**Plantilla de Plan de Negocios**

*Inserte el nombre de su empresa aquí*

**Contenidos**

[1.](#h.srd3j2lkiszg) Acuerdo de Confidencialidad

[2.](#h.9rff20a64k4g) Resumen Ejecutivo

[3.](#h.otj8ksy9r8vs) Enfoque de Negocios

3.1 – Exposición de la Misión

[3.2 –](#h.72mxkcv73f64) Detalles del Negocio

[3.3 –](#h.kxs3bkcrrjnm) Soporte Profesional

[3.4 –](#h.dqz5qwszmwq8) Perfiles Personales

[3.5 -](#h.4q4ov2mvx482) Operaciones

[3.6 –](#h.8wesoe5bjs0d) Ciclo de Funcionamiento

[3.7 -](#h.qabjnurpdkld) Pago

[3.8 –](#h.vvzbmsffuaj5) Pretensiones y Objetivos

[4.](#h.8y90q0pl1zpn) Estudio de Mercado

[4.1 –](#h.c4et8klla5w5) Estudio de Clientes

[4.2 –](#h.33vo5wo0vxyt) Evidencia de la Demanda del Cliente

[4.3 –](#h.ocs68kgow9eh) Perfil de la Competencia

[4.4 –](#h.rezolcu6xk9l) Análisis FODA

[5.](#h.is6w3w6kxi6d) Plan de Marketing

[5.1 -](#h.gcxgkaqf4rm7) Servicios

[5.2 –](#h.r7zppmlzmb44) Ventaja Diferencial

[5.3 –](#h.g5spni895kyy) Política de Fijación de Precios

[5.4 –](#h.kasxmegnzkw8) Ventas y Estrategias de Marketing

[6.](#h.46labw81jgae) Plan Financiero

[6.1 –](#h.3ij4188gqba8) Costos de Inicio

[6.2 –](#h.c8h5t431lcgo) Previsión de Ventas

[6.3 –](#h.ylfhrqfg335m) Previsiones de Flujo de Efectivo

[6.4 –](#h.y5ki9i3zzll4) Otras Finanzas

[7.](#h.9ldpv6gi5xn0) Apéndice

## 1. Acuerdo de Confidencialidad

Es una buena idea plantear aquí alguna clase de acuerdo de confidencialidad entre usted y cualquier persona que pudiese leer el plan. Usted no quiere dejar la dejar abierta la puerta para que se divulgue su gran idea de negocios a cualquier persona.

Hay un buen ejemplo de un acuerdo en este Artículo

## 2. Resumen Ejecutivo

El Resumen Ejecutivo simplemente sintetiza todo el plan. No todos tendrán tiempo para leer cada plan de negocios que reciba y por lo tanto utilizarán este resumen para decidir rápidamente si deben leer todo en el detalle.

Destaque las áreas claves de cada sección para dar a los lectores una rápida vista general de lo que deben esperar. Se puede realizar este resumen al final para tener una idea de lo que es importante agregar.

## 3. Enfoque de Negocios

La sección de Enfoque de Negocios detalla todos los aspectos sobre como el negocio será llevado a cabo, quién lo determinará y todos tipo de objetivos que contenga.

### 3.1 – Exposición de la Misión

Aquí se describe los objetivos generales y metas como empresa - o lo que usted busca lograr y cómo alcanzarlo. Es el tipo de tarea que debe estar en la pared de tu oficina, para recordarte cada día por qué lo estás haciendo.

Para nosotros, nuestra misión y Ventaja Diferencial son una misma cosa, entonces utilizamos nuestra Ventaja Preferencial para esto. Hay una gran guía paso-a-paso en Sitepoint que es de ayuda para definir su Ventaja Preferencial: [6 Pasos para Crear una Ventaja Preferencial](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwww.sitepoint.com%2Fblogs%2F2009%2F09%2F12%2Fhow-to-create-unique-selling-proposition%2F&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNGx2G_7vhmo49aIqFAv47Bntrmi9Q)

### 3.2 – Detalles del Negocio

Una breve introducción al negocio, los fundadores, ubicación del negocio, sus servicios y carácter distintivo. Usted también puede agregar su **Situación Legal** aquí (ej. Empresario individual, Asociación, Sociedad de Responsabilidad Limitada). Más información sobre situación legal puede ser encontrada en el siguiente [enlace al sitio web de negocios](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwww.businesslink.gov.uk%2Fbdotg%2Faction%2Flayer%3Fr.s%3Dtl%26r.l1%3D1073858805%26r.lc%3Den%26topicId%3D1085161962&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNFmp31BQ5qLnXK6hj7KcLM-WIYp1w).

