**PLANTILLA DE RÚBRICA DE PLAN DE NEGOCIOS **

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TÍTULO DEL PLAN** |  |  |  | **FECHA** |
|  |  |  |  |   |
| **NOMBRE DEL REVISOR** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **RÚBRICA** | **PUNTUACIÓN** |  | **ESCALA DE PUNTUACIÓN** | **TOTAL** |
| Expectativas superadas | **4** |  | **EJEMPLAR** | **25 – 28** |
| Expectativas cumplidas | **3** |  | **ACEPTABLE** | **21 – 24** |
| Directrices cumplidas | **2** |  | **NECESITA MEJORAS** | **16 – 20** |
| Directrices algo cumplidas | **1** |  | **INADECUADO** | **0 – 15** |
| Incompleto; Información no disponible | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CRITERIOS** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **RESUMEN EJECUTIVO** |  |  |  |  |  |
| Esto proporciona una visión general concisa y exhaustiva y describe de manera efectiva los puntos principales del plan. |  |  |  |  |  |
| **DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** |  |  |  |  |  |
| Esto transmite claramente la idea de negocio. Incluye un motivo detallado para el lanzamiento, así como una descripción detallada del servicio / el producto ofrecido. Describe la visión, misión, enfoque y propuesta de valor de la empresa.  |  |  |  |  |  |
| **ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA** |  |  |  |  |  |
| Esto identifica el tamaño de la industria, los segmentos, la madurez, las tendencias y las perspectivas; detalla las posibilidades, amenazas y posibles barreras de entrada. Proporciona un análisis competitivo integral. Define el mercado objetivo y la demografía del consumidor. También proporciona las ventajas competitivas y únicas. |  |  |  |  |  |
| **PLAN DE GESTIÓN** |  |  |  |  |  |
| Esto define la forma de propiedad del negocio y proporciona el razonamiento de la forma elegida. También proporciona un organigrama con los nombres, roles y calificaciones de los miembros. Define las partes interesadas adicionales y los servicios profesionales solicitados. |  |  |  |  |  |
| **MARKETING PLAN** |  |  |  |  |  |
| Esto transmite claramente la estrategia de marketing general y proporciona el presupuesto. También proporciona los planes para las siguientes áreas: precios, distribución, promoción, publicidad, medios, relaciones públicas, ventas y gestión de ventas. |  |  |  |  |  |
| **PLAN OPERATIVO** |  |  |  |  |  |
| Esto describe y aborda cualquier necesidad de recursos humanos, instalaciones e infraestructura tecnológica. Identifica todas las necesidades logísticas y de distribución. También proporciona calendarios de implementación y procesos de monitoreo de progreso. |  |  |  |  |  |
| **PLAN FINANCIERO** |  |  |  |  |  |
| Esto incluye un informe completo de costos iniciales. También identifica posibles fuentes de financiación inicial. Proporciona los pronósticos de ventas, proyecciones de ingresos, estados financieros pro forma, análisis de punto de equilibrio y presupuesto de capital. |  |  |  |  |  |
| **TOTALES DE COLUMNAS** |  |  |  |  |  |
| **PUNTUACIÓN TOTAL** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **RENUNCIA**Cualquier artículo, plantilla o información proporcionada por Smartsheet en el sitio web es solo para referencia. Si bien nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos representaciones o garantías de ningún tipo, expresas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, artículos, plantillas o gráficos relacionados contenidos en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |