación. Campañas, anuncios, contenido, ATL/BTL,

3.3.Presupuesto de Marketing.

3.3.1.Detalle aquí los gastos del plan de marketing según plantilla/formulario

3.3.2.Cronograma Plan de medios

3.3.3.Cuota de mercado y volumen de ventas

SEDES

Ciudad del Este, Paraguay | Avda. Mcal. Estigarribia esq. Cap. Brizuela | +595 61 500 106
Encarnación, Paraguay | Avda. Mcal. Estigarribia 1269 c/14 de mayo | +595 71 209 097

4. Estudio técnico

En esta tercera etapa diseñamos y definimos todos los procesos que conformarán el negocio, incluyendo el proceso de compras, el proceso de transporte, el de almacenaje, el de producción, de distribución, de ventas, etc. Señalamos las fases o etapas que conforman cada proceso, el personal encargado, la disposición del área productiva, la localización de las máquinas, las disposiciones técnicas, etc.

Igualmente, en esta etapa definimos cuál será la organización de la empresa, señalando las áreas de la empresa, el personal requerirá cada área, cuáles serán sus funciones, cuáles serán sus obligaciones, cuáles sus responsabilidades, quienes serán sus superiores jerárquicamente, y quiénes serán sus subordinados.

4.1. Especificaciones del producto o servicio,

4.1.1. Especificaciones y requisitos del producto o servicio,

4.1.2. Área de producción,

4.1.3. Equipos e infraestructura.

5. Plan Administrativo

5.1. Estructura organizativa

5.1.1. Organigrama

5.1.2. Estructura salarial

5.1.3. Tipo de sociedad

5.1.4. Responsabilidad social empresarial

5.1.5. Flujo de procesos

6. Plan financiero

6.1. Inversión inicial

6.1.1. Activos

6.1.1.1. Activos fijos o tangibles:

Terreno y construcciones, infraestructura (local), maquinarias y equipos, herramientas, mobiliarios, otros tangibles (por ejemplo, extintores)

6.1.1.2. Activos intangibles

Gastos de puesta en marcha, gastos legales (constitución, licencia, permisos), selección y capacitación de personal, publicidad, otros intangibles.

6.1.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el dinero que necesitaremos para poner en funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente.

Para un mejor análisis el Capital de Trabajo, éste lo podemos dividir o clasificar en realizable, disponible y exigible:

6.1.2.1. Realizable:

Conformado por todo aquello que puede ser almacenado, por ejemplo, materias primas o insumos (cuando se trata de una empresa productora), productos en proceso, productos terminados (cuando se trata de una empresa comercializadora: empresa dedicada a la compra y venta de productos), envases.

SEDES

Ciudad del Este, Paraguay | Avda. Mcal. Estigarribia esq. Cap. Brizuela | +595 61 500 106
Encarnación, Paraguay | Avda. Mcal. Estigarribia 1269 c/14 de mayo | +595 71 209 097

6.1.2.2. Disponible:

Se refiere al dinero requerido para pagar diversos servicios después de que hayan sido utilizados, por ejemplo, pago de servicios básicos (luz, agua, teléfono), planilla administrativa, planilla de venta, remuneraciones, mantenimiento, tributos municipales.

6.1.2.3. Exigible:

Desembolsos que se realizan por anticipado; se denominan exigibles, porque uno gasta o invierte, y luego *exige* el derecho a uso; son exigibles, por ejemplo, el adelanto a proveedores, adelanto de contrato, alquiler del local, publicidad, seguros.

6.1.3. Financiamiento

6.2. Ingresos y Egresos

En esta etapa desarrollamos las proyecciones de los ingresos y egresos que obtendrá el negocio, una vez puesto en marcha (Flujo de Caja Proyectado y Cuenta de Resultados Proyectado).

Para ello nos basamos en el pronóstico de ventas (el cual hemos realizado en la etapa de estudio de mercado) y en el pronóstico de egresos (el cual hemos realizado en la etapa de estudio de la inversión).

En el caso de hacer uso de financiamiento externo, haremos primero la proyección del pago de la deuda, y luego la incluiremos en las proyecciones de ingresos y egresos.

6.2.1. Ingresos

6.2.2. Egresos

6.2.2.1. Egresos desembolsables:

Costos directos, costos indirectos, gastos de administración, gastos de ventas, gastos financieros.

6.2.2.2. Egresos no desembolsables:

Depreciación, amortización de intangibles.