### 3.3 – Soporte Profesional

Realice una lista de detalles de cualquier tipo de soporte profesional que haya estado recibiendo por parte de una organización o particular. Por ejemplo, nosotros tenemos un asesor de negocios y [LJMU](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwww.ljmu.ac.uk%2F&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNEI8Ne27g1oPaPXFqPjxEGMBjrCrQ), quién ha colaborado en soporte de negocios y financiamiento.

### 3.4 – Perfiles Personales

Breves perfiles de personas involucradas con la creación del negocio. Piense en esto como un CV informal que proporciona algunos antecedentes sobre las personas involucradas en el comienzo del proyecto y sobre por qué lo iniciaron.

### 3.5 - Operaciones

Esta sección detalla quien está involucrada en las operaciones del negocio y el rol que va a tener, ej:

**Bob Smith – Director Creativo**

*Aquí describa detalles sobre el rol de Bob…*

### 3.6 – Ciclo de Funcionamiento

Nosotros utilizamos esta sección para describir el ciclo de un proyecto típico, desde la reunión inicial hasta la conclusión del mismo. Esto puede ser de ayuda para que los lectores comprendan como funciona el negocio – ellos pueden no contar con experiencia en el campo de su industria.

### 3.7 - Pago

Detalles sobre la estructura del pago. Esto puede incluir porcentaje de pagos que tendrá para la realización de depósitos y proyectos, así como términos de la factura.

### 3.8 – Pretensiones y Objetivos

En esta sección se muestra lo que quiere lograr con su negocio y cómo lo va a lograr. Hemos dividido esta en 3 secciones.

* + **A Corto Plazo**
  + Cualquier cosa que usted quiera lograr en las próximas semanas y meses (por ejemplo, a partir de ahora hasta 3 meses).
  + **A Medio Plazo**
  + Cualquier cosa que usted quiere lograr en el primer año de funcionamiento. Un ejemplo podría ser el objetivo de un determinado volumen de negocios.
  + **A Largo Plazo**
  + Nosotros visualizamos esto como la manera en la que nos gustaría ver la compañía en 1-2 años.

## 4. Estudio de Mercado

Esta sección tiene que ver con la investigación de sus clientes, competidores y evaluar su posible negocio en contra de ellos. Usted necesita demostrar si hay **clientes** y **demanda** de su producto y servicio.

### 4.1 – Estudio de Clientes

En este caso, hablamos de que nuestra base de clientes se fundó y se identificaron algunos problemas que puedan tener, que nuestro servicio puede resolver. También es una buena idea para tratar de identificar a un **cliente típico** en base de su servicio y la experiencia pasada. Nos pareció que esto es particularmente difícil para el diseño web, dado que los clientes pueden variar mucho.

En lugar de identificar a un cliente muy específico, se identificaron los sectores y mercados de destino de nuestros servicios y se fue de allí con la esperanza de encontrar una tendencia o de nicho.

### 4.2 – Evidencia de la Demanda del Cliente

Para convencer a los bancos/inversionistas/socios que su plan de negocio es viable, es necesario demostrar que existe una demanda de su producto o servicio. La evidencia es la clave aquí, como pre-acuerdos, contratos o testimonios de los clientes anteriores que han trabajado.

### 4.3 – Perfil de la Competencia

Así como el estudio del cliente, usted tendrá que mirar en la competencia local (y en caso de ser relevante, nacional) de su área. Nos fijamos en los puntos fuertes de los competidores, las debilidades y los precios, y luego los comparamos contra nosotros mismos. Esto fue útil para identificar nuestra principal competencia en un segmento de precios similar a la nuestra, pero también grandes empresas que puedan transformarse en futuros competidores.

Para realizar esta investigación podría tener que hacer un poco de excavación. Se puede ver en sus sitios web para información pública disponible, pero los detalles, como sus precios pueden ser difíciles de identificar. Haciéndose pasar por un cliente potencial puede ser una manera eficaz de conseguir algunos de los precios. Puede que no sea totalmente exacto, pero es un comienzo!

