



Design · Events · Marketing



Plan de negocio
Plantilla para desarrollar tu idea de negocio desde 0

Presentación:

Un **plan de negocio** es una **guía** para el emprendedor. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las **acciones** que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto.

De esta manera, el plan de negocios es un instrumento que permite **comunicar una idea de negocio** para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores. También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha.

Dado que señala los objetivos a cumplir, un plan de negocios debe incluir el detalle del **plan de acción** necesario para alcanzarlos. Por otra parte, es importante que esté elaborado de tal forma que permita ser actualizado con los cambios propios del dinamismo del mercado y de la situación de la **empresa**.

En todos los planes, es importante que el empresario o emprendedor incluya información veraz; las predicciones que realice sobre ingresos del negocio deben ser **conservadoras**, de modo que la sostenibilidad del negocio esté prevista en el plan de negocios sin grandes números. Siempre es preferible que las ventas superen las previsiones y no viceversa.

Muchas veces, las grandes empresas cometen el error de considerar que un acierto del pasado se repetirá si se sigue un plan similar, y esto puede llevar a la ruina. El mercado, sobre todo en la actualidad, cambia constantemente de tendencias, se aburre fácilmente de los nuevos productos y servicios y demanda ser sorprendido a cada minuto.

1. Proyecto y objetivos

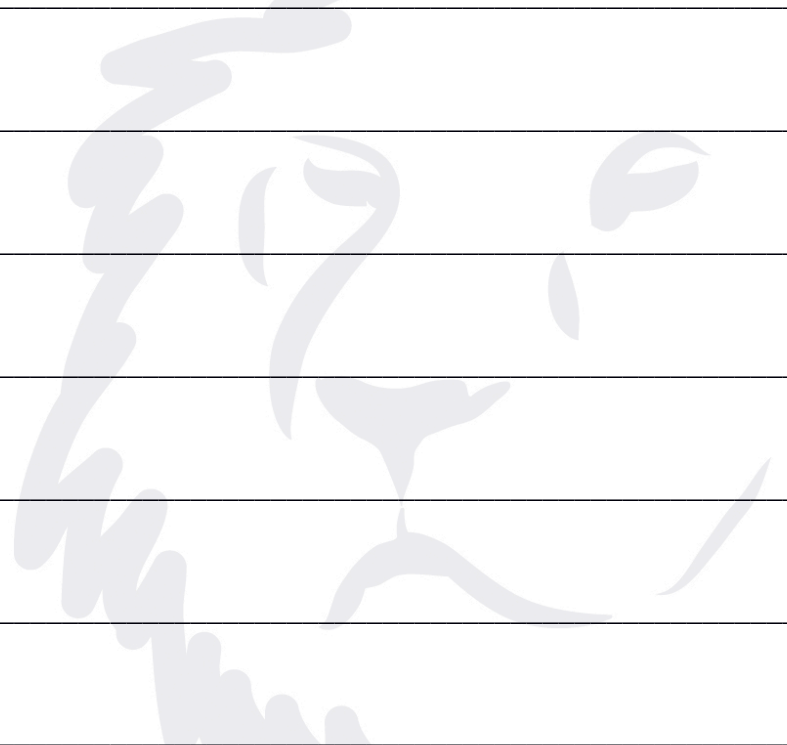
a. **La idea:** Describe de forma general tu idea de negocio

b. **¿Por qué has optado por este negocio?** Describe qué has visto en el mercado que te ha hecho plantearte entrar en este negocio, cómo surgió la idea y por qué crees en el proyecto

-
-
-
- c. **Los promotores:** Breve descripción de quienes han tenido la idea de negocio y de quienes la llevarán a la práctica. Resumen de su experiencia, puntos fuertes que pueden aportar al proyecto, etc.
-
-
-
-
-



- d. **Misión:** ¿Qué quieres conseguir con tu proyecto? ¿A dónde quieres llegar? Define con una frase cuál es tu reto, recuerda que debe ser realista y alcanzable. En resumen ¿Cuál es la FILOSOFÍA de tu proyecto?

