

[Nombre de negocio]

[Logo]

**Plan de negocios para salón de uñas**

**Realizado por Zarla**

Tabla de contenidos

[RESUMEN EJECUTIVO](#_Toc17292125) 1

[Producto o servicio](#_Toc17292126) 1

[Clientes potenciales](#_Toc17292127) 1

[Propietarios de la compañía 1](#_Toc17292128)

[Futuro y proyecciones de la compañía](#_Toc17292129) 1

[Financiamiento necesario](#_Toc17292130) 1

[DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA](#_Toc17292131) 2

[Declaración de misión](#_Toc17292132) 2
[Filosofía de la compañía](#_Toc17292132) 2

[Objetivos y metas de la compañía](#_Toc17292133) 2

[Fundadores, historia de formación y entidad legal](#_Toc17292134) 2
[Mercado objetivo](#_Toc17292134) 3

[Competidores](#_Toc17292135) 3

[Logros a la fecha](#_Toc17292136) 3

[PRODUCTOS Y SERVICIOS](#_Toc17292137) 3

[Producto o servicio principal](#_Toc17292138) 3

[Precio](#_Toc17292139) 3

[PLAN DE MARKETING](#_Toc17292140) 3

[Investigación de mercado objetivo](#_Toc17292141) 3

[Análisis FODA](#_Toc17292142) 4

[Estrategia de marketing](#_Toc17292143) 4

[Canales de marketing a utilizar 4](#_Toc17292144)

[Presupuesto de marketing 5](#_Toc17292145)

[PLAN OPERACIONAL](#_Toc17292146) 5

[Requisitos del local](#_Toc17292147) 5

[Requisitos legales y contables](#_Toc17292148) 5

[Requisitos de personal](#_Toc17292149) 5

[Manejo de inventario](#_Toc17292150) 5

[Necesidades tecnológicas y de equipamiento](#_Toc17292151) 6

[Distribución y logística](#_Toc17292152) 6

[Proveedores](#_Toc17292153) 6

[Pólizas de crédito](#_Toc17292154) 6

[ADMINISTRACIÓN 7](#_Toc17292155)

[Fundadores y equipo ejecutivo](#_Toc17292156) 7

[Dueños y accionistas](#_Toc17292157) 7

[Junta directiva](#_Toc17292158) 7

[Administración 7](#_Toc17292158)

[Asesores y consultores 8](#_Toc17292159)

[PLAN FINANCIERO](#_Toc17292160) 8

[Hoja de balance actual](#_Toc17292161) 8

[Proyecciones financieras a 12 meses](#_Toc17292162) 8

[Presupuesto de flujo de efectivo anual](#_Toc17292163) 8

[Análisis de punto de equilibrio](#_Toc17292163) 8

[Financiamiento necesario](#_Toc17292164) 8

[APÉNDICES](#_Toc17292165) 8

RESUMEN EJECUTIVO

Tu resumen ejecutivo debe explicar con brevedad el propósito de tu negocio. A pesar de que el resto del plan de negocios hará mención detallada sobre tu marca, este resumen debe brindar una idea concisa y rápida de por qué estás creando tu negocio y qué es lo que hará. Esto se puede lograr en unos cuantos párrafos. Incluso, puedes separar tu información en varias secciones, como las de a continuación.

Producto o servicio

Aquí puedes explicar los productos o servicios esenciales que ofrecerá tu negocio. A pesar de que otras empresas ya estén ofreciendo los mismos productos o servicios que tú en tu área, debes ser capaz de articular por qué los tuyos son únicos y/o superiores.

Clientes potenciales

Generalmente, los negocios eligen a un sector demográfico en específico que se alinee con su especialidad. Por ejemplo: si estás por abrir un salón de belleza de lujo en una zona metropolitana, probablemente tus clientes serán mujeres profesionistas entre un rango de 20 y 50 años de edad.

Propietarios de la compañía
Los inversionistas tendrán curiosidad sobre quién, o quiénes, están a cargo de tu negocio. Incluye un nombre y una breve semblanza para cada propietario. La semblanza debe incluir detalles que ayuden a mostrar por qué él o ella es un buen elemento para la empresa.

Esta sección también puede incluir un desglose de información sobre el porcentaje de empresa que le corresponde a cada propietario, cuánto le corresponderá a los inversionistas privados, etc.

Futuro y proyecciones de la compañía

Menciona brevemente planes a futuro y puntos de referencia que anticipas para tu negocio.