### 4.4 – Análisis FODA

El análisis FODA es el que usted usa su investigación para identificar 4 cosas:

* + **Fortalezas**
  + ¿Qué habilidades, conocimientos, pasiones y conexiones tiene usted que puede beneficiar a su plan de negocio y cómo puede conseguir el máximo partido de ellos para ayudar a construir su negocio?
  + *Ejemplo: Somos una asociación, por lo que solo dos de nosotros en el negocio que nos permita ofrecer un trato personalizado y flexible a nuestros clientes y negocios.*
  + **Oportunidades**
  + ¿Cuáles son las oportunidades que hay que se puede aprovechar para establecer su negocio?
  + *Ejemplo: A través del trabajo autónomo anterior, uno de nosotros tenía vínculos de trabajo con los productos educativos que nos proponemos continuar y podría ser una puerta hacia ese sector.*
  + **Debilidades**
  + Cuáles son las debilidades de su negocio. Es la mejor manera de ser abierto y honesto sobre éstas y luego mostrar como usted planea en sobrellevarlas.
  + *Ejemplo: Nosotros no contábamos con ninguna experiencia previa en el negocio, lo que podría volvernos propensos a cometer errores. Intentamos sobrellevarlos mediante la búsqueda de apoyo profesional, tales como esquemas de apoyo a las empresas.*
  + **Amenazas**
  + ¿Cuáles son las amenazas a su plan de negocio y qué métodos va a utilizar para proteger su negocio contra ellos?
  + *Ejemplo: La industria del diseño es una industria competitiva con las tasas de éxito de la puesta en marcha de negocios inferior a 15%. Para superar esto, queremos posicionarnos como una empresa única, en nuestra marca, nuestro servicio al cliente y la calidad del trabajo.*

## 5. Plan de Marketing

El plan de marketing es la sección en la que se habla de cómo va a posición y comercializar sus servicios, incluyendo su política de precios de la Ventaja Preferencia, y la estrategia de ventas.

### 5.1 - Servicios

Aquí entre en detalles sobre los servicios que planea ofrecer. Es importante incluir suficientes detalles, dado que algunas personas que leen el plan podrían no tener experiencia en su industria.

Hemos encontrado que es útil destacar aspectos particulares y los principios de nuestro servicio(s) y ejemplos relevantes de trabajo previo

### 5.2 – Ventaja Preferencial

¿Qué te hace diferente de otras empresas de su sector y por qué querrán los clientes utilizar sus servicios? Esto puede ser realmente difícil, pero lo que encontramos útil para identificar las cosas simples que los clientes quieren - única que no tiene por qué significar loco y diferente. Una gran cantidad de empresas falla a sus clientes con problemas simples, como buen servicio al cliente.

Como anteriormente, utilizamos del artículo [6](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwww.sitepoint.com%2Fblogs%2F2009%2F09%2F12%2Fhow-to-create-unique-selling-proposition%2F&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNGx2G_7vhmo49aIqFAv47Bntrmi9Q) Pasos Para Crear una Ventaja Preferencial para identificar una Ventaja Preferencial. Usándolo como guía nosotros lo estructuramos en los siguientes títulos:

* + **Nuestro público**
  + **El problema que resolver**
  + **Tres ventajas de nuestro servicio**
  + **¿Qué vamos a ofrecer?**

### 5.3 – Política de Fijación de Precios

Ah, esta vieja historia! Este es probablemente lo más preguntado en los foros, blogs y Twitter para personas que buscan comenzar como una pequeña empresa o autónomo. En realidad, no es tan difícil idear una vez se posee algún tipo de fórmula o de la lógica detrás de su precio.

Vamos a estar un blog sobre nuestra fórmula de fijación de precios en un par de semanas, por lo mantenga un ojo en nuestro blog para eso. Aquí hay algunos enlaces de mis archivos de Delicious que pueden serle de ayuda, mientras tanto:

[Cómo 20 diseñadores cobran a sus clientes - parte 1](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwww.davidairey.com%2Fhow-designers-charge-their-clients-part-1%2F&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNHhDstS2-uueG_AafuU2r4Mz5MGTQ)

El Método de Precio Rápido, Bueno y Barato

¿Cuánto debería cobrar por una página web?

