

Nombre de la Empresa
Dirección
Ciudad, Estado, Zip Code
Teléfono

Propuesto por

Tabla de Contenidos

- 1. Descripción del negocio**
- 2. Metas y Objetivos de la empresa (Visión)**
- 3. Misión**
- 4. Descripción de la Industria**
- 5. Plan de Mercadeo**
- 6. Plan de Operaciones**
- 7. Equipo Gerencial**
- 8. Crecimiento de la Empresa y creación de empleo**
- 9. Plan Financiero**
- 10. Apéndice**

Descripción del Negocio

Descripción detallada de los productos y servicios. Escriba esta sección como si el lector no supiera nada del concepto de su negocio o de sus productos y/o servicios. Describa en detalle los tipos de productos o servicios que usted va a vender en su empresa, incluyendo las características. Incluya todo lo que alguien que lea por primera vez de su negocio necesite saber para comprender que ofrece su compañía. Esto incluirá un resumen de cómo su empresa y los productos o servicios ofrecidos son únicos y se diferencian de lo que actualmente está disponible en su área de comercio y como sus productos o servicios son diferentes comparados con la competencia. También incluya horas y ubicación de su empresa y porque las escogió.

Preguntas Adicionales:

- Cuál es el nombre de su empresa?
- En detalle describa los productos o servicios de su empresa.
- Donde va a estar localizado?
- Porque es una buena ubicación?
- Cuál es el horario de atención y porque?
- Porque alguien utilizaría su producto o servicio?

En qué etapa se encuentra su empresa?

Preguntas adicionales:

- Es una nueva empresa o la empresa ya existe?
- Si es una nueva empresa, cuando y como planea iniciar su negocio?
- Quien inicio o quién va a iniciar la empresa?

Metas y Objetivos de la empresa (Visión)

Resuma los objetivos para la futura empresa (donde quiere que su negocio se encuentre en 3 y 5 años, por ejemplo, etapa de crecimiento, posicionamiento en la comunidad). Incluirá las metas para el primer año. Asegúrese que sus objetivos son específicos e indican quien será responsable de cumplirlos y para cuando.

Preguntas Adicionales:

- Donde quiere que su empresa este en un año? (etapa de crecimiento, posición en la comunidad)
- Donde quiere a su empresa en 3 y 5 años desde el inicio de la misma?
- Como planea lograr esos cambios?

Misión

Cada empresa debe tener un propósito o misión última. Una misión que exprese el propósito principal de la compañía y sus más altos objetivos y que incluya sus valores, su visión, y el propósito de la organización. Resuma lo que usted ve como propósitos internos y externos para su empresa. Las razones internas pueden ser su visión de la empresa, la filosofía de hacer negocios y la satisfacción que usted tendrá por hacer negocios. Las razones externas pueden ser los que la empresa le proveerá a sus clientes y porque es importante. Debe plasmar los valores básicos de la empresa.

Descripción de la Industria

Antecedentes de la Industria – Resuma los antecedentes de su industria, su tamaño actual en términos de número de empresas o clientes en el área, y si son firmas pequeñas o grandes las que dominan la industria.

Preguntas Adicionales:

- Cual es actual tamaño de la industria? (Ejemplo- número de empresas, numero de clientes)
- Empresas pequeñas o grandes tienen mejor resultado en el terreno?

Tendencias Actuales y Futuras- Incluya como la industria se ha desarrollado o ha crecido. Brevemente, resuma las tendencias actuales y futuras, como la industria como un todo está cambiando, si la industria está creciendo o declinando.

Preguntas adicionales:

- La industria está en crecimiento o en decadencia.
- Como ha cambiado la industria?
- Cuáles son las tendencias actuales de la industria?
- Cuáles son las tendencias futuras de la industria?

Encaja la empresa en la industria? – Describa como ve que su empresa encaja en la industria. Es una de las más pequeñas o más grandes. Su empresa será como la mayoría de los otros en la industria?

Preguntas Adicionales:

- Como encaja su empresa en la industria?
- Es una de las más pequeñas o de las más grandes?
- En que se parece su negocio a los demás de la industria?
- En qué se diferencia?