Financiamiento necesario

Proporcionarás más detalles del financiamiento necesario en la sección financiera, pero en tu resumen ejecutivo explica brevemente qué fondos se necesitan para abrir tu negocio. Si utilizarás tu plan de negocios como documentación extra para aplicar para un préstamo, una explicación rápida sobre del propósito y el cómo lo usarás ese capital, será muy útil.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Declaración de misión

Aquí debes explicar, en una o dos oraciones, cuál es la misión de tu empresa. Por ejemplo:

*“Inspirar y nutrir el espíritu humano: Una persona, una taza y una comunidad a la vez.”*

— Starbucks

Filosofía de la compañía

La filosofía de tu compañía es una declaración, o serie de declaraciones, que ilustran los valores que la guían. La [filosofía completa](https://about.google/intl/es-419/philosophy/) de Google se expresa en diez puntos que pueden resumirse de la siguiente manera:

1. Si uno se enfoca en el usuario, el resto sucede solo.
2. Lo mejor que se puede hacer especializarse en una sola cosa.
3. Rápido es mejor que lento.
4. La democracia es una buena forma de gobierno para la Web.
5. No es necesario sentarte a tu escritorio para obtener una respuesta.
6. Se puede ganar dinero sin hacer el mal.
7. Siempre hay más información para descubrir.
8. La necesidad de información trasciende todas las fronteras.
9. No hace falta vestir traje para ser formal.
10. Excelente no es suficiente.

Objetivos y metas de la compañía

Enlista tus metas y objetivos primordiales. Estos pueden incluir objetivos de ingresos anuales, cierto número de clientes, etc. Incluye todo tipo de número que pueda ayudarte más adelante como una métrica de tu éxito.

Fundadores, historia de formación y entidad legal

Comparte información sobre los fundadores de la compañía, incluyendo su trayectoria profesional. También puedes escribir una breve historia de cómo se formó el negocio, si es que ya está en operación, o qué lo llevó a formarse.

Para cuando hayas escrito tu plan de negocios, ya debiste de haber creado una entidad legal para tu compañía. Explica si esto es una Empresa Individual, Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), Sociedad Anónima, Sociedad Colectiva, entre otros, e incluye información adicional como el nombre legal.

Si tu compañía ya ha generado ganancias, incluye un breve reporte de éstas por trimestre o anuales.

Mercado objetivo

Puede que tu negocio sea atractivo para un amplio rango de personas, pero aun así necesitas definir un mercado objetivo. Es decir, un grupo de personas potenciales a estar interesadas en tu producto o servicio a partir de su edad, intereses, ocupaciones, etc. El definir a tu mercado objetivo te ayudará a desarrollar fuertes estrategias de marketing que maximicen tu presupuesto.

Competidores

Describe a tus competidores tanto en términos generales, como específicos. Primero, explica qué clase de negocios estarán en competencia directa con el tuyo. Luego, toma nota de compañías específicas en tu región que lleguen a competir por la atención de tus clientes. Finalmente, describe la ventaja competitiva de tu negocio y cómo planeas sostener esta ventaja sobre la competencia.

Logros a la fecha

Ésta es tu oportunidad de enlistar los logros y éxitos de tu empresa, como récords de ventas, premios de negocios, adquisiciones importantes, entre otros. Estos pueden ser listados en viñetas y fortalecerán a tu propuesta.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Producto o servicio principal

Utiliza varios párrafos para explicar tu producto o servicio. Esta explicación debe incluir por qué tu negocio está cualificado para hacer esta oferta en el mercado. Puedes hablar en términos generales, y hasta definir la manera en que tu producto o servicio llegará a las manos de tus clientes.

Precio

Esboza tu estructura de precios al enlistar el precio de cada producto y/o servicio. También incluye la explicación de tu modelo de precio al definir la diferencia entre tus costos y tu precio de margen.

PLAN DE MARKETING

Investigación de mercado objetivo

Ya sea que hayas contratado a un consultor para que realice el estudio de mercado por ti, o lo estés haciendo tú, aquí deberás de resumir tus hallazgos. Incluye estadísticas relevantes que ayuden a aclarar aún más la necesidad de impulsar un negocio como el tuyo.

Análisis FODA

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

Estrategia de marketing

Resume tu estrategia de marketing diciendo algo como “Los elementos de nuestra estrategia de marketing son: (1) Construir relaciones con otros negocios, (2)…”.

Puedes profundizar en algunas partes, pero el propósito es comunicar tu estrategia global en términos generales.

Canales de marketing a utilizar

Es importante definir qué canales de comunicación utilizará tu empresa para conectar con clientes potenciales. Un canal de marketing es un medio que te permitirá presentar tu producto o servicio a más personas, con la finalidad de que conozcan a tu marca. Algunos posibles canales son:

* Redes Sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.).
* Sitio Web de la Compañía.
* Marketing por Correo Electrónico.
* SEO.
* Publicidad de Pago-Por-Clic.

Presupuesto de marketing

Aquí puedes declarar importe total de tu presupuesto para tu estrategia de marketing durante tu primer año. También puedes compartir una hoja de cálculo que desglose cómo se dividirá el dinero.