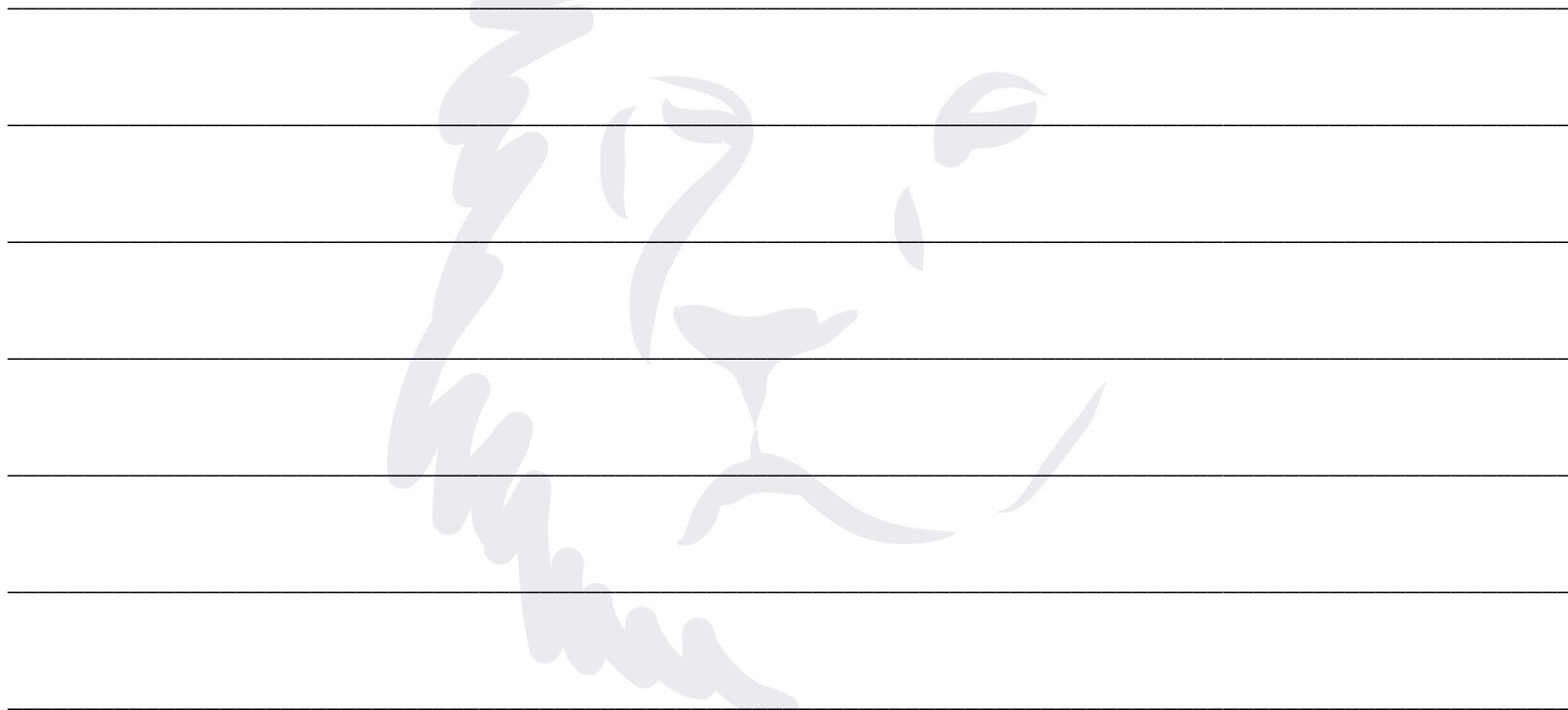


e. **Objetivos:** ¿Qué pasos vas a dar para conseguir tu misión? Aquí entran las cifras y la descripción de acciones concretas, por ejemplo: "Conseguir 300 clientes en un año"

2. Producto y Mercado

- a. **Producto:** Descripción clara de cada uno de los productos/servicios que vas a ofrecer y que son la base de tu negocio. Si tienes muchos productos, agrúpalos por características. Después céntrate en el “Core Business” con una descripción más detallada. (El Core Business es ese producto/servicio principal de tu proyecto, el que aporta la mayor parte de tus beneficios y sin el cual tu proyecto no funcionaría)

b. **Puntos fuertes y ventajas:** Describe de forma realista y muy clara los puntos fuertes de tu proyecto desde la perspectiva del negocio y del mercado. Destaca las ventajas competitivas, aquellas que te diferencian del resto y hacen que tu negocio sea un éxito.

