PLAN DE NEGOCIO

Plantilla Sintética

Esta plantilla es indicada para aquellos que quieran

redactar un Plan con lo mínimo imprescindible.

Adecuada para pymes y comercios…

y cualquiera que no quiera entrar en muchos detalles.

*Ten en cuenta, en cualquier caso, que no es absolutamente*

*necesario completar todos los capítulos*

Quitar las anotaciones: Seleccionar y Supr.

EDITOR

PRODUCTO MUY RECOMENDADO para ilustrar tu plan:

“Gráficos y cuadros – Plan de Negocio”

* Genera todos los gráficos en distintos formatos y versiones.
* Incluye multitud de cuadros-resumen para datos.
* Incluye todos los cuadros de síntesis (DAFO, competencia, etc.)
* Calcula punto equilibrio.

… y otras muchas utilidades.

Pide información a [atencion@e.ditor.com](mailto:atencion@e.ditor.com)

MyCompany S.A.

**PLAN DE NEGOCIO**

Madrid, 07 de septiembre de 2021

Índice

[1- Proyecto y objetivos 1](#_Toc477799454)

[a. La Idea 2](#_Toc477799455)

[b. ¿Por qué? 2](#_Toc477799456)

[c. Los Promotores 2](#_Toc477799457)

[d. Misión 3](#_Toc477799458)

[e. Visión 3](#_Toc477799459)

[f. Objetivos 3](#_Toc477799460)

[2- Producto y Mercado 4](#_Toc477799461)

[a. Producto: Visión general 5](#_Toc477799462)

[b. Puntos fuertes y ventajas 5](#_Toc477799463)

[c. El cliente 5](#_Toc477799464)

[d. Mercado objetivo 6](#_Toc477799465)

[e. El Mercado Potencial 6](#_Toc477799466)

[f. Claves de futuro 7](#_Toc477799467)

[3- Competencia 8](#_Toc477799468)

[a. Competencia 9](#_Toc477799469)

[b. Análisis de la competencia 9](#_Toc477799470)

[c. Competitividad 9](#_Toc477799471)

[4- Plan de Marketing 10](#_Toc477799472)

[a. D.A.F.O. 11](#_Toc477799473)

[b. Política de Producto 11](#_Toc477799474)

[c. Política de Servicio y Atención al cliente 11](#_Toc477799475)

[d. Política de Precios 12](#_Toc477799476)

[e. Política de Promociones y descuentos 12](#_Toc477799477)

[f. Comunicación 12](#_Toc477799478)

[g. Publicidad y Promoción 13](#_Toc477799479)

[h. Resumen Plan de Marketing 13](#_Toc477799480)

[i. Estimaciones de Venta 13](#_Toc477799481)

[5- Plan de Ventas 14](#_Toc477799482)

[a. Estrategia de Ventas 15](#_Toc477799483)

[b. La Fuerza de Ventas (o Equipo de Ventas) 15](#_Toc477799484)

[c. Condiciones de Venta 15](#_Toc477799485)

[d. Plan de Ventas Anual 16](#_Toc477799486)

[e. Estimaciones de Venta 16](#_Toc477799487)

[6 - Recursos humanos 17](#_Toc477799488)

[a. Organización funcional 18](#_Toc477799489)

[b. Condiciones de trabajo y remunerativas 18](#_Toc477799490)

[c. Plan de Recursos Humanos 18](#_Toc477799491)

[d. Previsión de Recursos Humanos 18](#_Toc477799492)

[7- Aspectos legales y societarios 19](#_Toc477799493)

[a. La sociedad 20](#_Toc477799494)

[b. Licencias y derechos 20](#_Toc477799495)

[c. Obligaciones legales 20](#_Toc477799496)

[d. Permisos y limitaciones 21](#_Toc477799497)

[8- Planes Operativos 22](#_Toc477799498)

[a. Plan de Establecimiento 23](#_Toc477799499)

[b. Plan de Lanzamiento 23](#_Toc477799500)

[9- Resultados Previstos 24](#_Toc477799501)

[a. Premisas Importantes (Important Assumptions) 25](#_Toc477799502)

[b. Indicadores 25](#_Toc477799503)

[c. Umbral de rentabilidad 26](#_Toc477799504)

[d. Resultados previstos 26](#_Toc477799505)

[e. Tesorería 27](#_Toc477799506)

[f. Análisis 27](#_Toc477799507)

[10- Plan de Inversiones y Financiación 28](#_Toc477799508)

[a. Presupuesto de Establecimiento 29](#_Toc477799509)

[b. Plan de Inversiones 29](#_Toc477799510)

[c. Plan de Financiación 29](#_Toc477799511)

[11- Conclusiones 30](#_Toc477799512)

[a. Oportunidad 31](#_Toc477799513)

[b. Riesgo 31](#_Toc477799514)

[c. Puntos fuertes 31](#_Toc477799515)

[d. Rentabilidad y retorno de la inversión 31](#_Toc477799516)

[e. Seguridad 32](#_Toc477799517)

[PRESUPUESTOS 33](#_Toc477799518)

[RESUMEN EJECUTIVO 35](#_Toc477799519)

[a. El Proyecto 36](#_Toc477799520)

[b. Los promotores 36](#_Toc477799521)

[c. Mercado y competencia 36](#_Toc477799522)

[d. Marketing y Ventas 37](#_Toc477799523)

[e. Producción y compras 37](#_Toc477799524)

[f. Recursos Humanos 37](#_Toc477799525)

[g. Aspectos legales y societarios 37](#_Toc477799526)

[h. Inversiones 38](#_Toc477799527)

[i. Resultados y rendimientos 38](#_Toc477799528)

[j. Conclusiones 38](#_Toc477799529)

## 

PLAN DE NEGOCIO

***1- Proyecto y objetivos***

1. Proyecto y objetivos

## **La Idea**

Capítulo: Importante

Resume en un par de frases claras y precisas

CUAL ES LA IDEA DE NEGOCIO

## **¿Por qué?**

Capítulo: Importante

1/ Razones claras (muy claras) de mercado:

- Falta esto en general.

