

Bank Oportunidades

Banca Mutual de Oportunidades. NIT: 901224080-1

PLAN DE NEGOCIOS Formato Hágalo Usted Mismo

Este formato es de uso exclusivo de los asociados. Diligéncielo con la supervisión y orientación de nuestros capacitadores.

Nombre de la Empresa o Proyecto:	NIT:		
Nombre del Representante Legal / Responsable del Proyecto	Tipo / Número Doc. Identidad		
Dirección:	Ciudad:	Celular:	E-Mail:
Código de Asociado	Nombre TITAN / Líder de Grupo	Código	

I. Definición del Producto o Servicios

1.1. Producto [] Servicio [] Cuáles son los Producto(s) / Servicio(s):

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

1.2. Necesidad / Problema: ¿Qué necesidad satisface o qué problema resuelve el producto o servicio?

1.3. Mercado: ¿Cuál es el mercado o el grupo o grupos de los clientes potenciales del producto o servicio?

1.4. Valor agregado: ¿Cuál es el valor agregado o factor(es) diferenciador(es) del producto o servicio? ¿Qué nivel o tipo de innovación posee el producto o servicio? ¿Es único?

1.5. Protección/Derechos Propiedad Industrial: ¿La idea de negocio puede conducir a la protección intelectual, derechos legales sobre propiedad industrial, etc.? Si [] - No []

Marca [] Patente [] Diseño Industrial [] Modelo de Utilidad [] Otros(s) _____

1.6. Generación de Ingresos: ¿Cuál es el modelo de generación de ingresos por las ventas?

a) **Ventas:** Directa [] Indirecta [] Producto en consignación [] Prestación de Servicios [] Otro(s): _____

b) **Frecuencia:** Diaria [] Semanal [] Quincenal [] Mensual [] **Ingreso Esperado:** _____

Observaciones:

Bank Oportunidades

Banca Mutual de Oportunidades. NIT: 901224080-1

II. Equipo de Trabajo

2.1. Describa el perfil de competencias de los miembros del Equipo de Trabajo:

2.2. Describa las principales habilidades y experiencia que posee el equipo de trabajo que sirvan para la puesta en marcha de la oportunidad de negocio:

2.3. Describa las principales falencias o carencias del Equipo de Trabajo que puedan afectar los resultados

2.4. Describa las principales motivaciones y aspiraciones de su Equipo de Trabajo:

Observaciones:

Bank Oportunidades

Banca Mutual de Oportunidades. NIT: 901224080-1

III. Plan de Mercado

3.1. Identificación del Mercado Objetivo:

¿Quién es el cliente o clientes del segmento objetivo?: _____

¿Por qué resulta este segmento de especial interés para la empresa?: _____

¿Dónde está el cliente o clientes del segmento objetivo?: _____

¿Por qué compran?: _____

3.2. Tamaño del Mercado:

¿Cuántos son los clientes? Corto Plazo: [] Mediano Plazo: [] Largo Plazo: []

¿Se han hecho cuestionarios o encuestas de mercado? Si [] No []

¿Cómo se debe llegar al cliente o clientes?: _____

3.3. Competencia: ¿Existe Competencia del producto o servicio? Si [] No []

¿Quién es la competencia?: _____

¿Cuáles son los precios de la competencia?: Menores [] Iguales [] Mayores [] Promociones []

¿Cuáles son los proveedores de la competencia?: _____

¿Qué tan grande es el segmento del mercado de la competencia? Menores [] Iguales [] Mayores []

¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia?: _____

¿Cuáles son los puntos débiles de la competencia?: _____

¿Existen productos o servicios sustitutos (Competencia Directa o Indirecta)?: Si [] No []

¿Cuales?: _____

3.4. Estrategia de Mercado (Las 6 P's):

Producto: ¿Cuáles son las características del producto o servicio?: _____

Posición: ¿Cómo se va a captar la atención y la imaginación de los clientes?: _____

Plaza: ¿Dónde se va a vender el producto o servicio? ¿Cómo será la distribución del producto o servicio?

¿Qué Canales de distribución se utilizarán?: Puntos de Venta [] Terceros [] Franquicias [] Mayoristas []

Distribución Propia [] Otro(s): _____

Promoción: ¿A qué medios de comunicación se recurrirá para hacerlo? Aspectos Comunicacionales.

