
Descripción del negocio

¿A qué se dedica usted?

¿Cuál es el nombre de su negocio? _____

¿Cuál es la estructura de su negocio? _____

¿Cuál es el producto o servicio que está usted vendiendo?

¿Qué le hizo empezar un negocio vendiendo este producto o servicio?

¿Cómo es su producto o servicio diferente o mejor que otros negocios que ofrecen lo mismo?

¿Cuál es su Propuesta de Valor Único (PVU)?

Operaciones Comerciales

¿Cómo lo hace usted?

Describa cómo funciona su negocio. Sea lo más detallado posible, incluyendo las horas y días de operación. (Por ejemplo, un negocio de comida puede operar vendiendo en varios mercados de granjeros de martes a jueves y luego enfocarse únicamente en eventos privados como bodas, etc. de viernes a domingo).

¿Cómo le pagan por hacerlo? ¿Cuándo le pagan?

¿Qué métodos de pago aceptará? _____

¿Su cliente le pagará directamente o recibirá pagos de un tercero? (Por ejemplo, las guarderías pueden recibir pagos directamente de los padres, así como de agencias como la YMCA).

¿Cuánto tiempo tarda en recibir el pago de sus clientes? (Por ejemplo, un contratista de construcción puede recibir el pago en 60 días, mientras que el propietario de una tienda minorista recibe el pago en el punto de venta).

Gestión y personal

¿Quién va a dirigir su negocio diariamente?

Si tiene otro trabajo, ¿cómo manejará su horario para trabajar en su trabajo y en su negocio? Describa su horario de trabajo (horas/días) y cuál será su horario en su negocio.

Si planea contratar a un empleado, ¿cuántas horas trabajará a la semana? _____

¿Con qué frecuencia le pagará? _____ ¿Cuánto le pagará? _____

¿Qué cualidades y habilidades se requieren en un empleado?

¿Tiene experiencia como propietario o manejando otro negocio? Si es así, descríbala.

¿Tiene experiencia trabajando en el mismo campo en el que está empezando su negocio? Describa

¿Qué es lo que tiene **usted** (su experiencia, sus habilidades) que le hará tener éxito en este negocio?

Identificar y Analizar su Mercado Objetivo

¿Quién será más probable que compre su producto o servicio? ¿Si se trata de otro negocio, ¿a qué tipo de negocio le venderá? Si es un individuo, indique el sexo común, la edad, ¿dónde viven? ¿qué les gusta hacer? ¿cuánto dinero ganan?

¿Pueden pagar su producto? (Si no es así, debería reconsiderar su objetivo.)

¿Qué cosas son importantes para su cliente ideal? (es decir, tiempo en familia, actividades recreativas, animales, etc.)

¿Qué valor exacto obtendrá el cliente objetivo de su producto o servicio?

¿Qué periódicos, revistas, volantes de la comunidad lee?

¿Qué sitios web frecuenta más? ¿Hay ciertos medios sociales que utiliza?

¿Hay lugares donde se reúne regularmente? (Iglesias, escuelas, reuniones, eventos comunitarios, grupos profesionales, cafés, etc.)

¿Dónde van de compras y qué compran?

Desarrollar un Plan de Mercadotecnia

Un buen lugar para comenzar a desarrollar su plan de mercadotecnia es identificar su mezcla de mercadeo, también conocido como las **4 P de Mercadotecnia**:

- **Producto** – ¿Cuál es su producto y qué demanda existe para él?
- **Precio** – Reflejará el valor percibido de su producto y determinará su ganancia
- **Promoción** – Métodos de comunicación que usted utiliza para proporcionar información sobre su producto
- **Plaza** – Cómo o dónde usted proporciona el producto para que sea de conveniente acceso para los consumidores

¿Cómo se enterará el cliente ideal de que su negocio existe? Lo más importante es desarrollar un plan de acción. **¿Con qué estrategias empezará? ¿Cuáles son gratuitas? ¿En cuáles tiene que invertir dinero? ¿Cuáles serán más efectivas?**

Deberá adjuntar el plan de mercadotecnia que desarrolló con el asesor de negocios a este plan de negocios. Es importante incluir no solo las formas en que comercializará su negocio, sino también los costos asociados con cada estrategia. Puede incluir su lista de costos iniciales.

