****

[Nombre de compañía]

[Logo]

**Plan de negocios para**

**negocios de camisetas**

**hecho por Zarla**

Tabla de Contenidos

RESUMEN EJECUTIVO 1

PLAN DE MARKETING 3

ANEXOS 9

RESUMEN EJECUTIVO

Tu resumen ejecutivo debe explicar concretamente el propósito de tu negocio. El resto del plan de negocios entrará en gran detalle, pero el resumen debe darle a los lectores una idea rápida de por qué formas parte del negocio y qué harás en él. Esto se puede lograr en unos cuantos párrafos. Incluso es posible que desees dividir tu documento en subsecciones, como las siguientes.

Producto o Servicio

Aquí explicarás los principales productos/servicios que ofrecerás en tu negocio. Aunque sea posible que otras empresas ya estén ofreciendo los mismos productos o servicios en tu área, debes articular por qué la tuya será única o superior.

Clientes Potenciales

Generalmente, las empresas se dirigen a un determinado grupo demográfico que se alinea con su especialidad. Por ejemplo: si estás iniciando un salón de belleza de lujo en un área metropolitana concurrida, tus clientes potenciales probablemente serán mujeres profesionistas con edades entre los 20 y los 50 años.

Propietarios de la Compañía
Los inversionistas tendrán mucha curiosidad por saber quién está a la cabeza de tu empresa. Incluye el nombre y una breve biografía para cada propietario. La biografía debe incluir detalles que ayuden a ilustrar por qué dicha persona es una gran opción para la compañía.

Esta sección también puede incluir un desglose de los porcentajes de propiedad, es decir, cuánto le pertenecerá a los fundadores, cuánto a los inversionistas privados, etc.

Futuro de la compañía y Proyecciones

Menciona brevemente los planes a largo plazo y puntos de referencias anticipados para tu compañía.

Financiamiento necesario

A pesar de que se proporcionarán detalles más precisos en la sección financiera, para fines del resumen ejecutivo, indica concretamente cuánto financiamiento es necesario para iniciar tu negocio. Si planeas utilizar este plan de negocios como documentación extra para solicitar de préstamo bancario, explicar brevemente el propósito del préstamo será útil.

DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA

Misión

La misión de tu empresa debería poder ser comunicada en una o dos oraciones, de forma clara y concreta. Por ejemplo:

*“Inspirar y nutrir al espíritu humano – una persona, una taza y un vecindario a la vez.*” — Starbucks

Filosofía de la compañía

La filosofía de una compañía es una declaración, o un set de declaraciones, que reflejan los principios que la guían. Por ejemplo, aquí la filosofía de Google:

1. *Enfócate en el usuario y todo lo demás seguirá.*
2. *Es mejor hacer una sola cosa muy, muy bien.*
3. *Rápido es mejor que lento.*
4. *La democracia funciona en la web.*
5. *No es necesario estar en tu escritorio para necesitar una respuesta.*
6. *Puedes generar dinero sin hacer el mal.*
7. *Siempre hay más información.*
8. *La necesidad de información traspasa las fronteras.*
9. *Puedes hablar con seriedad sin vestir un traje.*
10. *“Genial” simplemente no es lo suficientemente bueno.*

Objetivos y metas de la compañía

Enlista los objetivos y metas principales de la compañía. Estos pueden incluir objetivos como ingresos anuales, una número especifico de clientes, etc. Incluye cualquier número que pueda utilizarse más adelante como una métrica para tu éxito.

Propietarios, Historia de creación y Entidad jurídica

Asegúrate de informar sobre los propietarios y fundadores de la compañía, incluidos sus antecedentes profesionales. Asimismo, puedes escribir sobre la historia de la creación de la compañía si ya está funcionando o explicar qué condujo a su creación.

Para cuando escribas tu plan de negocios, debes haber creado una entidad legal para tu compañía. Menciona si es una empresa unipersonal, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Corporación o Sociedad e incluya detalles adicionales como el nombre legal.

Si tu compañía ya está generando ganancias, inclúyelas en una breve declaración trimestral o anual.

Público objetivo

Puede que tu compañía atraiga a amplio número de personas, pero es necesario definir quienes serán tu público objetivo. Es decir: un grupo de personas que probablemente estén interesadas en tu producto o servicio en función de su edad, intereses, ocupaciones, etc. Definir a tu público objetivo te será de gran ayuda, pues te permitirá crear una mejor estrategia de marketing y maximizar tu presupuesto.