Plan de Mercadeo

A. Descripción del mercado (Cliente Objetivo)

Perfil del Cliente/ Mercado Objetivo – sea tan específico como sea posible e incluya todos los factores relevantes incluyendo información demográfica (edad, género, ingreso, ocupación, etc.), información geopsicológica (motivación para comprar, valores, intereses, preferencias) y descripciones del estilo de vida (donde, cómo y cuándo escogen comprar). Incluya una justificación de porque ha escogido este grupo de clientes en particular. Resuma una descripción de las características claves de los clientes base que usted está buscando.

Preguntas Adicionales:

- Quien es su cliente ideal?
- Porque ellos son los clientes?
- Que les gusta? (incluya detalles, por ejemplo, edad, género, ingreso, etc.)
- Porque vendrían a su negocio? (que los motivaría a comprar?)

Descripción del área comercial – describa el territorio geográfico de su empresa, incluyendo limites y porque usted escogió esta área (porque sus clientes van a venir a hacer negocios con usted en esta área).

Preguntas Adicionales:

- Liste datos demográficos de las comunidades que rodean a su empresa.
- Describa la geografía real del área comercial incluyendo los limites y porque escogió esta área?

Beneficios para el cliente – Por cada característica de su negocio debe haber un beneficio para el cliente. Recuerde, el beneficio es lo que su producto o servicio **HARA POR** o **LE DARA** al cliente. Describa los beneficios de su producto o servicios al cliente.

B. Competencia

Competencia Directa e Indirecta – Escriba un resumen describiendo la competencia de su empresa dentro del Mercado objetivo y porque cree usted que puede competir efectivamente con sus competidores. Escriba un párrafo identificando y describiendo brevemente cada uno de sus mayores competidores. Incluya donde están localizados, si su locación es una fortaleza o una debilidad, y si son competencia directa o indirecta.

Preguntas Adicionales:

- Quienes son sus competidores? (Quien más hace lo mismo que su compañía hace?)
- Liste tres competidores – tres fortalezas y tres debilidades por cada uno.
- Que hará que su negocio sea diferente?
- Que hará que usted sea mejor que su competencia?
- Porque su empresa será exitosa?
- Que ofrece la competencia que usted no... porque?

C. Posicionamiento de Mercado y Estrategias

Posicionamiento de Mercado – Resuma la estrategia de posicionamiento de Mercado, incluyendo como diferenciara su producto o servicio del de la competencia a través de esfuerzos de mercadeo.

Preguntas Adicionales:

- Cuál es su imagen?
- Su producto es el más barato, Tiene el mejor servicio, la más amplia selección?
- Que puede ofrecer?
- Como va usted a promocionar su empresa para conseguir clientes?
- Que lo hará diferente de otras empresas?

Ubicación de la Empresa – Escriba un párrafo explicando la ubicación de su empresa y porque la selecciono. Incluya los pros y contras de la locación, y como esta ubicación afectara la producción, mercadeo y distribución de su producto o servicio.

Preguntas Adicionales:

- Donde estará ubicada su empresa?
- Cuáles son los pros y contras de la ubicación de su empresa?
- Como afectara la ubicación su producción, mercadeo y distribución de su producto o servicio?
- Sera fácil para su cliente localizarlo?

Tácticas de Mercadeo

- a. Empaque – Explique cómo empacara su producto o servicio, y como este empaque reforzara su imagen y su estrategia de mercadeo.

Preguntas Adicionales:

- Como se presenta usted su negocio y a usted mismo cuando lo describe a otros?
- Ha probado la imagen de su empaque?

- b. Precio – Describa el método que ha escogido para definir los precios, y como sus precios sirven para posicionarlo en el Mercado. Incluya como sus precios se comparan con la competencia.

Preguntas Adicionales:

- Como va a definir los precios de sus productos o servicios?
- Ha probado sus precios en el mercado?
- Como se comparan sus precios a los de la competencia?
- Como sus precios reflejan su imagen?

- c. Promoción – Describa el sistema de distribución escogido y como beneficiara las iniciativas de mercadeo. Describa las relaciones publicas que piensa ejecutar, las

actividades para establecer contactos (Networking) y como impactaran positivamente sus esfuerzos de mercadeo. Resuma la información que ha recolectado para describir las herramientas de publicidad principales en su negocio, incluyendo su costo, su alcance potencial en el Mercado y porque fueron escogidas. Indique como espera medir el exitoso o fracasa de cada una de estas herramientas.

