# Universidad Tecnológica Nacional - Regional Reconquista Cátedra: Formulación y evaluación de proyectos de inversión

**Carrera: Ingeniería Electromecánica**

**GUIA PARA LA ELABORACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS**

1. Resumen Ejecutivo
2. Producto o Servicio
	1. Descripción del Producto o Servicio
	2. Diagramas o Imágenes del Producto
3. Análisis externo
	1. Análisis de la Industria
		1. Escenario económico
		2. Nuevas tecnologías
		3. Vigilancia tecnología
		4. Grupos de presión y autoridad
	2. Análisis del sector (en la zona donde se va a desarrollar el negocio)
	3. Clientes
	4. Competidores
	5. Sustitutos
	6. Potenciales entrantes
	7. Proveedores
	8. Rivalidad entre clientes y proveedores
4. Análisis Interno
	1. Análisis funcional. Recursos tangibles e intangibles
		1. Capacidad ejecutiva
		2. Capacidad humana
		3. Capacidad financiera
		4. Capacidad física
		5. Capacidad financiera
		6. Capacidad tecnológica
		7. Capacidad de gestión
		8. Capacidad de innovación
		9. Capacidades culturales (capacidad de gestionar cambios, de innovar, de trabajar en equipo)
		10. Capacidades funcionales: destinadas a resolver problemas técnicos o de gestión específicos (fabricar un producto, gestionar un préstamo, controlar la calidad…)
	2. Análisis del perfil estratégico (grafico)
	3. Outsourcing (Tercerizaciones que deberán realizar)
	4. Análisis de la cadena de valor (solo para empresas en marcha)
	5. Análisis de la cartera de productos (solo para casos de varias áreas de negocio)
5. Análisis FODA
	1. Oportunidades y amenazas
	2. Fortalezas y debilidades
	3. Conclusiones
6. Definición de objetivos
7. Selección de estrategias
	1. Estrategias corporativas
		1. Visión y Misión
		2. Segmento/s elegidos
		3. Tecnologías a utilizar
	2. Estratégicas competitivas
		1. Estrategias de Segmentación (diferenciada, indiferenciada, concentrada)
		2. Estrategias de posicionamiento
		3. Estrategias genéricas de Porter (Diferenciación, liderazgo en costes, alta segmentación)
		4. Reloj estratégico de bowman (opcional)
	3. Estrategias funcionales (para cada segmento)
		1. Estrategias de marketing
		* Producto
		* Precio
		* Promoción
		* Plaza
		1. Estrategia de producción
		* Plan de producción
		* Decisión de tamaño
		* Localización
		* Marco legal
		1. Estrategia financiera
		* Recursos propios vs recursos externos
		1. Estrategia organizacional y de RRHH
		* Estructura organizacional y legal
		* Capacitaciones
		* Perfiles de RRHH
8. Análisis Económico y Financiero
	1. Costos fijos y variables
	2. Pronostico de ventas
	3. Punto de equilibro
	4. Inversiones
	5. Fuentes de financiamiento
	6. Amortizaciones
	7. Cuadro de resultados
	8. Tasa de descuento (método CAPM)
	9. Flujos de fondos (operativo y de capital propio)
	10. VNA y TIR
	11. Conclusiones
9. Documentación de Apoyo: Estudios Internos y de Terceros
10. Anexos