



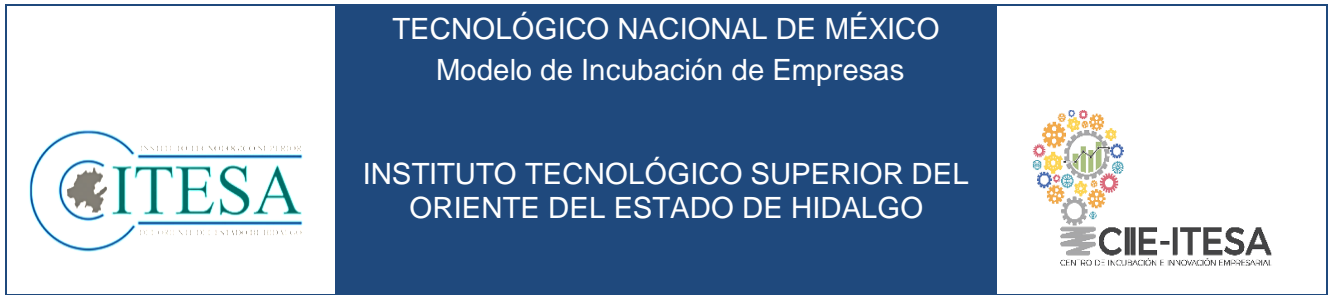
Anexo 11. Guía de plan de negocio

CENTRO DE INCUBACIÓN E INNOVACIÓN DE EMPRESAS

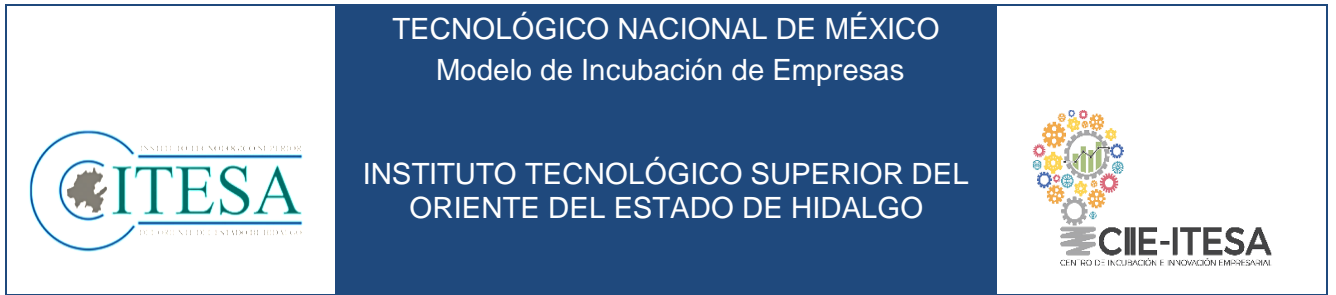
1. Descripción de la empresa
 - 1.1. Descripción general del negocio (Incluir descripción breve del servicio)
 - 1.2. Misión, visión y objetivos generales de la empresa
 - 1.3. Análisis FODA (Fortalezas y debilidades de la empresa, oportunidades y amenazas que vean en el entorno)
 - 1.4. Propuesta de valor
 - 1.5. Plan estratégico
2. Mercadotecnia
 - 2.1. Producto o servicio y subproductos
 - 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.).
¡Error! Marcador no definido.
 - 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 punto de venta. Analizar ventajas y desventajas de cada canal a utilizar
- 2.5. Publicidad o Promoción
 - 2.5.1. Plan de promoción – justificado (medio, frecuencia, duración, costo).
- 2.6. Propiedad intelectual, registros de marcas 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
- 3. Estudio técnico / operación de la empresa
 - 3.1. Descripción técnica de los productos / servicios que se brindaran
 - 3.2. Localización geográfica de la empresa (macro y micro localización)
 - 3.3. Distribución y descripción de la planta (lay out)
 - 3.4. Capacitación de la planta
 - 3.5. Materia prima y proveedores (requerimientos y cantidades de materia prima y nombre, precios ubicación de proveedores, condiciones de venta)
 - 3.6. Insumos y mano de obra **¡Error! Marcador no definido.**
 - 3.7. Proceso de fabricación y/o prestación de servicios (diagrama de flujo del proceso y descripción) **¡Error! Marcador no definido.**
 - 3.8. Maquinaria y/o herramientas de trabajo
 - 3.8.1. Nombre, costo y capacidad de producción



- 3.8.2. Establecimiento del requerimiento de personal **¡Error! Marcador no definido.**
- 3.9. Capacidad instalada (nivel máximo de producción)
- 3.10. Determinación de capacidades optimas de producción (Métodos de Lange y Escalación)
- 3.11. Control de calidad (del proceso, materia prima, maquinas, personas y al producto terminado, normas, políticas de calidad, procedimientos, etc.)
- 3.12. Infraestructura tecnológica (software, hardware, origen de la tecnología, licencias, patentes, etc.)
- 3.13. Normatividad técnica, ambiental y de calidad aplicable a la construcción
- 4. Diseño organizacional **¡Error! Marcador no definido.**
 - 4.1. Estructura organizacional (organigrama)
 - 4.2. Definición de funciones y responsabilidades (descripción de puestos)
 - 4.3. Perfil de puestos
 - 4.4. Reclutamiento, selección y contratación
 - 4.5. Desarrollo laboral (plan de capacitación, de vida y carrera)
 - 4.6. Nomina
 - 4.7. Políticas laborales **¡Error! Marcador no definido.**
- 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 **¡Error! Marcador no definido.**
 - 5.1.3. Calculo de ingresos
 - 5.2. Fuentes de financiamiento (estructura financiera)
 - 5.3. Pronósticos 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 tres años (año 1 mensualmente años 2 y 3 anualmente)



5.5.2. Balance general anual (al final de cada año, por 3 años) **¡Error! Marcador no definido.**

5.5.3. Estado de resultados anual (año 1 mensualmente por 2 años)

5.6. Razones financieras

5.6.1. Liquidez (circulante, prueba de 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 **¡Error! Marcador no definido.**

6.3.1. Gestión de firma digital

6.4. Conformación de capital contable (% de derechos) **¡Error! Marcador no definido.**

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

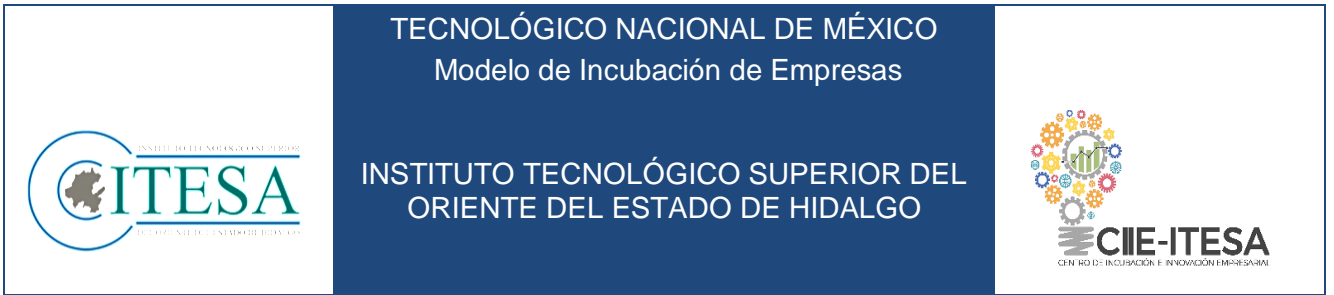
7. Impacto social y sustentabilidad

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. Protección del mercado, entorno y factibilidad comercial del proyecto