

FICHA DE REGISTRO DEL PLAN DE NEGOCIO

1 ASPECTOS GENERALES

1.1 DATOS GENERALES

Nombre de la Propuesta Productiva

Monto Total de Inversión

Cofinanciamiento solicitado

1.2 RESPONSABLES DE LA FORMULACIÓN

NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	DNI

1.3 ANTECEDENTE

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.5 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA: NUESTRA PROPUESTA CONSISTE ESPECÍFICAMENTE EN:

1.6 CLASIFICADOR DEL GASTO: LA UBICACIÓN DE LA PROPUESTA PRODUCTIVA:

FUNCIÓN	
DIVISIÓN	
GRUPO	

1.7 OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA PRODUCTIVA

a) MISIÓN:

b) VISIÓN

c) OBJETIVOS (DEBEN SER MEDIBLES Y/O CUANTIFICABLES)

1.8 UBICACIÓN DE LA PROPUESTA PRODUCTIVA: LA PROPUESTA PRODUCTIVA INTERVIENE EN LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES

UBICACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA	MARCA	DESCRIBIR BREVEMENTE
PRODUCCIÓN		
POST-PRODUCCIÓN		
TRANSFORMACIÓN		
COMERCIALIZACIÓN		

1.9 FUNDAMENTAR QUE LA PROPUESTA PRODUCTIVA NO ES DUPLICACIÓN DE OTRA.

--

2 EL PRODUCTO Y LA CADENA PRODUCTIVA

2.1 EL PRODUCTO DE LA PROPUESTA PRODUCTIVA: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A VENDER, INCLUYE IMAGEN

--

2.2 DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL: DESCRIBIR COMO ESTÁ EL NEGOCIO, EN QUÉ SITUACIÓN SE ENCUENTRA:

--

2.3 LA CADENA PRODUCTIVA:

PRODUCTO	
SECTOR	
CADENA	
ESLABONAMIENTO	

2.4 ALIANZAS ESTRATEGICAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO: *¿La propuesta productiva a identificado alianzas estratégicas para la producción u oportunidades de negocios para la comercialización, probables o concretadas, instituciones u otras organizaciones.*

DESCRIPCIÓN DE LA ALIANZA ESTRATÉGICA U OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	FINALIDAD	EMPRESA U ORGANIZACIÓN	LA ALIANZA U OPORTUNIDAD ¿ES PROBABLE O CONCRETA*?
1			
2			
3			
4			
...			

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA ACTUAL: *¿A QUIÉN Y DONDE VENDEREMOS NUESTRO PRODUCTO Y/O SERVICIO LUEGO DEL COFINANCIAMIENTO SOLICITADO?*

--

3.2 PROYECCION DE LA DEMANDA: *SE DEBERÁ PROYECTAR POR LO MENOS DE 5 AÑOS*

AÑO	POBLACION (demandante potencial)	POBLACION CONSUME (efectiva)	DEMANDA (del producto a vender) (TM)
2015			
2016			
2017			
2018			
2019			
2020			

Definir los supuestos y criterios técnicos para proyectar la demanda; de tratarse de un plan de negocio que involucra la demanda de más de un producto, deberá hacer la proyección para cada producto.

3.3 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA ACTUAL: *describir las características de los competidores*

--

3.4 PROYECCION DE LA OFERTA:

EMPRESA / ASOCIACION	PROCEDENCIA	OFERTA (TM) 2015	OFERTA (TM) 2016	OFERTA (TM) 2017	OFERTA (TM) 2018
TOTAL PRODUCCION					

(Colocar la fuente)

Definir los supuestos y criterios técnicos para proyectar la oferta; de tratarse de un plan de negocio que involucra el análisis de la oferta de más de un producto, deberá hacer la proyección para cada producto.

3.5 BRECHA DEMANDA Y OFERTA: *en el marco de la estructura de mercado existente; con el propósito de evaluar la viabilidad de mercado, teniendo en cuenta los riesgos existentes*

AÑO	DEMANDA	OFERTA	BRECHA
2016			
2017			
2018			
2019			
2020			

Nota: deberá adjuntar el Excel del Estudio de Mercado (demanda, oferta y brecha).

