



Anexo B Guía de Plan de Negocio

CENTRO DE INCUBACIÓN E INNOVACIÓN DE EMPRESAS

1. Descripción de la empresa.
 - 1.1 Descripción general del negocio (incluir descripción breve del producto o servicio)
 - 1.2 Misión, Visión y Objetivos generales de la empresa.
 - 1.3 Análisis FODA (Fortalezas y debilidades de la empresa, oportunidades y amenazas que vean en el entorno)
 - 1.4 propuesta de valor.
 - 1.5 Plan estratégico
2. Mercadotecnia
 - 2.1 Producto o servicio y subproducto
 - 2.1.1 Descripción de las características tangibles – empaque, color, tamaño, nombre y justificación.
 - 2.1.2 Características intangibles-uso, necesidades que cubre, durabilidad, tiempo de prestación del servicio o vigencia, garantías, soporte técnico, etc.
 - 2.1.3 Aspectos innovadores del producto-tecnológicos, medio-ambientales, de funcionalidad, etc.
 - 2.1.4 Registro de Propiedad (opciones de registro de propiedad)
 - 2.2 Estudio de mercado
 - 2.2.1 Determinación del mercado potencial (segmentación, volumen aproximado de segmentos justificado y descripción).
 - 2.2.2 Comportamiento del comprador o consumidor.
 - 2.2.3 Determinación del mercado meta (justificación de Selección de mercado meta, volumen aproximado y análisis completo).
 - 2.2.4 Investigación del mercado (Determinación de fuentes, metodologías)
 - 2.3 Precio
 - 2.3.1 Políticas y estrategias de fijación de precio (formas de pago, crédito, descuentos, etc.
 - 2.3.2 Estrategias de introducción al mercado.
 - 2.3.3 Estrategias de comerciales de producto, servicio y precio.
 - 2.3.4 Plan de lanzamiento al mercado.
 - 2.3.5 Plan de ventas
 - 2.4 Comercialización



- 2.4.1 Canales de distribución y puntos de venta. Analizar ventajas y desventajas de cada canal a utilizar.
- 2.5 Publicidad y promoción.
 - 2.5.1 Plan de Promoción-justificado-(medio, frecuencia, duración, costo)
- 2.6 Propiedad intelectual, registros de marca y patentes.
 - 2.6.1 Definición del nombre (justificar).
 - 2.6.2 Logotipo (Justificar)
 - 2.6.3 Slogan (Justificar)
- 2.7 Competencia
 - 2.7.1 Identificación y análisis de competencia.
 - 2.7.1.1 Directa: empresa, productos y/o servicio, mercado que satisface, formas de venta, precio, posicionamiento, fortalezas y debilidades.
 - 2.7.1.2 Indirecta: rango general del mercado que satisface, productos y/o precio.
 - 2.7.1.3 Diseño de la tabla comparativa de la competencia identificada.
3. Estudio técnico / operación
 - 3.1 Descripción técnica de los productos/servicios que brindarán.
 - 3.2 Localización geográfica de la empresa (macro y micro localización)
 - 3.3 Distribución y descripción de la planta (lay out)
 - 3.4 Capacidad de la planta.
 - 3.5 Materia prima y proveedores (requerimientos y cantidades de materia prima y nombre, precio, ubicación de proveedores, condiciones de venta)
 - 3.6 Insumos y mano de obra
 - 3.7 Procesos de fabricación y/o prestación de servicios (diagrama de flujo del proceso y descripción)
 - 3.8 Maquinaria y/o herramienta de trabajo.
 - 3.8.1 Nombre costo y capacidad de producción.
 - 3.8.2 Establecimiento del requerimiento de personal.
 - 3.9 Capacidad instalada (nivel máximo de producción)
 - 3.10 Determinación de capacidades óptimas de producción (Método de Lange y Estalación)
 - 3.11 Control de calidad (del proceso, materia prima, máquinas personas y al producto terminado, normas y políticas de calidad, procedimientos, etc)
 - 3.12 Infraestructura tecnología (software, Hardware, origen de la tecnología, licencias, patentes etc.)
 - 3.13 Normativa técnica, ambiental y calidad aplicable para la construcción.
4. Diseño organizacional



- 4.1 Estructura organizacional (organigrama)
- 4.2 Definición de funciones y responsabilidad (descripción de puestos)
- 4.3 Perfil de puestos.
- 4.4 Reclutamiento, selección y contratación.
- 4.5 Desarrollo laboral (plan de capacitación, de vida y de carrera)
- 4.6 Nómina.
- 4.7 Políticas laborales.
5. Estudio económico y financiero
 - 5.1 Programa de inversiones.
 - 5.1.1 Inversión inicial (circulante, fija, diferida).
 - 5.1.2 Origen y aplicación de recursos.
 - 5.1.3 Cálculo de ingresos
 - 5.2 fuentes de financiamiento (estructura financiera)
 - 5.3 Pronóstico de ventas
 - 5.4 Identificación de los costos de producción/operación.
 - 5.5 Estados financieros (en pesos constantes)
 - 5.5.1 Flujo de efectivo por 3 años (año 1 mensual, año 2 y 3 anualmente)
 - 5.5.2 Balance general anual (al final de cada año, por 3 años)
 - 5.5.3 Estados de resultados anual (mensualmente por dos años)
 - 5.6 Razones Financieras
 - 5.6.1 Liquidez (circulante, prueba del ácido)
 - 5.6.2 Rentabilidad sobre la inversión
 - 5.6.3 Rentabilidad del capital contable
 - 5.7 evaluación económica
 - 5.7.1 VPN
 - 5.7.2 Periodo de recuperación de inversión – pay back
 - 5.7.3 TIR
 - 5.7.4 Punto de equilibrio
6. Aspectos legales
 - 6.1 Estructura legal (personalidad jurídica, especificando su actividad preponderante).
 - 6.2 Inscripción del RFC ante el SAT
 - 6.2.1 Gestión de firma electrónica avanzada.
 - 6.3 Alta patronal ante el IMSS
 - 6.3.1 Gestión de firma digital
 - 6.4 Conformación de capital contable (% de derechos)



6.5 Gestión legal para la operación (licencias, uso de suelo, protección civil, trámites gubernamentales, certificaciones, etc)

7. Impacto social y sustentable

7.1 Determinación de efectos sociales

7.2 Contribución a la economía

7.3 Empleos directos e indirectos

7.4 Contribución social

7.5 Sustentabilidad y calificación de impactos

8. Resumen ejecutivo

8.1 Descripción de la actividad y producto/servicio

8.2 Modelo del negocio (esquema y propuesta de valor)

8.3 Misión, Visión, Objetivos

8.4 Monto y distribución de la inversión, fuentes de financiamiento.

8.5 Factibilidad financiera (VPN, TIR, punto de equilibrio)

8.6 Potencial del mercado, entorno y factibilidad comercial del proyecto.