Competidores

Describe a tus competidores en términos generales pero concretos. Primero, explica qué tipo de negocios estarán en competencia directa con el tuyo. En segundo lugar, presta atención y menciona a cualquier negocio específico a tu región que pueda competir directamente por la atención de tus clientes y público objetivo.

Finalmente, describe la ventaja competitiva de tu compañía y cómo funcionará tu plan para mantenerte por encima de la competencia.

Logros y premios a la fecha

Ésta es tu oportunidad para enumerar los logros y premios de la compañía, como: registros de ventas, premios comerciales, adquisiciones importantes, etc. Estos pueden enumerarse en forma de viñetas y ayudarán a reforzar tu propuesta ante los inversionistas.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Producto o Servicio de la compañía

Utiliza varios párrafos para explicar el producto o servicio de tu compañía. Esta explicación debe recalcar por qué tu compañía está en una posición única para hacerle esta oferta al mercado. Puedes hablar en términos generales e incluso definir la forma en que tu producto o servicio le será entregado a los clientes.

Precio

Delinea tu plan de precios, enumerando las tarifas de los servicios o productos de la compañía. También debes explicar tu modelo de precios aclarando la diferencia entre tus costos y tu margen de beneficio.

PLAN DE MARKETING

Investigación de mercado

Ya sea que hayas contratado a un consultor o una agencia de marketing para conducir la investigación de mercado por ti, o que la estés realizando tú mismo, deberás resumir aquí tus hallazgos. Incluye estadísticas relevantes que aclaren aún más la necesidad de una compañía como la tuya.

Análisis FODA

|  |  |
| --- | --- |
| Fortalezas | Debilidades |
| Oportunidades | Amenazas |

Estrategia de marketing

Resume tu estrategia de marketing en frases como: "Los elementos de nuestra estrategia de marketing son, (1) Construir relaciones comerciales, (2)...".

Puede entrar en detalle en esta sección si es necesario, pero el propósito es primero comunicar la estrategia general de la compañía en términos generales.

Canales de marketing

Es importante definir qué canales de marketing utilizará la compañía para llegar a su público objetivo. Un canal de marketing es un punto de distribución que le permitirá a tu compañía conectar con más personas. Los posibles canales de marketing incluyen:

* Redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.)
* Sitio web
* Campaña de emailing
* SEO
* Publicidad pago-por-clic

Presupuesto

Aquí podrás declarar un valor total en pesos mexicanos que se le designará tu estrategia de marketing durante tu primer año. Asimismo podrías compartir una hoja de cálculo con el presupuesto desglosado.

PLAN DE OPERACIÓN

Requisitos de las instalaciones

|  |  |
| --- | --- |
| Metros cuadrados |  |
| Ubicación (urbana, suburbio, industrial) |  |
| Cajones de estacionamiento |  |
| Equipos de Aire acondicionado |  |
| Zonificación |  |
| Otras características |  |

Requisitos legales y contables

Requisitos de personal

Enlista a todos los empleados que necesitarás contratar para que funcione tu compañía, incluidos los gerentes.

Inventario de Gerentes

Explica cómo administrarás tu inventario, ya sea que planees tener un método manual o si usarás un software de administración de inventario. Esta sección puede incluir detalles sobre la frecuencia de los nuevos pedidos, cómo planeas mover el inventario anterior y las políticas para la documentación del inventario.

Se necesitará menos información si tu compañía ofrece un servicio en lugar de un producto.

Necesidades tecnológicas y de equipo

|  |  |
| --- | --- |
| **Descripción del objeto** | **Precio** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Total** | $ |

Logística y Distribución

Esta sección es aplicable si estás vendiendo productos que deben distribuirse a tiendas minoristas o directamente a los clientes. Deberás contestar a preguntas como:

* ¿Utilizarás a un mayorista/proveedor?
* ¿Trabajarás exclusivamente con un mensajero o varios?
* ¿Qué tan grande será tu Centro de Distribución (CEDIS)? (local, regional, nacional, internacional)
* ¿Cuánto costará la distribución?

Proveedores

Toda compañía necesita trabajar con proveedores para comprar la materia prima para su producto, comprar inventario nuevo o comprar artículos/equipo que les permitan realizar un servicio.

Si has asegurado acuerdos contractuales con proveedores, puedes mencionarlos brevemente e incluso incluirlos con la documentación de respaldo si los inversionistas o prestamistas los solicitan.