PLAN OPERACIONAL

Requisitos del local

|  |  |
| --- | --- |
| Pies Cuadrados |  |
| Ubicación (urbana, suburbio, industrial) |  |
| Cajones de Estacionamiento |  |
| Aire Acondicionado |  |
| Tipo de Zona |  |
| Otras Características |  |

Requisitos legales y contables

Requisitos de personal

Haz una lista de todos los empleados que necesitarás contratar para que opere tu negocio a la perfección, incluyendo gerentes.

Manejo de inventario

Explica cómo manejarás tu inventario, ya sea que planees utilizar un método manual o un software. Esta sección puede incluir detalles sobre la frecuencia de nuevos pedidos, cómo planeas mover el inventario viejo, y pólizas para la documentación de inventario.

No necesitarás incluir mucha información si lo que ofrece tu negocio es un servicio en vez de un producto.

Necesidades tecnológicas y de equipamiento

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

Distribución y logística

Incluye esta sección si ofreces productos que se necesitarán enviar a tiendas minoristas, o directamente a clientes. Deberías de contestar preguntas como:

* ¿Utilizarás a un mayorista?
* ¿Trabajarás exclusivamente con una paquetería o varias?
* ¿Qué tan amplio será tu rango de envío? (local, nacional y/o internacional)
* ¿Cuál será el costo de cada envío?

Proveedores

Todo negocio necesita trabajar con proveedores para obtener la materia en bruto de su producto, comprar inventario o equipo nuevo que le permita realizar un servicio.

Si has asegurado relaciones con proveedores por medio de contratos, puedes mencionarlos aquí y hasta incluirlos en tu documentación de apoyo si los inversionistas y/o prestamistas la piden.

Pólizas de crédito

Tu póliza de crédito definirá los límites de tu compañía con respecto a los pagos que aceptará sobre los productos vendidos o servicios ofrecidos. Dicho de otra manera, la póliza estipulará cuánto tiempo tienen tus clientes para pagar antes de que les cobres intereses, y el monto de las tasas.

ADMINISTRACIÓN

Fundadores y equipo ejecutivo

Enlista a los fundadores de tu negocio y ofrece una pequeña semblanza para cada uno. También deberías de incluir una lista de las personas en tu equipo ejecutivo. Puedes visualizarlo utilizando un diagrama como el de a continuación. Los títulos y la organización de la jerarquía puede modificarse para reflejar la estructura de tu negocio.

Dueños y accionistas

Si aún no lo has hecho, enlista a todos los dueños del negocio al igual que los accionistas actuales, incluyendo qué porcentaje de la compañía le corresponde a cada uno.

Junta directiva

Si tu compañía ha formado una junta directiva, enlista sus nombres y títulos correspondientes.

Administración

El equipo ejecutivo supervisa las operaciones generales de la empresa, pero el siguiente nivel de personal — la administración — se ocupa de las operaciones cotidianas de la empresa y de la gestión de todos los empleados.

Haz una lista con los nombres y títulos correspondientes de tus gerentes. Si es posible, incluye una breve descripción de qué será su rol y por qué están calificados.

Si aún no has contratado a gerentes, entonces describe al tipo de personas que estás buscando y qué tipo de roles necesitas.

Asesores y consultores

Muchas empresas, en sus primeros años, contratan a asesores y consultores para que les ayuden a entrar al mercado de manera exitosa. Si tu compañía está trabajando con un asesor o consultor, asegúrate de mencionarlo y por qué se le ha contratado. La experiencia profesional de un tercero indica a los inversores que estás actuando con la debida diligencia y planificando cuidadosamente para alcanzar tus objetivos.

PLAN FINANCIERO

Hoja de balance actual

Una hoja de balance enlista todas los activos y las responsabilidades actuales de una empresa.

Proyecciones financieras a 12 meses

No hay manera de saber con certeza en dónde se encontrará tu negocio dentro de 12 meses, pero puedes realizar algunas proyecciones financieras con base en un par de supuestos. Esto se hace utilizando un pronóstico de pérdidas y ganancias. Esto es lo mismo que un balance de pérdidas y ganancias con la excepción de que es una proyección, en vez de un análisis de un periodo fiscal anterior.

Presupuesto de flujo de efectivo anual

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

Análisis de punto de equilibrio

El análisis de punto de equilibrio utiliza una fórmula sencilla para revelar en qué punto tu negocio cubrirá todos sus gastos y, por resultado, tendrá una ganancia neta o pérdida de cero.

Financiamiento necesario

En orden para resumir el financiamiento que necesitas, para lo que se necesita, y cómo se utilizará, deberás tener un estado de costo de producción. Este estado enlista el importe total para cada categoría en tu presupuesto y recursos correspondientes para esos valores.

APÉNDICES

Si es necesario, puede incluirse información adicional en este apartado, como documentos que verifiquen la información proporcionada en el plan de negocios, o notas adicionales sobre alguna de las secciones anteriores.