

**FORMATO NRO. 07 – FICHA DE REGISTRO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

**FICHA DE REGISTRO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

**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 en la cadena programática:**

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 con una aspa	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 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA:** Se deberá proyectar por lo menos de 5 años

**3.3 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.**

AÑO	DEMANDA DEL PRODUCTO (Unidad de Medida)
1	
2	
3	
4	
5	

**3.4 CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA ACTUAL:** Describir las características de los competidores

--

**3.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA:**

**3.6 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.**

AÑO	OFERTA CON PROYECTO (Unidad de medida)
1	
2	
3	
4	
5	

**3.7 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.**

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

AÑO	DEMANDA	OFERTA	BRECHA
1			
2			
3			
4			
5			

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

**3.9 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 TÉCNICO**

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

--

- 4.2 MEJORA TECNOLÓGICA 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 PRODUCCIÓN:**

- 4.4** 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.

Años	Producción (unidad de medida)	Precio por unidad de medida (S/.)	Ventas proyectadas (S/.)
1			
2			
3			
4			
5			

- 5** Nota: El formulador deberá analizar si se considera un incremento en la producción y/o precio y durante qué periodo.

**6 ESTUDIO FINANCIERO**

- 6.1 ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN 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/.)					
INVERSIÓN FIJA							
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE							
I.1.1. Terrenos y obras civiles							
Terrenos							
Obras civiles							
.....							
.....							
I.1.2. Maquinaria y Equipos							

.....							
...							
.....							
.....							
I.1.4. Vehículos							
.....							
...							
.....							
I.1.5.Muebles y enseres							
.....							
.....							
.....							
I.2. INVERSION FIJA 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.....							
III.GASTOS GENERALES (max 10% ) de Inversión Fija							
IV. GASTOS DE SUPERVISION (max. 5%) Inversion Fija							
TOTAL INVERSIÓN							

**6.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS: Se registrará los costos de producción del bien o servicio y los gastos de operación**

PRESUPUESTO DE EGRESOS (OPERACIÓN)					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
I. COSTOS DE PRODUCCIÓN					
I.1. COSTOS DIRECTOS					
I.1.1. MATERIALES DIRECTOS					
I.1.2. MANO DE OBRA DIRECTA.					
I.2. COSTOS INDIRECTOS					
I.2.1 MATERIALES INDIRECTOS					
I.2.2. MANO DE OBRA INDIRECTA.					
I.2.3 OTROS COSTOS INDIRECTOS					
II. GASTOS DE OPERACIÓN					
II.1. GASTOS DE VENTA					
II.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS					
III. DEPRECIACIÓN DE ACT.FIJO Y AMORTIZACIÓN INTANG.					
IV. GASTOS FINANCIEROS (*)					
PAGO DE PRÉSTAMO (cuota)					
TOTAL EGRESOS					

(\*) Nota: Se considera Gastos Financieros siempre y cuando, con el plan de negocio se incurra en endeudamiento.

**6.3 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 para el horizonte de evaluación planteado en la propuesta productiva.

**6.4 Nota:** Si es con financiamiento, se llenarán los dos cuadros, sino solamente el primero (Estado de Resultados sin financiamiento)

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
I. INGRESOS (VENTAS)					
Ventas					
Ingresos extraordinarios					
II. COSTOS DE PRODUCCIÓN					
III. UTILIDAD BRUTA					
IV. GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de venta					
Gastos administrativos					
V. DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG					
VI. UTILIDAD OPERATIVA					
IX. IMPUESTO A LA RENTA ( * )					
UTILIDAD NETA					

(\*) Se deberá considerar el porcentaje de Impuesto a la renta determinado por la SUNAT, para el presente año.

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
I. INGRESOS (VENTAS)					
Ventas					
Ingresos extraordinarios					
II. COSTOS DE PRODUCCIÓN					
III. UTILIDAD BRUTA					
IV. GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de venta					
Gastos administrativos					
V. DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG					
VI. UTILIDAD OPERATIVA					
VII. GASTOS FINANCIEROS					
Pago de intereses					
VIII. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO					
IX. IMPUESTO A LA RENTA ( * )					
UTILIDAD NETA					

(\*) Se deberá considerar el porcentaje de Impuesto a la renta determinado por la SUNAT, para el presente año.

**6.5 Nota:** Para efectos del flujo de caja económico, se utiliza el impuesto calculado en el estado de resultados sin financiamiento, toda vez que en el flujo de caja financiero se le agrega el escudo fiscal tributario.

**6.6 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						
ESCUDO FISCAL						
FLUJO DE CAJA FINANCIERO						

**Nota:** Las celdas sombreadas deben ser llenadas siempre y cuando una parte del monto total de inversión del proyecto sea financiado por una entidad financiera.

COK	
Tasa de descuento del préstamo (TEA)	

**Nota:** La TEA es la tasa efectiva anual del préstamo, es decir, tasa a la que te presta la entidad financiera y se utiliza siempre y cuando el plan de negocio sea con apalancamiento.

WACC	
------	--

**Nota:** Se considera el cálculo del WACC siempre y cuando una parte del proyecto sea financiado con préstamo por una entidad financiera; caso contrario, se deberá hacer uso solo de la tasa de descuento del costo de oportunidad (COK). Considerar 20 % como máximo para el COK.

VANE	
VANF	
TIRE	
TIRF	

**6.7 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	ANOS
--------	------





I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE									S/.0.00
II. CAPITAL DE TRABAJO									S/.0.00
III. GASTOS GENERALES (max. 10% IF)									S/.0.00
IV. GASTOS DE SUPERVISION (max. 5% IF)									S/.0.00
TOTAL INVERSIÓN									S/.0.00

**7.2 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.**

--

**7.3 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.

## 8 CONCLUSIONES

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

## 9 RECOMENDACIONES

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