Publicidad Tradicional [] Mercadeo Directo [] Mercadeo Digital [] Telemercadeo [] Relación Públicas []

Expo-Ferias [] Visitas domiciliarias [] Otras: _____

Precio: ¿Qué precio debe tener el producto o servicio? [Hacer una lista de precios y Promociones]

Presupuesto: ¿Cómo alcanzar las metas de venta? [Hacer un presupuesto de costos de mercadeo]

Bank Oportunidades

Banca Mutual de Oportunidades. NIT: 901224080-1

IV. Sistema de Negocio

4.1. Tipo de Empresa: Bienes o Productos [] Servicios []

Señale las actividades principales de la empresa que desarrollará de manera Directa (D), Indirecta (i), Tercerizada (T): I&D [] Producción [] Mercadeo y Ventas [] Distribución [] Posventa [] Financiera [] Desarrollo Proveedores [] Diseño y Concepción [] Prestación del Servicio [] Aseguramiento Calidad [] Compras [] Talento Humano [] Otras: _____

¿Cuál es el enfoque de la empresa?: _____

¿Se llevarán a cabo posibles alianzas? Si [] No [] ¿Entre quiénes?: _____

¿Qué beneficios se pueden obtener de dicha(s) alianza(s)?: _____

¿Existen riesgos con la(s) alianza(s)? Si [] No [] ¿Cuáles?: _____

V. Análisis de Riesgo

5.1. ¿Existen riesgos potenciales en las siguientes dimensiones?

Organización Si [] No [] **Financiera** Si [] No [] **Legislación** Si [] No [] **Mercado** Si [] No [] Otro:

_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

Medidas para afrontar los potenciales riesgos y reducir al mínimo su impacto: _____

VI. Plan de Implementación

6.1. CRONOGRAMA DE TRABAJO [Realice un cronograma de trabajo detallado con los siguientes parámetros]

Componente	Año 1												Responsable	Producto	Costo			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	x	x	x	o	o	o
1. Desarrollo																		
2. Marketing																		
3. Operaciones																		
4. Hitos																		

¿Cuáles son los puntos clave para la creación de su empresa y cuándo tienen que cumplirse?: _____

¿Cuáles son los tiempos de implementación de los planes de mercadeo y financiero?: _____

¿Cuenta la empresa con un cronograma de trabajo realista? Si [] No []

¿Son coherentes los criterios que sirvieron para armar dicho cronograma? Si [] No []

¿Qué tareas y puntos clave están interconectados?: _____

¿Cuál es la ruta crítica? _____

Bank Oportunidades

Banca Mutual de Oportunidades. NIT: 901224080-1

VII. Plan Financiero

7.1. Oriente la construcción de su plan financiero, dando respuesta a los siguientes interrogantes:
¿Cuál es la inversión mínima requerida para iniciar operaciones?

¿Cuál será el comportamiento del flujo de caja?

¿Cuándo se espera la recuperación? (cuando la suma de los ingresos es mayor que la de todos los gastos)

¿Qué tan alta es su necesidad de financiación a la luz de su planeación de liquidez?

¿Cuánto efectivo se necesita en el escenario menos optimista?

¿Sobre qué supuestos se edificó la planeación financiera?

¿Qué condiciones está ofreciéndoles a sus inversionistas potenciales?

¿Qué rendimientos pueden esperar los inversionistas? _____

VIII. Resumen Ejecutivo

8.1. Cuál es su oportunidad de negocios? Señale el problema y la solución que ofrece.

¿De qué manera cumple con el criterio de diferenciación?

¿Cuáles son sus clientes objetivos?

¿Cuál es el valor para los clientes?

¿Qué volumen de mercado y tasas de crecimiento se espera?

¿Cuál es el ambiente competitivo al que se enfrenta?

¿Qué etapas del desarrollo adicionales se necesitan?

¿Qué tanta inversión (estimada) es necesaria? ¿Para qué se requiere esa inversión?

¿Cuáles metas a largo plazo se ha propuesto?

Espacio para uso exclusivo de la Banca Mutual de Oportunidades -----

Revisión del Comité de ahorro y crédito: Día [] Mes [] Año [] Hora: [] Aprobado para financiación Si[] No[]
Puntaje Plan de Negocios: _____ Nivel: Principiante [] - Básico [] - Avanzado [] - Experto []

Observaciones: _____