Recursos para ayudarle a decidir cuánto cobrar por el trabajo de diseño [FreelanceSwitch](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Ffreelanceswitch.com%2Frates%2F&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNHZ7A-5_BxGwswCTuiHu6CFs0hE8Q) Calculadora de Pago por Hora

### 5.4 – Ventas y Estrategias de Marketing

¿Cómo se va a comercializar su producto o servicio para que clientes potenciales se enteren? ¿Se va a crear algún paquete conjunto que los clientes pueden comprar fuera de la plataforma o será todo sobre una base a medida?

De nuestra estrategia de marketing, nos separamos de nuestros planes para arriba en **línea** (página web, blogs, redes sociales) y **fuera de línea** (envíos de correos, eventos de creación de redes, etc) las estrategias.

No teníamos mucho presupuesto para la comercialización y debíamos pensar en maneras creativas de comercializar nuestros servicios. También hay que pensar en métodos que son relevantes para su negocio. - Por ejemplo, yo no diría volante o vallas publicitarias son medios adecuados para una agencia de diseño web.

## 6. Plan Financiero

En esta sección se trata de demostrar tu habilidad con cálculos numéricos.

¿Ha identificado los costos iniciales para comenzar el negocio y la previsión de ventas para los primeros dos años o algo del estilo? Los hombres del dinero van a querer ver su flujo de efectivo previsto y asegurarse de que haya un balance final. En última instancia, van a ser determinar si esto es un negocio económicamente viable o no.

*Para acompañar este modelo de plan de negocios, hay una hoja de cálculo de* [*planificación financiera*](https://docs.google.com/previewtemplate?id=0Ak4IcvXFn613dDlVVUFzMmdaNWZHY3B5bS1WdXZTS1E&mode=public) *que puede utilizar. Usted es libre de usar la hoja de cálculo para el cálculo de las finanzas y luego copiar y los cuadros correspondientes y gráficos aquí en el plan de negocios.*

### 6.1 – Costos de Inicio

Ilustre sus costos iniciales aquí y demuestre cómo se van a financiar (usted podría referirse a su flujo de efectivo para esto). Los costos iniciales pueden incluir:

* Equipos
* Software
* Gastos fijos
* Materiales de Marketing

### 6.2 – Previsión de Ventas

Previsiones de ventas para 1-2 años, o los años que se considere necesario. Esto es difícil, pero se tiene que hacer. Ayuda a utilizar su conocimiento de los clientes anteriores/experiencia y luego aplicarlo a proyectos de clientes potenciales (por ejemplo, se podría generalizar proyectos, tales como: básico e-commerce, el paquete de diseño de marca, diseño de la tarjeta).

Use sus cálculos de precios para calcular el número de horas que tiene disponible en una semana/mes y el número de proyectos en los que caben dentro de estas horas. Usted podría utilizar su estrategia de marketing para ilustrar cuando se espera ver un incremento en las ventas o al predecir que podría haber un período de calma (por ejemplo, fiestas de Navidad).

### 6.3 – Previsiones de Flujo de Efectivo

Su flujo de caja se utiliza para demostrar sus ingresos y gastos para cada año, aparecen en una base de mes a mes. Los I**ngresos** pueden incluir las ventas, financiación, préstamos etc. y **Gastos** muestra sus gastos tales como alquiler, papelería y salarios.

### 6.4 – Otras Finanzas

Existen otras tablas que se pueden incluir en su plan financiero, tales como una cuenta de pérdidas y ganancias para cada año y un balance general. De pérdidas y ganancias se explica por sí misma y un balance general muestra los activos y pasivos.

Recibimos más ayuda exterior con estos otros cuadros financieros/cartas que el resto del plan de negocios. No hay nada malo en ello, y sin duda recomendaría buscar ayuda con las partes respecto las que no está seguro sobre su puesta en marcha.

## 7. Apéndice

El apéndice es donde se pone la información adicional que se hace referencia en el plan de negocios. Esto podría ser cosas tales como:

* Tablas financieras/gráficos
* CV’s
* Referencias
* Imagenes del trabajo
* Acuerdos de Asociación