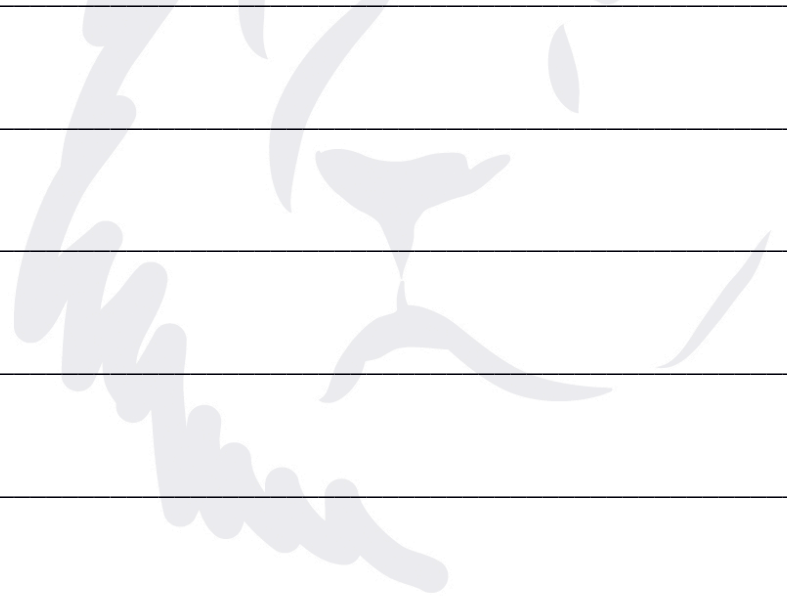
This section contains a writing area with ten horizontal lines. A large, faint, light-gray watermark of a lion's head is centered behind the lines, overlapping them. The watermark is a stylized, high-contrast version of the lion's head seen in the logo.

c. **Ciente:** Describe de forma clara y concisa cuál es tu público objetivo, es decir, el principal cliente de tu producto/servicio.

d. **Targets:** Si tienes varios tipos de clientes importantes, define cada uno de los grupos/targets por orden de importancia. Hazlo esquemáticamente y definiendo sus características clave.

e. **Mercado potencial:** El mercado es la cifra de clientes potenciales a los que se dirige tu negocio. En esta sección debes incluir:

- ★ Mercado actual: Incluye cifras concretas, a ser posible acompañadas de un gráfico que ayude a la visualización de estas cifras.
- ★ Mercado a medio plazo: Haz un gráfico con la evolución estimada del mercado para los próximos años.
- ★ Tendencia: Igual que el punto anterior pero con un plazo mayor.

A large, faint, light-gray watermark of a lion's face is centered on the page, behind the horizontal lines. The watermark shows the lion's head in profile, facing right, with its mane and facial features clearly visible.

- f. **Claves de futuro:** Resume en cuatro o cinco puntos las claves de futuro, los puntos esenciales que hacen que ese mercado evolucione favorablemente.

3. Competitividad

Vamos a analizar a tu competencia directa y cómo tu negocio va a ser más competitivo con respecto a esa competencia.

- a. **Competencia:** Visión general de la situación de la competencia en el mercado. Si dispones de datos de la situación general del sector incluye un cuadro de cifras, te ayudará a visualizar las cifras de forma gráfica.

A large, light gray watermark of a lion's head is centered on the page, behind the horizontal lines. The watermark is a stylized, sketch-like representation of the lion's head, facing right, with its mane and facial features clearly defined.

- b. **Principales competidores:** Cuadro con los principales competidores y datos con estimaciones de ventas, clientes, unidades de negocio o similares. Incluye un gráfico comparativo.

- c. **Análisis comparativo:** Cuadro comparativo con los principales competidores, refleja sus puntos fuertes y sus puntos débiles.

-
-
-
- d. **Competitividad:** Haz una comparativa entre tu competencia directa y tu comparando puntos fuertes de cada uno, puntos débiles de cada uno.
-
-
-
-
-

4. Plan de Marketing

En este apartado vamos a tratar puntos muy concretos y claros. Analizaremos estrategias a corto y medio plazo, de tácticas y de acciones concretas para emprender tu negocio.

- a. **Análisis D.A.F.O:** Este punto es FUNDAMENTAL. Deberás analizar tus DEBILIDADES y AMENAZAS, y también tus FORTALEZAS y OPORTUNIDADES en un cuadro de doble entrada.