Preguntas Adicionales:

- Que publicidad va a usar? (Impresa, radio, boca a boca?)
- Ha mirado el costo de la publicidad?
- Donde va a promocionarse? (Que locación será su objetivo?)
- Porque ha escogido esta ubicación o estos medios de promoción?
- Como planea medir el éxito de la publicidad?

D. Ventas

Servicio al cliente – Resuma su política de servicio al cliente y como esto impulsará sus esfuerzos de mercadeo.

Preguntas Adicionales:

- Cuáles son sus habilidades en ventas?
- Que experiencia tiene?
- Como se hacen las ventas?
- Le gusta el contacto cara a cara con el cliente?
- Como planea establecer contactos?
- Que recursos planea usar?

Plan de Operaciones

El plan de operaciones describe cómo va a llegar su producto/servicio al Mercado. Es decir, como usted va a dirigir su producto a través de producción a su cliente objetivo.

Preguntas Adicionales:

- Quién hace qué?
- Como se realizara el trabajo?
- Cuáles son las actividades diarias?
- Que maquinas serán usadas?
- Cuanta capacidad necesita?
- Cuáles son los requerimientos en cuanto a número de empleados?

Equipo Gerencial

Estructura y Administración – Describa la forma legal de hacer negocios que usted ha escogido y porque. Luego describa quien es el dueño de la empresa y el porcentaje que le corresponde. Resuma que servicios externos usted espera contratar y que consultores usara.

Preguntas Adicionales:

- Describa quienes son los dueños de la empresa y la estructura propietaria.
- Liste cualquier servicio tercerizado que usted planea usar. Por ejemplo, consultores, contadores, abogados, etc.

Antecedentes – Este es un perfil personal de sus habilidades y experiencia. Resuma si sus habilidades, su experiencia y como usted cree que esto se relacionara con su habilidad de iniciar y manejar una empresa. No olvide discutir tanto sus fortalezas como sus debilidades y como serán manejadas sus debilidades.

Crecimiento de la empresa y la creación de empleos

Plan Financiero

A. Uso de Fondos

Inversión requerida para iniciar

- a. Costos/ Necesidades de inicio – Resuma los gastos necesitados estimados para el lanzamiento de su empresa, incluyendo una breve explicación de los costos y como los estimó. Incluya el cuadro y las suposiciones explicando los costos estimados en el plan escrito y la información detallada como soporte. Indique que tanto capital tiene disponible ahora, y que tanta inversión adicional será necesitada para cubrir los gastos iniciales requeridos para el lanzamiento de su iniciativa.
- b. Inversión requerida – Préstamo del banco/Inversión personal – Escriba una explicación de donde obtendrá el capital adicional requerido para iniciar (capital personal, de un familiar, amigos y otros inversionistas, prestamistas, etc.). Estipule que porcentaje de los recursos necesarios vendrán como inversión del propietario y que porcentaje serán fondos prestados.

B. Proyecciones de Flujo de Caja

Estimados de ventas y gastos – Tabla y supuestos

Copie la tabla de proyección de ventas y supuestos, la tabla de proyecciones de unidades vendidas y supuestos, y la tabla de desembolsos de caja e inclúyalos en esta sección.

Proyección mensual del flujo de caja – Primer Año

Elabore una copia del flujo de caja proyectado para el primer año e inclúyalo en esta sección. Resuma cualquier supuesto que haya tenido en cuenta en la proyección y que no esté incluido en los estimados de ventas y gastos e inclúyalos aquí.

**NOTA: Si usted está usando su plan para determinar si puede o no obtener recursos de Fuentes financieras tradicionales, usted necesitara incluirlas proyecciones*

financieras para un periodo de tres años. Repita el proceso de proyección para los años 2 y 3, incluyendo esas proyecciones de flujo de caja también acá. Explique las diferencias en proyecciones para el año 1,2 y 3.

Apéndice (Otra información y Documentos)

Esta sección de su Plan de Negocios inicial debe incluir cualquier información o documentos que expliquen más en detalle o muestren las decisiones y obligaciones de su empresa.