Política para créditos

Tu política para créditos define cómo y bajo qué circunstancias tu compañía aceptará pagos por bienes vendidos o servicios prestados. Dicho de otra manera: esta política estipula cuánto tiempo tendrán tus clientes antes de que comiences a cobrarles intereses y cuál será la tasa de interés.

ADMINISTRACIÓN

Propietarios y Equipo Ejecutivo

Enumera a los propietarios de la compañía y ofrece una breve biografía de cada uno. Asimismo, incluye una lista de personas en tu equipo ejecutivo. Podrías ayudar a visualizar al equipo ejecutivo con un diagrama como el siguiente. Los títulos y la organización de la jerarquía se pueden modificar para reflejar la estructura de tu compañía.

Dueños y Accionistas

Si aún no lo has hecho, enlista a los dueños de la compañía y accionistas actuales, incluido el porcentaje que poseen de la compañía.

Mesa Directiva

Si tu compañía ha conformado una Mesa Directiva, enlista el nombre de los miembros y sus respectivos cargos.

Gerentes

CEO

CFO

VP

VP

COO

VP

VP

Tu equipo ejecutivo supervisa el panorama general de las operaciones de tu compañía, pero el siguiente nivel jerárquico del personal (la gerencia) está involucrado en las operaciones diarias de la compañía y la gestión de todos sus empleados.

Enlista el nombre de los gerentes y sus títulos. De ser posible, incluye una breve descripción de cuál será su función y por qué están calificados para ello.

Si aún no has contratado a gerentes, describe el tipo de persona que estás buscando y qué funciones debe desempeñar.

Consultores y Asesores

Muchas compañías en etapa inicial contratan consultores y asesores para ayudarlas a entrar y posicionarse en su respectiva industria con éxito. Si tu compañía está trabajando con un consultor o asesor en cualquier capacidad, toma nota de quiénes son y por qué han sido contratados. La experiencia profesional de un tercero les comunica a los inversionistas que estás haciendo tu trabajo correctamente y planificando cuidadosamente para alcanzar tus objetivos.

PLAN FINANCIERO

Hoja de balances actuales

Un balance enumera todos los activos y pasivos actuales de la empresa.

[Utiliza nuestra plantilla de hoja de balance](https://www.namesnack.com/downloads/balance-sheet-template-download-20200819.xlsx) para crear tu propia hoja de balance.

Proyecciones financieras a 12 meses

No hay forma de saber con certeza dónde estará tu compañía en 12 meses, pero puedes hacer algunas proyecciones financieras basadas en un conjunto de suposiciones. Esto se hace a menudo mediante el uso de un “Estado de Pérdidas y Ganancias Pro Forma”. Es lo mismo que un Estado de Pérdidas y Ganancias regular, a excepción del hecho de que es una proyección en lugar de un análisis de un periodo fiscal anterior.

[Utiliza nuestra plantilla de Estado de Pérdidas y Ganancias Pro Forma](https://www.namesnack.com/downloads/pro-forma-profit-and-loss-statement-download-20200818.xlsx) para crear una hoja de cálculo con todos tus datos.

Presupuesto de flujo de efectivo a un año

Una hoja de cálculo que desglose tu presupuesto de flujo de efectivo te ayudará a establecer límites para gastos razonables.

[Utiliza nuestra plantilla de Presupuesto de flujo de efectivo](https://www.namesnack.com/downloads/cash-flow-budget-download-20200819.xlsx) para empezar.

Análisis de Punto de equilibrio

Un análisis de punto de equilibrio utiliza una fórmula simple para revelar el punto en el que tu compañía cubrirá todos sus gastos y tendrá una ganancia o pérdida neta de $0.00 MXN.

Puedes realizar un [Análisis de Punto de equilibrio](https://www.namesnack.com/downloads/break-even-analysis-template-20200819.xlsx) basándote en nuestra plantilla.

Financiamiento necesario

Para resumir el financiamiento que necesitas, para qué se necesita y cómo se gastará, debes tener una “Declaración de fuentes y usos”. Esta declaración enumera los montos totales en pesos mexicanos para cada categoría en tu presupuesto y las fuentes correspondientes para esos valores en pesos mexicanos.

[Utiliza nuestra plantilla](https://www.namesnack.com/downloads/statement-of-sources-and-uses-download-20200818.xlsx) para declarar tus fuentes y usos.

ANEXOS

Se puede incluir información adicional en los anexos si es necesario, como documentos que verifiquen el contenido del plan de negocios, o notas adicionales sobre cualquiera de las secciones anteriores.