6.3. Aspectos Económicos – Financieros.

6.3.1. Estado de Resultados con análisis de sensibilidad,

6.3.2. Balance

6.3.3. Estado de Origen y aplicación de fondos

6.3.4. Puntos de equilibrio

6.3.5. VAN, TIR, PAYBACK (por escenarios)

6.3.6. Conclusión Financiera

7. Bibliografía

8. Anexos

A MODO DE INFORMACIÓN

Espesor \ Ancho	1"	1 1/2"	2"	3"	4"
1/2"	0,137	0,205	0,273	0,410	0,547
3/4"	0,205	0,307	0,410	0,651	0,820
1"	0,273	0,410	0,547	0,820	1,093
1 1/2"	0,410	0,615	0,820	1,230	1,640
2"	0,547	0,820	1,093	1,640	2,187
3"	0,820	1,230	1,640	2,480	3,280
4"	1,093	1,64	2,187	3,280	4,373
5"	1,367	2,05	2,733	4,100	5,467
6"	1,640	2,46	3,280	4,920	6,560

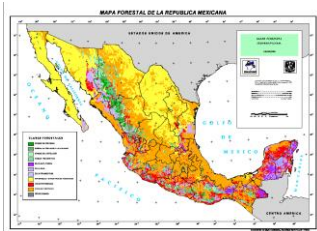
Tabla: cuadro o catálogo de números de especie determinada, dispuestos en forma adecuada para facilitar los cálculos: (tabla de multiplicar, de logaritmos, astronómicos). La tabla es una red de

columnas y filas que en su mayoría se compone de datos numéricos.

	ECONOMÍA	SOCIEDAD	POLÍTICA	CULTURA
ALTA EDAD MEDIA	Agrotario ganadero de subsistencia con explotaciones de transformación caseras.	Facultades como la cohesión social y la solidaridad humana por el patrimonio de las instituciones y pertenencias.	Poder de la propiedad privada por la cultura y el arte.	Ciencias exactas y naturales con predominio de la cultura clásica. Dominio de la cultura clásica y medieval. Dominio de la cultura clásica y medieval. Dominio de la cultura clásica y medieval.
BAJA EDAD MEDIA	Integración de la agricultura y ganadería con explotación de subsistencia y ganadería de subsistencia.	El campo constituye el eje de la actividad económica y social. Dominio de la cultura clásica y medieval.	Facultades como la cohesión social y la solidaridad humana por el patrimonio de las instituciones y pertenencias.	Facultades como la cohesión social y la solidaridad humana por el patrimonio de las instituciones y pertenencias.

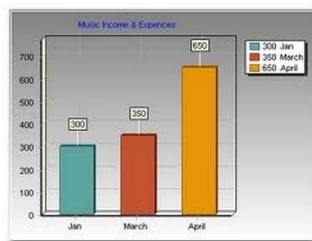
Cuadro: conjunto de nombres, cifras u otros datos presentados gráficamente, de manera que se advierta la relación existente entre ellos. Un cuadro es una red de columnas y

filas que funciona a manera de tabla de doble entrada, con texto en la mayoría de sus celdas.

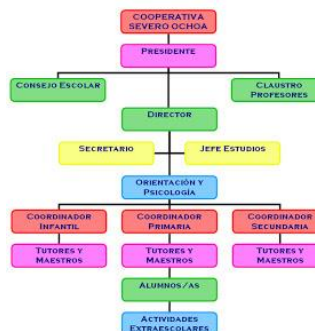


Imágenes o ilustraciones: Una imagen es cualquier foto, dibujo. Una ilustración es un dibujo que se utiliza

para expresar algo y que acompaña a un texto en un libro, **Gráfico:** representación de datos, numéricos, mediante líneas, símbolos, para ver la relación que guardan entre sí y facilitar su la mayoría de los caso en forma de **Organigrama:** representación

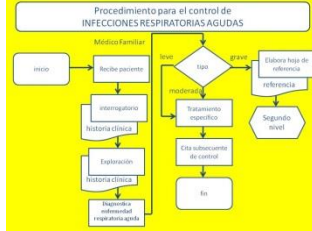


generalmente un cartel. generalmente superficies o esos datos interpretación, en porcentaje. gráfica de la



estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así

como de las personas que trabajan en las mismas.



Fluxograma: es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones de que se compone un procedimiento o parte de él, estableciendo su secuencia

cronológica.