Debilidades	Amenazas
Fortalezas	Oportunidades

- b. **Política de producto:** Explica cómo vas a presentar tu producto/servicio al mercado para su venta y cómo lo vas a mantener. Hazlo de forma concreta, si es necesario incluye un listado de productos y servicios, describiendo todos los aspectos además de su presentación comercial, como garantías, servicios post venta, etc.

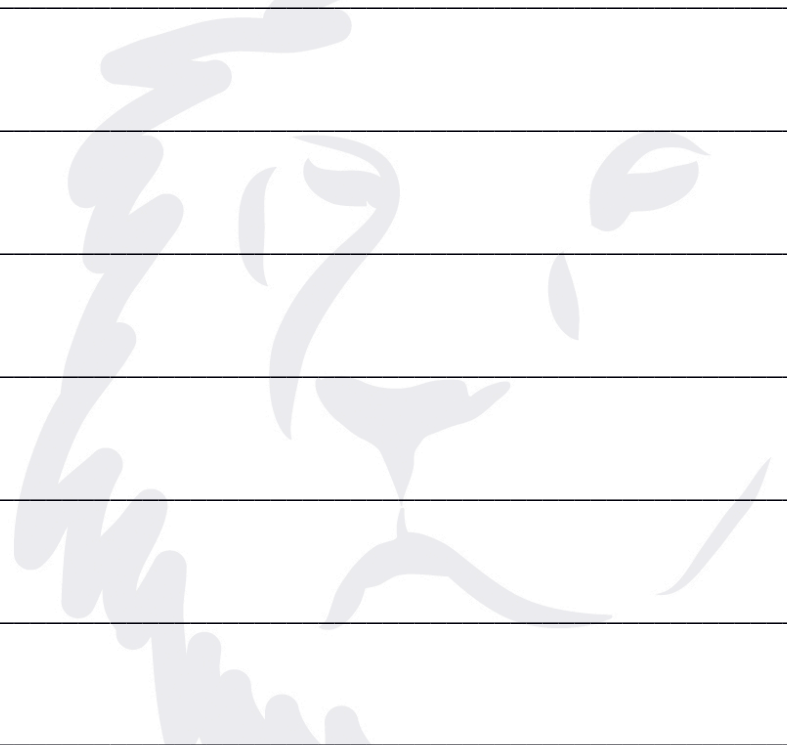
- c. **Política de servicio y atención al cliente:** Explica cómo vas a tratar a tu público, cómo será la atención al cliente, a través de qué medio vas a llegar a ellos y de qué forma vas a prestar tu servicio post venta en el caso de que tu negocio tenga un servicio así.

- d. **Política de precios:** Establece precios brutos y netos de tus productos. Esto te ayudará a reflejar cuál es precio medio neto que vas a recibir del conjunto de operaciones que realices.

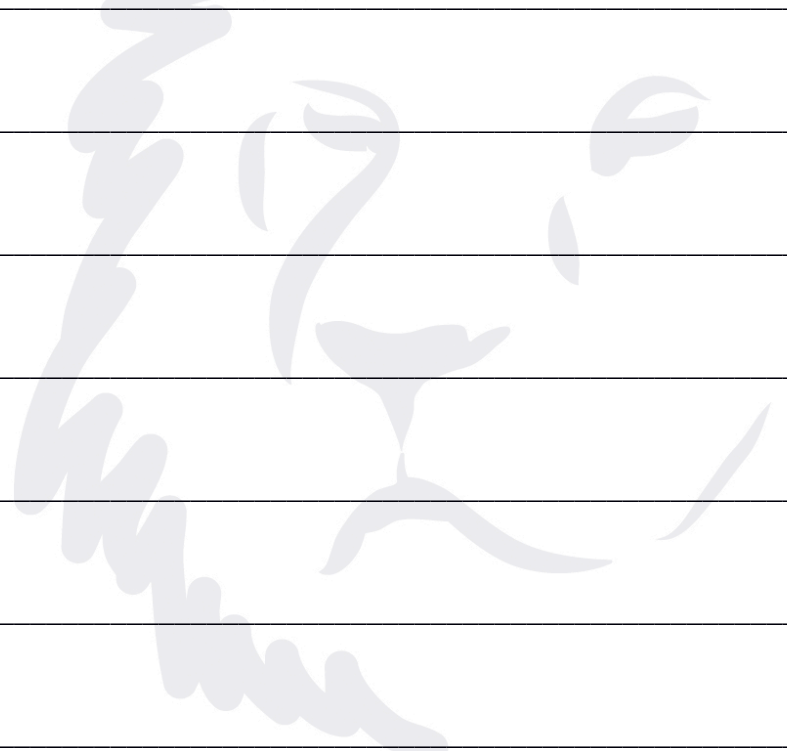
-
-
- e. **Política de promociones y descuentos:** Especifica cuál será tu política a la hora de realizar promociones puntuales y descuentos.
-
-
-
-
-
-
-

