**SIMPLE RELLENAR EL ESPACIO EN BLANCO**

**PLANTILLA DE PLAN DE NEGOCIOS**

# NOMBRE DE LA EMPRESA

# I. RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro plan es abrir un \_\_\_(tipo de negocio)\_\_\_\_\_\_ negocio que venderá \_\_(producto o servicio)\_\_\_\_\_\_ para \_\_\_\_(comprador objetivo)\_\_\_\_. Nuestro equipo de gestión está formado por \_\_\_(nombre del miembro)\_\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_(nombre del miembro)\_\_\_\_\_\_\_\_. Nuestro equipo tiene la experiencia \_\_\_\_(tipos de habilidades relevantes)\_\_\_\_\_ para hacer crecer con éxito este negocio. Nuestro tamaño de mercado es \_\_\_(tamaño del mercado)\_\_\_\_, y nuestra base de clientes consta de \_\_\_(segmentos de mercado)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.\_\_ Comercializaremos a nuestros clientes objetivo utilizando los siguientes métodos: \_\_(método 1)\_\_\_\_\_, \_\_\_(método 2)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y \_\_\_(método 3)\_\_\_\_\_\_. Para que este negocio despegue, requerimos \_\_\_(requisitos de financiamiento)\_\_\_ en fondos, para los fines de \_\_(uso de financiamiento)\_\_\_. Nuestro objetivo es alcanzar \_\_\_\_(objetivo de ventas)\_\_\_\_ en el primer \_\_\_(período de tiempo)\_\_\_\_\_.

# II. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Este \_\_\_ (tipo de negocio)\_\_\_\_\_business operará en la industria \_\_\_(tipo de industria)\_\_\_\_\_. Nuestra misión es \_\_\_(declaración de misión)\_\_\_\_\_\_, y nuestra visión es \_\_\_(declaración de visión)\_\_\_\_\_\_..

Estamos vendiendo \_\_\_(producto/servicio)\_\_\_, y nuestra ventaja competitiva es \_\_\_(propuesta de venta única)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.\_\_ Actualmente, las alternativas que utilizan los compradores son \_\_\_(alternativa 1)\_\_\_ y \_\_\_\_(alternativa 2)\_\_\_\_\_. Sin embargo, esas alternativas carecen de \_\_\_\_(lo que distingue a su producto/servicio)\_\_\_\_.

Esta industria específica es \_\_(descripción de la industria)\_\_\_\_\_\_\_\_, y se espera que \_\_(predicciones de crecimiento)\_\_\_\_\_\_\_. Dadas esas predicciones, nuestra empresa se desempeñará con éxito porque \_\_(razonamiento respaldado por la investigación de mercado)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.\_\_ Planeamos alcanzar \_\_\_(meta de ventas)\_\_\_\_\_\_ en ventas anuales y aumentar nuestras ventas anuales en \_\_\_(meta de ventas)\_\_\_\_\_\_\_ durante el próximo \_\_\_(período de tiempo)\_\_\_.

# III. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMPETENCIA

Después de analizar el mercado e investigar la demanda de \_\_\_(producto/servicio)\_\_\_, hemos determinado que este es el mejor momento para permear el mercado porque \_\_\_(razón respaldada por la investigación)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Nuestro tamaño de mercado es \_\_(tamaño del mercado)\_\_\_, y nuestro(s) segmento(s) de mercado objetivo se pueden describir de la siguiente manera:

## Segmento 1

1. Demográfico
2. Género
3. Edad
4. Renta
5. Educación
6. Estado civil
7. Psicográfica
8. Genocidio
9. Creencias
10. Valores
11. Intereses
12. Preferencias de estilo de vida
13. Geográfico
14. Provincia o estado
15. Ciudad
16. Región
17. Código postal
18. Vecindario

Determinamos que hay suficiente demanda para nuestro \_\_\_(producto o servicio)\_\_\_ dentro de este segmento en particular debido a \_\_\_\_(razonamiento respaldado por investigación de mercado)\_\_\_.

Actualmente, nuestros mayores competidores son \_\_\_\_\_(competidor 1)\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_(competidor 2)\_\_\_\_. Lo que nos separa de la competencia son \_\_\_(ejemplo 1)\_\_\_\_ y \_\_\_(ejemplo 2)\_\_\_\_.

En comparación con lo que se ofrece en el mercado, nuestros precios son \_\_\_(diferencia de precio)\_\_\_\_\_\_\_, que es \_\_\_(diferencia porcentual)\_\_\_\_\_\_ que nuestra competencia.