Comparación de la Competencia

Investigue negocios similares al suyo en su área y determine sus fortalezas y debilidades. Disponer de esta información le ayudará a diferenciar su negocio del de ellos, es decir, ¿qué hace usted mejor que sus competidores? ¿Qué hace usted que sea diferente a ellos? ¿Qué hacen ellos que funciona/que no funciona?

| Nombre del negocio | 1) | 2) | 3) | Su Negocio |
|--------------------|----|----|----|------------|
| Ubicación | | | | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| Tipo de producto/servicio | | | | |
| Calidad del producto/servicio | | | | |
| Rango de precios | | | | |
| ¿Quién es su cliente objetivo? | | | | |
| Mercadotecnia: ¿Cómo se entera la gente de ellos? | | | | |
| Valor de apoyo único: ¿Qué hacen para que sus clientes vuelvan? | | | | |
| Otro: ¿Qué más ha aprendido que se compara/contrasta con su negocio? | | | | |

Canales de Ventas

¿Su cliente ideal es un individuo o un negocio? _____

¿Es necesario que tenga una ubicación física? ¿Por qué?

Tener un negocio en casa o un negocio móvil puede ahorrarle el pago de un alto alquiler. ¿Su negocio puede ser en casa o móvil? Si es móvil, ¿qué estrategia se ajusta mejor a su negocio? (es decir, banquetes, camión de comida, mercados de granjeros, reuniones de intercambio, fiestas en casa, consultas en casa)

¿Hay algún negocio con el que pueda formar una **alianza estratégica** que ayude a ambos negocios? Por ejemplo, maquillistas y peluqueros, masajistas y quiroprácticos, floristas y organizadores de fiestas, etc. Haga una lista de los negocios que se le ocurra con los que podría asociarse.

¿Podría vender su producto al por mayor a otros minoristas? Por ejemplo, si hace trajes de baño, ¿puede vender mayores cantidades a un precio más bajo a minoristas como boutiques o tiendas de surf o natación? Si es así, ¿a qué tipo de negocios podría vender su producto?

Proyecciones Financieras

Deberá adjuntar las proyecciones de pérdidas y ganancias a 1 año que desarrolló con el asesor comercial a este plan de negocios. Es importante explicar qué “suposiciones” utilizó al calcular sus proyecciones. Los supuestos considerados para calcular las ventas incluyen: unidades de venta promedio por cliente, número de clientes por día, número de días abierto por mes, etc. Los supuestos considerados para calcular los costos incluyen: costo de una unidad de venta típica, número producto pedido o fabricado por mes, etc. Esto debería haber sido revisado en su sesión de asesoría empresarial.

Precios

Si tiene un menú o lista de precios de su producto o servicios, puede adjuntarlo a este plan de negocios; de lo contrario, complete el cuadro a continuación.

| Enumere los principales productos/servicios que venderá | ¿Cuánto cobrará por cada uno? |
|---|-------------------------------|
| 1. | \$ |
| 2. | \$ |
| 3. | \$ |
| 4. | \$ |
| 5. | \$ |
| 6. | \$ |

| | |
|----|----|
| 7. | \$ |
| 8. | \$ |
| 9. | \$ |

Su punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio de su negocio es el punto en el que sus ingresos y sus gastos son iguales. Cuando haga suficientes ventas para pasar el punto de equilibrio (cubrir sus costos), su negocio comenzará a generar ganancias. Utilice los números calculados en su libro de trabajo.

| A. Gastos Comerciales Mensuales Fijos | B. Precios de Venta de la Unidad de Venta Típica | C. El costo de una Unidad de Venta Típica | $A/(B-C) = \text{Punto de Equilibrio}$ |
|--|--|---|--|
| | | | |
| PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades): | | | |

| A. Punto de Equilibrio (unidades) | B. Precio de Venta de la Unidad de Venta Típica | $A \times B = \text{Punto de Equilibrio (ventas)}$ |
|--------------------------------------|---|--|
| | | |
| PUNTO DE EQUILIBRIO (ventas): | | \$ |

Ahora que usted ha calculado sus puntos de equilibrio en términos de unidades y ventas, ¿parecen estos números realistas? Considere lo que vende la competencia, su capacidad de tiempo y lo que produce actualmente. Utilice la siguiente tabla para calcular las unidades mínimas necesarias para vender por día solo para alcanzar el punto de equilibrio.

| A. Punto de Equilibrio (unidades) | B. Total de días trabajados por mes | $A/B = \text{Mínimo de unidades que se deben vender por día}$ |
|--|-------------------------------------|---|
| | | |
| MINIMO DE UNIDADES A VENDER POR DIA PARA ESTAS EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO: | | |

Costos de Inicio

*Personalice las categorías según las necesidades de su negocio.

| Categoría | Artículo | Cantidad | Dónde comprar | Costo |
|-----------|----------|----------|---------------|-------|
| Licencias | | | | |
| | | | | |
| Equipo | | | | |
| | | | | |

| | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|-----------|
| | | | | |
| | | | | |
| Inventario | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Materiales | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Suministros de oficina | | | | |
| | | | | |
| Mercadotecnia | | | | |
| | | | | |
| Empleados | | | | |
| | | | | |
| Otro | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| COSTOS TOTALES | | | | \$ |