- f. **Comunicación:** Explica a grandes rasgos cuál va a ser tu estrategia de comunicación, si vas a tener una red de vendedores, cuál va a ser la línea a seguir en cuanto a publicidad y promoción, estrategia de relaciones públicas, etc.

- g. **Publicidad y promoción:** En este apartado amplía las acciones que vas a llevar a cabo en relación a la publicidad y la promoción de tu negocio.



- h. **Plan de acciones de marketing:** Haz un resumen del plan concreto y detallado de las acciones que vas a realizar a lo largo del primer año incluyendo el plan de publicidad, el plan de promoción y los medios y tácticas por los que tienes previsto llegar a tu público objetivo.

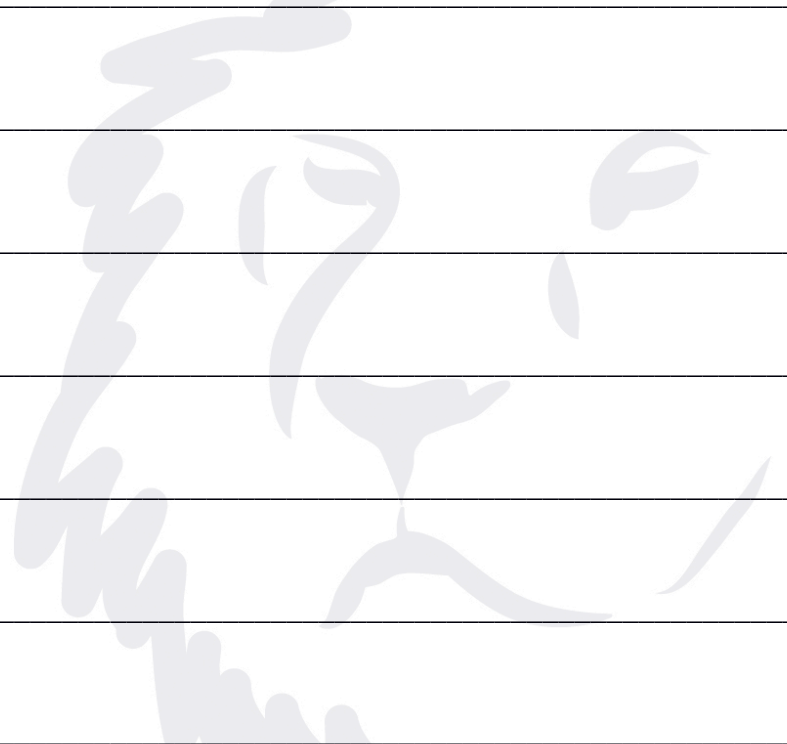


5. Plan de ventas

La base de cualquier negocio es vender, sobre todo si es un negocio que empieza, tu principal actividad debe ser vender ¡y vender mucho! Para conseguir esto es importante planificar bien las ventas.

- a. **Estrategia de ventas:** Describe brevemente la estrategia de ventas que vas a seguir para vender tu producto/servicio, ésta dependerá de la tipología de producto que comercialices y de tu público objetivo.

- b. **Equipo de ventas:** Describe aquí, si lo tienes, el equipo de ventas que tendrá tu negocio, qué personas formarán parte de él y cuáles son sus cualidades clave.