De tratarse de un plan de negocio que involucra la producción de más de un producto, deberá determinar la brecha para cada producto.

3.6 ESTRATEGIA DE MARKETING: *Se debe señalar como se logrará la ventaja competitiva necesaria para que los bienes y servicios generados por la propuesta productiva, sean demandados efectivamente por el público objetivo*

ESTRATEGIA DE PRODUCTO	
ESTRATEGIA DE PRECIO	
ESTRATEGIA DE PLAZA	
ESTRATEGIA DE PROMOCIONES	

4 ESTUDIO TECNICO

4.1 DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION: *deberá describir brevemente el proceso de producción, y definir cada línea de producción.*

--

4.2 MEJORA TECNOLOGICA PROPUESTA: *Señalar si se proponen innovaciones de proceso, es decir la implementación de un método de producción o distribución nuevo o con un alto grado de mejora. De ser el caso, se debe señalar las mejoras importantes en técnicas, presentación del producto, equipo y/o software.*

SEÑALAR LAS INNOVACIONES QUE SE PROPONE
1
2
3
4
...

4.3 PLAN DE VENTAS Y PRODUCCION: *Determinar el plan de ventas, en base a la demanda objetivo y metas de venta, como consecuencia del análisis de la demanda insatisfecha, estructura de mercado, estrategia de marketing y capacidad operativa. El plan de ventas se proyectará durante el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.*

Presentar el plan de producción, a partir de la relación entre el plan de ventas y los inventarios iniciales y finales, por cada tipo de producto y por año durante el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

AÑOS	PRODUCCIÓN (TM.)	PRECIO POR KG (S/.)	VENTAS PROYECTADAS (S/.)
2016			
2017			
2018			
2019			
2020			

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 ESTIMACION DE LA INVERSION TOTAL: se deberá detallar de todos los bienes y servicios a ser financiado por el GR/GL y el AEO.

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRESUPUESTO TECNICO (Considerado en la propuesta de productiva)				
			Total Inversión (S/.)	Monto Financiado por el GR o GL(S/.)	Monto Financiado por los AEO		
					En efectivo (S/.)	En valorizaciones (S/.)	Total (S/.)
CONCEPTO							
I. INVERSION FIJA							
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE							
I.1.1. Terrenos y obras civiles							
.....							
.....							
I.1.2. Maquinaria							
.....							
.....							
I.1.3 Equipos							
.....							
.....							
I.1.4. Vehículos							
.....							
.....							
I.1.5. Muebles y enseres							
.....							
.....							
I.2. INVERSION INTANGIBLE							
Estudio Definitivos							
Gastos en la Organización							
Licencia Municipal							
Certificado Defensa Civil							
.....							
.....							
.....							
II. CAPITAL DE TRABAJO							
Materia prima							
Insumos complementarios							
Mano de obra							
Otros necesarios.....							
GASTOS GENERALES (max 10%) de inversión fija							
GASTOS DE SUPERVISION							
TOTAL INVERSIÓN							

5.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS: Se registrara los costos de producción del bien o servicio y los gastos de operación

PRESUPUESTO DE EGRESOS (OPERACION)					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
I. COSTOS DE PRODUCCIÓN					
I.1. COSTOS DIRECTOS					
<i>I.1.1. MATERIALES DIRECTOS</i>					
<i>I.1.2. MANO DE OBRA DIRECTA.</i>					
I.2. COSTOS INDIRECTOS					
<i>I.2.1. MANO DE OBRA INDIRECTA.</i>					
<i>I.2.2 OTROS COSTOS INDIRECTOS</i>					
II. GASTOS DE OPERACIÓN					
<i>II.1. GASTOS DE VENTA</i>					
<i>II.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>					
III. DEPRECIACIÓN DE ACT.FIJO Y AMORTIZACION INTANG.					
IV. GASTOS FINANCIEROS					
<i>PAGO DE PRESTAMO</i>					
MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES					
TOTAL EGRESOS					

