

CONTENIDO PLAN DE NEGOCIOS

PROBLEMA DEL MERCADO Y DE LA INVESTIGACIÓN	
Identificación de la necesidad a resolver	[Describir los principales hallazgos en relación con las necesidades estructurales, de infraestructura, psicológicas, de uso, de situación de compra, identificadas en el segmento de mercado explorado. No se plantean juicios de valor, es decir, se plantea la situación actual y no cómo debería ser la situación desde el punto de vista del estudiante]
Justificación	[Plantear la importancia del plan de negocios a desarrollar, y por qué se puede considerar como un aporte pertinente para la academia]
Solución propuesta	[Describir en qué consiste el producto o servicio (tangible/intangible) y cómo podrá dar solución a las necesidades identificadas. Hacer énfasis en los beneficios, características o atributos que pueden generar valor para los consumidores o al sector en el que se desarrollará la propuesta]
Pregunta de investigación	[Definir de forma puntual la pregunta problemática que se pretende responder con el Plan de Negocios]
Objetivos de la investigación	[Plantear los logros que busca alcanzar la investigación. Redactar en infinitivo. Trazar un objetivo general y máximo tres específicos]
MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de investigación	[Hacer referencia a los principales trabajos de investigación que han aportado al tema o al objetivo del estudio dentro del cual se encuentra enmarcada la propuesta de negocio. En su elaboración se debe responder ¿quién investigó? ¿qué estudió? ¿cómo lo hizo? ¿qué concluyó?]
Marco Teórico	[Explicar la teoría que va a sustentar al plan de negocio, tomando como base el problema planteado]
Marco Conceptual o Histórico (Opcional)	[Definir, con base en el tipo de investigación planteada, la inclusión de un marco conceptual o histórico]
MARCO METODOLÓGICO	
[Describir el método a seguir para desarrollar el plan de negocio, la descripción de la población considerada, las técnicas de recolección de la información y cómo se hará el análisis de la información]	
ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD	
Estudio de Mercado	[Analizar el comportamiento de la demanda, la oferta y los precios relacionados con el bien o servicio seleccionado, con la finalidad de estimar la demanda potencial futura y compararla con la oferta]
Estudio Técnico	[Describir los aspectos técnicos y operativos que son necesarios dentro del proceso de producción y que permiten el uso eficiente de los recursos disponibles. Se debe determinar el tamaño óptimo de la planta y su distribución, describir los aspectos de la localización, identificar los equipos y maquinarias necesarios para la producción del bien o servicio, diseñar un cronograma de trabajo y, finalmente, plantear el presupuesto de inversión]
Estudio Legal	[Describir la estructura legal sobre la cual se soporta la negociación internacional, estableciendo cuáles son las normas, leyes, reglas, códigos y

	demás contextos jurídicos que influyen o limitan el desarrollo del plan de negocios]
Estudio Financiero	[Asegurar la sostenibilidad financiera, con base en el análisis de indicadores financieros. Se debe incluir la proyección de un flujo de fondos, el análisis de las opciones de financiamiento y las evaluaciones de rentabilidad]
ESTRATEGIAS DE MERCADEO	
[Describir las tácticas que desarrollarán a nivel de: posicionamiento del producto o servicio en el mercado, comunicaciones de mercadeo (publicidad, relaciones públicas, digital marketing, direct marketing, SMACIT: Social, Mobile, Analytics, Cloud, and Internet of Things), distribución y comercialización (ventas) y servicio al cliente]	
REFERENCIAS	
[Debe estar actualizada. Al menos el 30% debe ser en inglés. Se deberá hacer siguiendo las directrices de la metodología de normas internacionales publicadas por la APA]	

El producto final debe incluir las Conclusiones y/o Recomendaciones del estudiante, debe tener una extensión máxima de 25 páginas (sin incluir anexos), y dentro de las características de forma debe cumplir con las Normas APA vigentes para el momento de la entrega.