

Superintendencia de Bancos
Unidad Fiduciaria

Plan de Negocios

El plan de negocios no deberá exceder de 40 páginas más anexos, y debería contener las siguientes secciones:

A — PÁGINA DE PRESENTACIÓN

La página de presentación contiene el nombre del Grupo peticionario o Promotor, el nombre de los integrantes, la fecha de preparación y la versión del plan de negocios.

B- ÍNDICE DE CONTENIDOS

El Índice de Contenidos expone un índice de los capítulos y apéndices del plan.

C- RESUMEN EJECUTIVO

Una breve descripción del negocio, su misión y sus objetivos, las personas que lo llevarán a cabo, un resumen de los contenidos de los capítulos que se expondrán posteriormente en el plan de negocios, y los requerimientos de fondos del mismo.

1. Concepto del negocio
2. Oportunidad
3. Estrategia de entrada
4. Detalle del mercado objetivo y su dimensión
5. Ventaja competitiva del producto o servicio.
6. Evaluaciones preliminares económico-financieras
7. Integrantes del equipo.

D- OBJETO DEL NEGOCIO

En esta sección debe describirse la misión del negocio, los objetivos del mismo, y también las oportunidades que el negocio presenta y los motivos por los cuales el equipo puede aprovechar esas oportunidades.

E-VISTA PREVIA DEL NEGOCIO

Describa la organización y situación actual del negocio (en su caso) y los logros alcanzados hasta el momento o los proyectados.

F- PRODUCTOS Y SERVICIOS

Describa los productos y/o servicios que este proyecto promueve. Trate de aspectos técnicos, las ventajas de sus productos y servicios con respecto a las necesidades de mercado y los productos y servicios de los competidores.

G- ANÁLISIS DE MERCADO

En esta sección analice y evalúe el mercado potencial y sus consumidores, sus necesidades y características. También exponga sobre sus competidores que se encuentran activos en el mercado; examine sus fortalezas y debilidades comparadas con las ventajas y competitividad relativa de los productos y servicios a ofrecer.

H- ESTRATEGIA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

En esta sección describa la estrategia de penetración en el mercado — canales de comercialización y fijación de sus precios. También detalle los recursos humanos involucrados en marketing, presupuesto de marketing y otros recursos.

I- PLAN OPERATIVO

En el Plan Operativo incluya una descripción de como se establecerá el negocio y como comenzará a operar. Incluya los siguientes conceptos:

I.1- Plan de Investigación y Desarrollo: Si los productos o servicios requieren de investigación y desarrollo, esta sección describe paso a paso el plan de desarrollo con los recursos asignados en personal y otros.

I.2- Administración y Organización: Describa la estructura de organización y management, los responsables por las actividades a desarrollarse, etc.

I.3- Producción: Describa como se llevará a cabo la producción del bien o la realización del servicio.

I.4- Equipamiento: Describe el equipamiento necesario para llevar a cabo el negocio y su costo.

I.5- Plan Financiero: Incluye los supuestos de trabajo con respecto al mercado, precios, costos, y los resultados financieros previstos para el proyecto. Exponga principalmente el flujo de fondos que requiere y generará el proyecto, en un horizonte estimado de cinco años.

J- APÉNDICES E INFORMACIÓN DE SOPORTE

En esta sección incluya información detallada respecto de las diferentes secciones del plan de negocios. Puede incluir cartas de recomendación de expertos, Curriculums Vitae de los emprendedores, información de mercado detallada, etc.