Aquí hay una comparación estimada de nuestro negocio con los competidores existentes:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CATEGORÍA** | **NUESTRA EMPRESA** | **COMPETIDOR 1** | **COMPETIDOR 2** |
| Ingresos anuales | $000,000 | $000,000 | $000,000 |
| Nivel de precios | Promedio | Alto | Bajo |
| No. Empleados | 15 | 30 | 40 |
| Calidad | Alto | Promedio | Bajo |

# IV. PLAN DE MARKETING Y VENTAS

La publicidad y la promoción son esenciales para correr la voz sobre nuestro negocio, y esperamos implementar una estrategia de marketing \_\_\_(descripción)\_\_\_\_\_, que incluirá \_\_\_(componente clave de la estrategia de marketing) \_\_\_ y \_\_\_(componente clave de la estrategia de marketing)\_\_\_. Esta estrategia nos permitirá apuntar efectivamente a \_\_\_(segmento de mercado)\_\_\_ debido a \_\_\_\_(razonamiento respaldado por la investigación de mercado)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.\_\_

Nuestras ofertas clave incluyen \_\_\_(ofertas de productos/servicios)\_\_\_. Nuestras ofertas benefician a nuestros clientes objetivo más de lo que está actualmente en el mercado porque \_\_(razonamiento respaldado por la investigación de mercado)\_\_\_. Nuestra propuesta de venta única es \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Se predice que el mercado \_\_\_(predicción)\_\_\_\_\_\_\_ durante el próximo \_\_\_\_\_(marco de tiempo)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. En consecuencia, nuestra estrategia de precios es \_\_\_(estrategia de precios)\_\_\_.

Los diversos métodos que planeamos utilizar para comunicar nuestras ofertas a nuestros clientes objetivo son \_\_\_(métodos de comunicación)\_\_\_. Además, nuestro objetivo es promocionar nuestro \_\_(producto/servicio)\_\_ mediante \_\_(métodos de promoción)\_\_\_.

Tenemos la intención de distribuir nuestro \_\_(producto/servicio)\_\_ a los clientes por \_\_(método de distribución)\_\_\_. Venderemos \_\_(al por mayor, al por menor, etc.) \_\_ y usará \_\_(método de pago)\_\_.

# V. PLAN DE OPERACIONES Y GESTIÓN

Nuestras ubicaciones comerciales físicas estarán en \_\_\_(ubicaciones)\_\_\_\_\_ porque \_\_\_(razonamiento)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Otros requisitos físicos de nuestro negocio son \_\_(almacén, equipo especializado, instalaciones, etc.) \_\_\_.

Nuestro flujo de trabajo de producción es \_\_\_(descripción del flujo de trabajo de producción)\_\_. Nuestros requisitos de personal son \_\_(requisitos de personal)\_\_\_. La capacitación de los empleados será proporcionada por \_\_(descripción de las necesidades de capacitación de los empleados)\_\_\_.

# VI. PLAN DE DESARROLLO

El desarrollo de nuestra oferta ocurrirá en el transcurso de \_\_\_(marco de tiempo)\_\_\_\_\_\_\_. Lanzaremos nuestra estrategia de marketing \_\_\_(marco de tiempo)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con \_\_\_\_(estrategia de marketing)\_\_\_\_\_\_.

Nuestra estructura organizativa será \_\_\_(descripción)\_\_\_\_\_\_\_\_, con \_\_\_(número)\_\_\_\_\_\_ miembros del equipo directivo y \_\_\_\_(número)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Anticipamos que nuestros costos y gastos mensuales serán \_\_\_\_\_(cantidad)\_\_\_\_\_\_ porque \_\_\_(razonamiento respaldado por la investigación)\_\_\_\_\_\_. Tenemos un ingreso mensual anticipado de \_\_\_\_\_(cantidad)\_\_\_\_..

Con el dinero obtenido, planeamos invertir en \_\_\_(área de inversión)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Un año después del lanzamiento, nuestro objetivo es \_\_\_\_(objetivo del año 1)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.\_\_ Cinco años después del lanzamiento, nuestro objetivo es \_\_(objetivo del año 5)\_\_\_\_\_.

# VII. ESTADOS FINANCIEROS

Los siguientes estados financieros demuestran que nuestro negocio crecerá y será rentable.

Proporcione su estado de resultados proyectado, estado de flujo de efectivo y balance general. Además, adjunte un análisis de punto de equilibrio para proporcionar a los inversores el nivel de ventas que necesita para obtener ganancias.

# VIII. DOCUMENTOS JUSTIFICATIVOS Y ANEXOS

Aquí se adjuntan los documentos que respaldan la información proporcionada en el plan, incluidos \_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Posibles elementos a adjuntar:

* Investigación de mercado detallada
* Información de la industria
* Planos de emplazamiento/edificación
* Referencias profesionales
* Cualquier material de apoyo

|  |
| --- |
| **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. |