

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