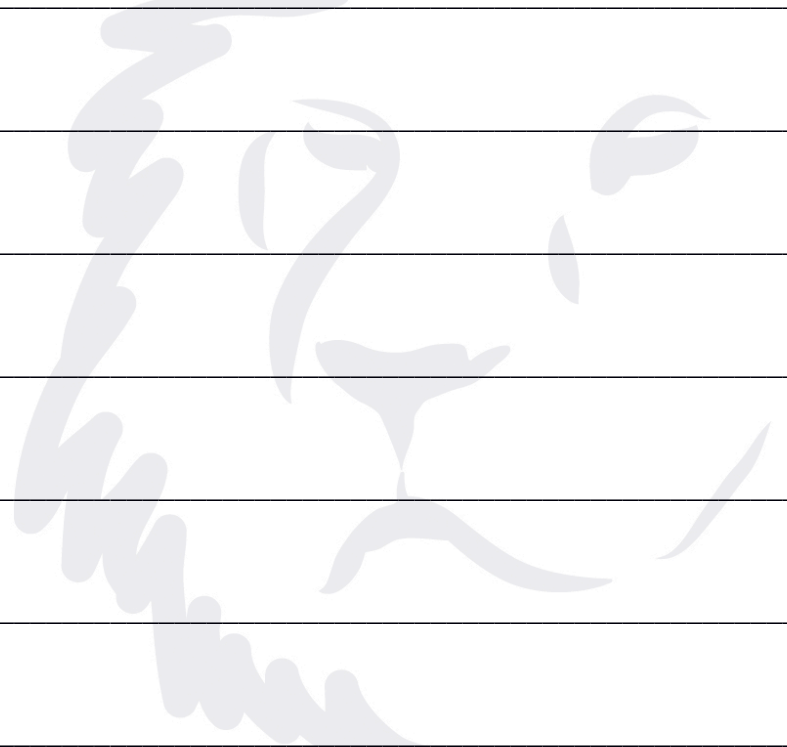
- c. **Condiciones de venta:** Explica de forma esquemática las condiciones de venta de los productos/servicios, por tipo de cliente, producto o volumen de compra.

- d. **Plan de ventas anual:** Haz una estimación anual de las ventas que esperas conseguir, sé realista con estos datos tanto en cuanto a las posibilidades de venta, como en cuanto a las necesidades de ventas que necesitas realizar para cubrir los gastos de la empresa.

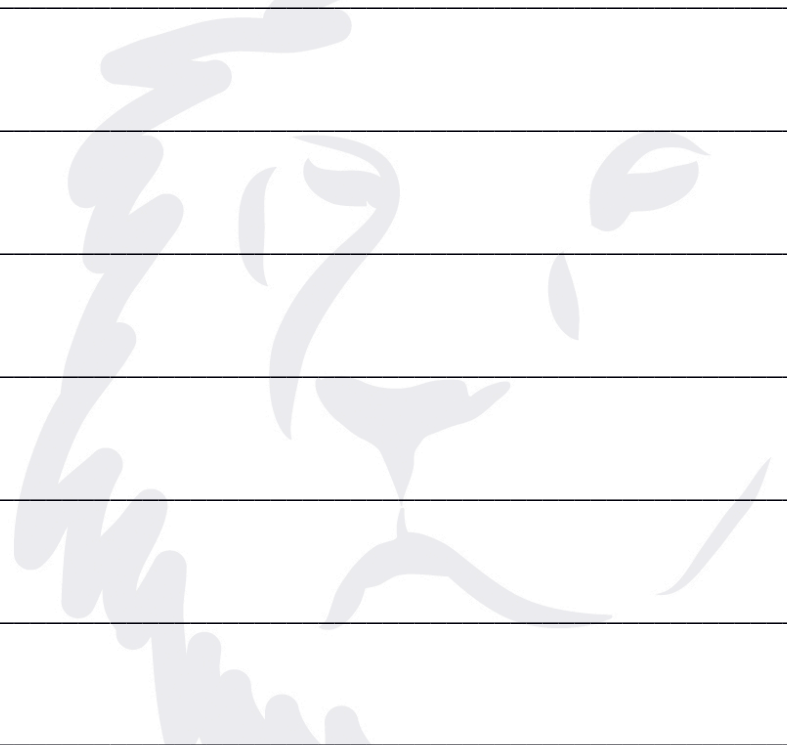
-
-
-
- e. **Estimaciones de venta:** Describe la estimación de ventas a 3 o 5 años vista, incluye un gráfico para hacerlo más visual.
-
-
-
-
-

6. Recursos humanos

- a. **Organización funcional:** Haz un organigrama de la estructura funcional de la empresa.