5.3 ESTADO DE RESULTADOS: Elaborar y presentar el estado de resultados o pérdidas y ganancias aplicando el principio de devengado, que implica que los gastos se registran cuando se constituye la obligación o derecho, no dependiendo si se efectiviza en el periodo de análisis. Realizar la proyección el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
I. INGRESOS (VENTAS)					
II. COSTOS DE PRODUCCIÓN					
III. UTILIDAD BRUTA					
IV. GASTOS DE OPERACIÓN					
<i>Gastos de venta</i>					
<i>Gastos administrativos</i>					
V. DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG					
VI. UTILIDAD OPERATIVA					
VII. GASTOS FINANCIEROS					
<i>Pago de intereses</i>					
<i>Mantenimiento seguros y comisiones</i>					
VIII. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO					
IX. IMPUESTO A LA RENTA (30 %)					
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO					

5.4 FLUJO DE CAJA: *Elaborar y presentar el flujo de caja como herramienta de evaluación, que muestre todos los ingresos y egresos, actuales y futuros, que tiene una propuesta productiva, que sirve para estimar la rentabilidad financiera. Realizar la proyección el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.*

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	-					
INGRESOS POR VENTA						
VALOR RESIDUAL						
RECUPERO CAPITAL DE TRABAJO						
II. EGRESOS	-					
II.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN						
II.2. GASTOS DE OPERACIÓN						
II.3. IMPUESTO A LA RENTA						
II.4. INVERSION FIJA AÑO 0						
ACTIVO FIJO						
ACTIVO INTANGIBLE						
CAPITAL DE TRABAJO						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE SUPERVISION						
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO						
PRESTAMO						
SERVICIO DE DEUDA						
MANTENIMIENTO ,SEGUROS Y COMISIONES						
ESCUDO FISCAL						
FLUJO DE CAJA FINANCIERO						

TASA DE DESCUENTO ECONOMICA	
TASA DE DESCUENTO PRESTAMO	
VANE	
VANF	
TIRE	
TIRF	

5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO: *Determinar el punto de equilibrio como aquella cantidad de productos que se necesitan vender para sostener el negocio, es decir, cubrir sus costos fijos y variables. Esta información proporciona información sobre la cantidad mínima que se debe producir y vender, para no presentar pérdidas.*

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
VENTAS					
COSTOS TOTALES					
COSTOS FIJOS					

Anexo 07: Ficha de registro del Plan de Negocio

6.2 **ANALISIS DE SOSTENIBILIDAD:** Especificar las medidas que se están adoptando para garantizar que la propuesta productiva generará los resultados previstos a lo largo de su vida útil.

--

6.3 **INDICADORES**

Indicadores	Unidad de Medida	Línea de Base	Meta al Finalizar Ciclo / Campaña / Año I	Meta al Finalizar Ciclo / Campaña / Año II	Meta al Finalizar Ciclo / Campaña / Año III	Meta al Finalizar Ciclo / Campaña / Año IV	Meta al Finalizar Ciclo / Campaña / Año V	Meta Total
			Programada	Programada	Programada	Programada	Programada	Programada
Empleos generados								-
Rendimientos								-
Producción								
Costo Unitario								
Número de Unidades Vendidas								-
Precio Unitario								-
Ingresos por Ventas								-
Utilidades								-
Número de socios								
Utilidad promedio por cada socio del AEO*								-
Rentabilidad de las Ventas **			0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Rentabilidad de la Inversión***								
Ingresos promedio por cada socio del AEO ****								-

* Se obtiene de dividir la utilidad total entre el número de productores que integran un AEO.

** Se obtiene dividiendo las Utilidades Generadas entre los Ingresos por Ventas.

*** Se obtiene dividiendo la diferencia entre Ingresos por Ventas y el producto del costo unitario por unidades vendidas, entre el total de la inversión de la propuesta productiva.

**** Se obtiene dividiendo los Ingresos por Ventas entre el número de productores que integran un AEO.

El costo de mano de obra se obtiene de multiplicar el costo unitario de la mano de obra por el número de unidades vendidas.

Los últimos tres indicadores se levantan a partir del año 3 y hasta el año 5 de manera anual, por ser considerados resultados Finales o de Impacto.

7 CONCLUSIONES

1	...
2	...
3	...
n	...

8 RECOMENTACIONES

1	...
2	...
3	...
n	...