



3er Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables – Sociedad y Desarrollo.

MODELO PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS ORIENTADO A LAS MIPyMES DE MORELIA, MICHOACÁN MÉXICO



DRA. VIRGINIA HERNANDEZ SILVA
M.A. GERARDO PEREZ MORELOS



El presente trabajo de investigación, es el producto sintético y final de la clara identificación de la necesidad conceptual, metodológica y de gestión de generar un instrumento que permita concretar ideas de negocios desde una perspectiva de mercado, técnica, económica, financiera, organizativa y evaluativa.



INTRODUCCION

En la actualidad, las organizaciones de todo tipo deben desarrollar y mantener ventajas competitivas que le permitan posicionarse eficiente y adecuadamente en un mercado altamente globalizado y agresivo caracterizado por la dinamicidad del ambiente externo.

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVOS:

❖ Abordar explícitamente el problema de la asignación de los recursos que son escasos, recomendando a través de distintas técnicas que una determinada iniciativa se lleve a cabo sobre otras alternativas de inversión.

❖ Medir el impacto que una determinada inversión tendrá sobre el bienestar de la comunidad.

✓ PORTADA

- Nombre del proyecto
- Promotor(es)
- Lugar de Adscripción

✓ INDICE

- Títulos
- Encabezados
- Indicadores

✓ INTRODUCCIÓN

- Objetivos

- Alcance

- Breve explicación

✓ RESUMEN EJECUTIVO

- Establecer los aspectos más importantes del proyecto.

✓ ESTUDIO DE MERCADO

Conviene determinar la existencia de clientes, para eso deben identificarse las necesidades, gustos, deseos y preferencias de los prospectos, así como sus características y ubicaciones, y de manera determinante, su poder adquisitivo y disposición a la compra del bien, tangible o intangible, que la nueva unidad productiva prevé ofertar.

Es necesario formular las siguientes preguntas y reunir la información que les dé respuesta antes de decidir invertir en la creación de un negocio:

¿Qué producir?

¿Por qué producir?

¿Para quién producir?

¿Cuánto producir?

¿A qué precio producir?

¿Cómo producir?

¿Cuándo producir?

¿Dónde producir?

¿Qué proceso productivo emplear?

¿Cómo comercializar ?

CONCEPTO DE MERCADO:

Conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un producto, ya sea tangible o intangible, es decir, un bien o servicio.

OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO:

Determinar la cantidad de bienes y/o servicios provenientes de una nueva unidad productora que, en una cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones, la comunidad estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO META

Para efectuar se parte de dos criterios:

- 1º El emprendedor identifica una idea de negocio e investiga el impacto que ésta pudiera tener.
- 2º El emprendedor sondea al mercado primeramente e identifica una idea de negocio.

Cualquiera que sea la manera, debe establecerse claramente las características del mercado que eventualmente se atenderá.

✓ESTUDIO TECNICO

Una vez identificada la oportunidad de ingreso al mercado actual, se hace necesario identificar las mejores formas de llevar a cabo el proceso de producción, en el caso de empresas manufactureras, o de prestación del servicios.

Algunas de las interrogantes que se propone responder el presente estudio, se encuentran las siguientes:

- 1.-¿Existe la tecnología para llevar a efecto el proceso productivo requerido?
- 2.-¿Se cuenta con la infraestructura hidráulica, eléctrica, de comunicación, y toda la demás requerida, para llevar a efecto el proceso productivo?
- 3.-¿Cómo producir lo que el mercado demanda?



4.-¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos?, ¿Dónde producir?

5.-¿Qué materias primas e insumos se requieren?

6.-¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?;
¿Cuándo y cuánto producir?

7.-¿Cuál se considera el dimensionamiento y tamaño óptimo del proyecto?