- b. **Condiciones de trabajo y remuneración:** Explica cuáles van a ser las condiciones de contratación y remuneración para los trabajadores y colaboradores. Incluye también al equipo directivo de la empresa.




- c. **Plan de Recursos Humanos:** Haz un resumen de RRHH que incluya aspectos como: Criterios para la selección de personal y perfiles idóneos, formación del personal, plan de incentivación.

- d. **Previsión de Recursos Humanos:** Incluye un cuadro con la previsión de personal necesario para llevar a cabo el proyecto.

7. Aspectos legales y societarios

- a. **Autónomos o sociedad:** Describe qué tipo de figura legal has elegido para tu negocio y explica por qué es la mejor opción frente a otras



b. **Licencias y derechos:** Detalla si la actividad del negocio requiere el uso de licencias de terceros.

c. **Obligaciones legales:** incluye una relación y breve análisis de las obligaciones legales generales que tendrá la empresa.

- d. **Permisos y limitaciones:** Incluye aquí una relación de los permisos que deberás obtener para la actividad, el ámbito (estatal, municipal, etc.) y, si las hay, sus limitaciones.

8. Planes operativos

- a. **Plan de establecimiento:** Aquí debes explicar todo lo que vas a tener que hacer ANTES de poner en marcha tu negocio.

-
-
- b. **Plan de lanzamiento:** Todos los negocios requieren un esfuerzo inicial importante de promoción para, por un lado, aprovechar el posible efecto novedad y, por otro, superar mejor la lenta progresión inicial (inevitable si no existe dicho esfuerzo).
-
-
-
-
-
-
-
-

9. Resultados previstos

- a. **Premisas importantes:** Este punto es fundamental para el análisis de viabilidad de tu plan. Debes incluir:
- ★ Avisos o advertencias respecto a los puntos clave que tú asumes de una forma determinada. Por ejemplo: sabes que los tipos de interés de los préstamos se mantendrán estables en los próximos años, o sabes que los dos primeros años no aparecerán nuevos competidores en el mercado.

- ★ Una breve lista de las premisas significativas sobre las que has calculado tu plan

b. **Indicadores:** Incluye un gráfico con los indicadores económico-financieros más relevantes.

- ★ Primer año:

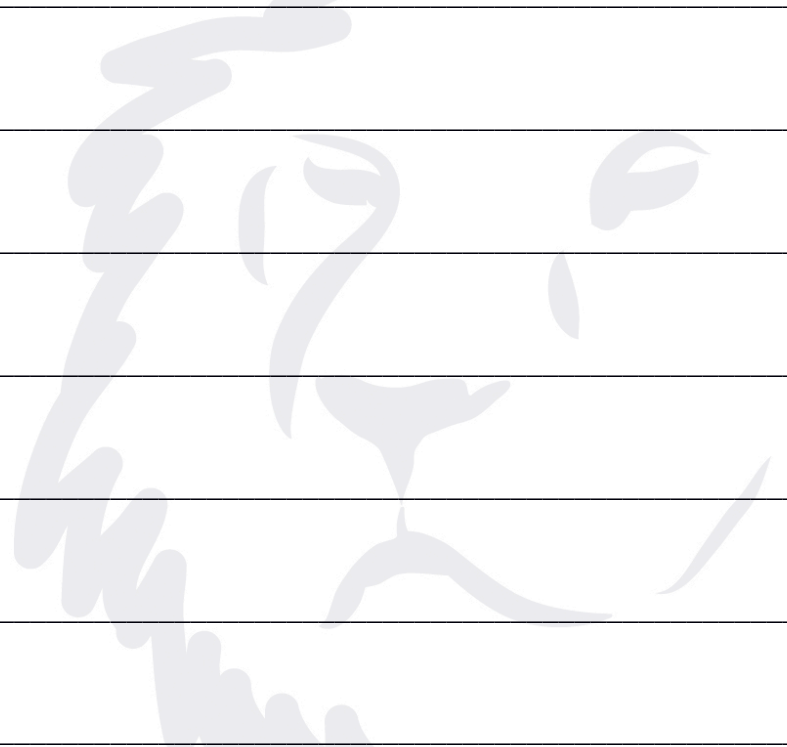
- Umbral de rentabilidad: Incluye dos gráficos, uno con el umbral de rentabilidad mensual y otro con los días necesarios para alcanzar el umbral de rentabilidad.