- Planes del producto, dibujos
- Permisos de infraestructura
- Licencias, permisos o patentes
- Reportes de crédito
- Contratos
- Lista de su abogado, contador y otros consultores
- Registro de Nombre Ficticio
- Numero de identificación de empleado (EIN)
- Hoja de Vida
- Cartas de Recomendación
- Copia de contratos de arrendamiento
- Documentos Legales
- Valoraciones
- Estados Financieros Personales
- Licencia Mercantil

Haciendo uso de su Plan de Negocios

Hay muchos usos para su Plan de Negocios. En el desarrollo de su plan, usted habrá aprendido acerca de su Mercado, Clientes y Estrategias de Ventas. Este es solo el principio. Emprendedores exitosos están continuamente desarrollando nuevas ideas, refinando las viejas o adaptándose al ambiente cambiante.

Claramente, el plan le servirá como una guía inicial para iniciar su empresa. Su decisiones de empezar un nuevo negocio es como irse de viaje: la jornada puede ser active o pasiva. Para sacar el mayor provecho de su viaje usted necesita decidir ser activo – tener un mapa adecuado con el cual planear. En términos empresariales, el mapa es el plan de negocios. Usted construiría una casa sin un plano?

Un plan de negocio también puede ser usado para determinar el interés de potenciales inversionistas o prestamistas invirtiendo en su negocio. Un plan es ESENCIAL cuando busca financiamiento. Ayuda a los analistas financieros o inversionistas a tomar decisiones más fácilmente y más rápido. Teniendo en cuenta que amigos y familiares frecuentemente proveen el financiamiento para la etapa inicial de la empresa, el plan puede convencerlos que usted es serio acerca de convertirse en un emprendedor.

El plan es una declaración escrita que describe y analiza su negocio y da proyecciones detalladas acerca de su futuro. Debe ser un documento flexible que le permita trabajar en partes individual de su empresa sin gastar dinero. Esta habilidad de afinar su idea y el concepto de negocio incrementa sus posibilidades de éxito a largo plazo. Esto lo ayudara a tomar decisiones y obtener las herramientas para analizar los problemas y desarrollar nuevas situaciones.

Que buscan en un Plan de Negocios los lectores clave?

Prestamistas potenciales, empleados, socios o consultores – casi todas las personas que leen un plan de negocios – miran la misma información acerca de la empresa:

- Es el negocio viable?
- Son sus productos o servicios nuevos, únicos o de alguna manera mejores que la oferta actual?
- La empresa crea o sirve un nuevo Mercado?
- Es un Mercado en crecimiento?
- Son las proyecciones del flujo de caja y las ventas realistas?
- Puede la empresa ser rentable y soportar su deuda?
- La empresa realmente comprende y le da prioridad a las necesidades del cliente?
- Es el concepto del negocio claro, enfocado e inteligentemente presentado?
- Esta el concepto de negocio basado en una investigación y un análisis solido?

Tips de escritura

Debe su Plan de Negocios lucir profesional? Bueno, sí y no. La respuesta está basada en como usted va a usar su plan de negocios inicial. Si planea atraer inversionistas, su plan necesita verse tan profesional como sea posible. Lo más importante es que su plan comunique sus ideas, investigaciones y un sensato análisis en un formato fácil de leer. La longitud del plan debe oscilar entre 15 y 25 páginas. Luego, la longitud va a estar determinada por que tanto detalle usted necesite para determinar la posición económica y financiera del concepto de negocio. Se prefiere que presente una versión impresa con texto únicamente en la página derecha. Los planes de negocio nunca deben ser impresos por las dos caras de la hoja.

Una buena técnica de escritura es poner sus pensamientos en un papel y dejarlos ahí por unos pocos días. Se le solicitara hacer esto en los seminarios y como parte de su tarea. Después de escribir sus pensamientos, usted puede modificarlos, refinarlos, expandirlos o revisarlos hasta llegar a una versión final. En otras palabras, sus respuestas a las preguntas del cuadernillo y en los entregables se convertirán en una guía para desarrollar las secciones específicas del plan. Escribir toma tiempo. Lo mejor es completar una sección antes de iniciar la siguiente y tomar notas de las secciones que requieran investigación adicional y revisión. Es importante NO dejar que su tarea se acumule o usted se encontrara perdido al final del programa sin una guía para su plan. Es muy difícil ponerse al día. Cuando sea posible, trabaje en su tarea mientras las ideas están frescas de su clase.

Muchas personas revisaran y refinaran su plan muchas veces antes que la versión final esta completa.