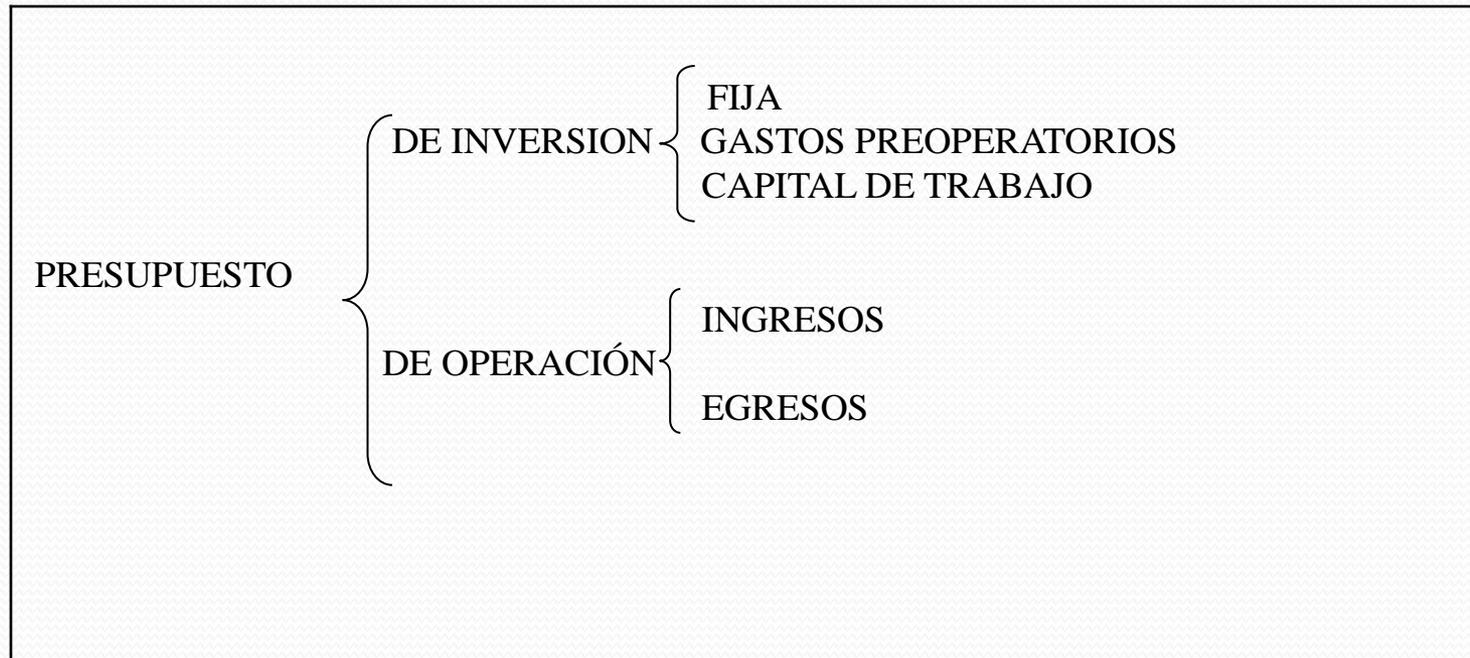
- 
- ❖ El estudio de materias primas e insumos.
 - ❖ El estudio de localización general y específica del proyecto.
 - ❖ El estudio de dimensionamiento o tamaño de la planta
 - ❖ El estudio de ingeniería del proyecto.



✓ ESTUDIO
FINANCIERO

En este apartado se concentra y analiza la información, en términos monetarios, generada por los estudios previos

DEBEN CONTEMPLARSE LOS SIGUIENTES RUBROS:



Adicionalmente deben generarse los Estados Financieros proyectados

✓ EVALUACIÓN

Etapa en que se emplearán un conjunto de herramientas orientadas a determinar, en términos cualitativos y/o cuantitativos, la conveniencia de destinar recursos económicos escasos a una determinada iniciativa de inversión para determinar, en última instancia, si es viable, conveniente, oportuna y redituable.



Se recomienda contar con la siguiente información:

1. Inversión inicial total requerida (I.I.).
2. Vida útil estimada del proyecto (V.U.)
3. Valor de salvamento de la inversión (V.S.)
4. Flujos netos de efectivo estimados (F.N.E.).
5. Tasa de rendimiento mínimo aceptable (TMAR).

Para evaluar la iniciativa, se emplean las siguientes herramientas:

- Razones Financieras
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Valor Presente Neto (VPN)
- Relación Beneficio/Costo (RBC)
- Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

CONCLUSIONES:

❖ Es sumamente importante tomar en consideración que aplicar la metodología contemplada en un Plan de Negocios no garantiza la exitosa cristalización de los proyectos, **pero proporciona una idea clara de cuáles son los aspectos metodológicos y procedimientos que deben observarse en una nueva entidad organizacional.**



❖ Identificar cuáles son las habilidades humanas, técnicas y conceptuales, así como las competencias, que los emprendedores -empresarios deben desarrollar para triunfar en el complejo pero apasionante mundo de la formulación y evaluación de proyectos de inversión.



❖ Considérese que la metodología presentada constituye únicamente una guía de trabajo, pero no sustituye el conocimiento, habilidad, experiencia de especialistas en la materia.

❖ Se considera imprescindible que las instituciones educativas coadyuven inculcando en los jóvenes el espíritu emprendedor – empresario requerido para justificar la existencia del presente material.



POR SU ATENCION

GRACIAS!