-
-
- Cuenta de explotación: Incluye un cuadro con la cuenta de explotación del primer año.
-
-

- Cuentas de resultados: Haz un gráfico con los resultados anuales.
-
-

- Tesorería: Incluye uno o varios gráficos con la evolución de la tesorería. Si detectas que hay algún problema o puntos donde pueden producirse necesidades financieras adicionales realiza gráficos adicionales.

- Balances previsionales: Incluye un cuadro con la evolución del balance en el primer año. Hazlo de forma genérica intentando que tenga la máxima fiabilidad.



★ Resultados a 5 años:

- Cuentas de resultados: Incluye un cuadro con la previsión de cuentas para los próximos 5 años. Añade comentarios breves pero claros que razonen esa evolución. Incluye uno o dos gráficos que expliquen esa evolución de forma visual y clara.

- Balances previsionales: Realiza un cuadro con la evolución del balance en los años posteriores.

- Tesorería: Haz un cuadro con la evolución de la tesorería en los próximos años.

- VAN y Rentabilidad de la inversión: Incluye gráficos para una mejor comprensión. Los datos imprescindibles que debes incluir son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)

-
-
- Principales Ratios: Elabora un cuadro con los ratios más significativos para tu negocio, tanto financieros como operativos.
-
-
-
-
-
-
-
-

10. Plan de inversiones y financiación

- a. **Plan de inversiones y establecimiento:** Incluye un resumen de inversiones y gastos relacionados con el establecimiento del negocio. Añade un gráfico ilustrativo.

A large, faint, light-gray watermark of a lion's head is centered on the page, overlapping the horizontal lines. The watermark is a stylized profile of a lion's head, facing right, with its mane and facial features clearly defined but semi-transparent.

b. **Necesidades financieras:** Lo más importante es saber que estamos hablando del dinero que necesitamos para poner en marcha el negocio y gestionarlo con un cierto margen de seguridad.

Este cuadro, en definitiva, refleja la inversión necesaria, real, en unidades monetarias.

Tu criterio y sentido de la oportunidad, será determinante.

Si has sido extremadamente prudente, necesitarás más fondos y suelen ser más difíciles de conseguir.

Si has sido más agresivo, necesitarás menos fondos — quizás más fáciles de lograr. Este punto es fundamental para el análisis de viabilidad de tu plan. Debes incluir: Un **resumen claro que indique todas las necesidades de financiación que tiene tu proyecto junto con un gráfico explicativo.**

- c. **Plan de financiación:** Incluye un cuadro donde expliques cómo vas a financiar el negocio. Debes incluir si contarás con fondos propios y en qué cantidad, quién los aportará; financiación por parte de proveedores (leasing/renting, acuerdos de financiación.); financiación por medio de bancos o entidades de crédito (renting, préstamos a corto o largo plazo, pólizas de crédito, líneas de descuento.); prestamos o subvenciones de entidades oficiales. Detalla plazos e interés vinculado a cada apartado.

11. Conclusiones

- a. **Oportunidad:** Incluye Resume aquí el negocio que propones, en forma de “oportunidad”, reflejando la idea y los puntos clave para que sea vista como tal (oportunidad). Pocas frases, concretas, substanciales y claras.

- b. **Riesgo:** Todos los negocios conllevan riesgos. Utiliza este apartado para demostrar que conoces bien los riesgos y que sabes cómo minimizarlos.

c. **Puntos fuertes:** Resume los puntos fuertes del negocio.

d. **Rentabilidad:** Resume los ratios de rentabilidad desde otras perspectivas, habla de otros índices comparativos adecuados a tus interlocutores (renta fija, renta variable, retorno neto, etc.)

e. **Seguridad:** Resume en un par de punto las claves que hacen de tu negocio una inversión segura.

12. Anexo 1

Presupuestos del primer año:

Ventas

Personal

Cuenta de resultados

Tesorerías

Balances

13. Resumen ejecutivo

Es un resumen del Plan y debe contener todos los aspectos fundamentales:

En 3 o 4 hojas, sobretodo, debe permitir:

1º Entender de qué Negocio se trata y saber quienes son sus impulsores.

2º Conocer los puntos y conceptos clave de desarrollo del Negocio.

3º Ver inmediatamente los rendimientos que se prevén.

NO puede faltar nada importante (Ni positivo, ni negativo)