- En esta zona, se necesita esto que tan bien ha funcionado en otros lugares.

2/ Resumir:

- Cómo surgió LA IDEA

- Porqué CREÉIS EN EL PROYECTO

Breve explicación del porqué ESTE NEGOCIO

Cómo surgió LA IDEA y

Porqué CREÉIS EN EL PROYECTO

## **Los Promotores**

Capítulo: Imprescindible

Breve presentación de los promotores (los que tuvieron la idea y la llevarán a la práctica)

PUNTOS FUERTES

EXPERIENCIA

… en definitiva VALOR que pueden aportar al proyecto

… y SEGURIDAD de éxito.

## **Misión**

Capítulo: Imprescindible

Esto dice mucho de ti y de tu capacidad de síntesis.

Debe ser consecuente: ¿Qué quieres que sea tu empresa ahora?

Tu RETO u objetivo, difícil pero alcanzable.

RESUME DONDE QUIERES LLEGAR (y es razonable creer que llegarás).

Mejor en una sola frase

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

## **Visión**

Capítulo: Importante

Es el complemento a la misión, con la visión debes expresar cual es el “sueño”: como ves la empresa dentro de unos años.

RESUME COMO VES TU EMPRESA A LARGO PLAZO.

Mejor en una sola frase

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

## **Objetivos**

Capítulo: Importante

Se trata de describir en frases contundentes y claras, con cifras, cuáles son los objetivos (pasos) que vas a dar.

La Misión y la Visión es “filosofía”, los objetivos son concretos, por ejemplo:

*Conseguir 1000 clientes en un año, vender X unidades el primer año,*

*Implantar 10 unidades el primer año, etc.*

PLAN DE NEGOCIO

***2- Producto y Mercado***

Capítulo: Imprescindible

###### 

**2. Producto y Mercado**

## **Producto: Visión general**

Capítulo: Imprescindible

Visión general y clara descripción de los Productos y Servicios sobre los que se basa el negocio: Especialmente el Core Business

Sé claro, esquemático y conciso.

Si, por un lado, tienes servicios y – por otro – productos, sepáralos en dos capítulos.

Si tienes muchos productos, haz una descripción general ordenada en grandes líneas y – luego – céntrate en el Core Business.

*El “Core Business” es el producto (o familia de productos) o servicio que te aporta la mayor parte de los beneficios. El producto esencial, sin el cual no podrías vivir.*

## **Puntos fuertes y ventajas**

Capítulo: Imprescindible

Sé muy claro, céntrate en los puntos fuertes DESDE LA PERSPECTIVA DEL NEGOCIO Y DEL MERCADO

Céntrate en los puntos fuertes (en relación al cliente, a la competencia, al ahorro de costes o al precio, etc.)

Céntrate en las principales ventajas competitivas: Aquellas que hacen que tu producto o servicio pueda tener éxito.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

## **El cliente**

Capítulo: Imprescindible

Define aquí en una frase comprensible y muy clara,

cuál es tu público objetivo, el cliente primordial de tu negocio.

## **Mercado objetivo**

Capítulo: Importante

Muy pocos negocios tienen un único y exclusivo cliente/objetivo. (si es tu caso, este capítulo no es necesario)

Define aquí, los targets (clientes/objetivo) principales por orden de importancia.

Hazlo esquemáticamente y definiendo sus características clave

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

## **El Mercado Potencial**

Capítulo: Imprescindible

Piensa que es muy importante el futuro, preocupa mucho a posibles inversores.

Mercado es: cifra de clientes potenciales o similar.

Debes incluir:

1/ Mercado actual: (1) Cuadro con cifras concretas, si es posible segmentado o (2) Gráfico reflejando claramente lo anterior.

2/ Mercado a medio plazo: bastará con un gráfico (con datos) con la evolución prevista del mercado a varios años.

3/ Tendencia: lo mismo anterior pero aún a más largo plazo.

Usa siempre que puedas fuentes de reconocida solvencia y refleja el origen de los datos en tu Plan.

¿Cómo hacerlo?:

*Puedes elaborarlos fácilmente con Excel© u OpenOffice, te recomendamos que en el plan nunca incluyas cuadros de datos o gráficos en versión original, crea una imagen e insértala, de esta forma sólo tú podrás modificar dichos datos y saber de dónde proceden.*

*En nuestra web encontrarás:*

*“Estudio de Mercado Fácil” (especial para emprendedores) con todas las herramientas para elaborar tu propio estudio de forma práctica y fácil (según proyecto).*

*“Gráficos y Cuadros” encontrarás modelos y gráficos para expresarlo.*

## **Claves de futuro**

Capítulo: Importante

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

Por ejemplo:

*Para un proyecto de residencia geriátrica serán puntos clave el envejecimiento de la sociedad, el incremento del poder adquisitivo de los nuevos jubilados, la transformación del núcleo familiar (ya no viven con sus hijos), etc.*

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

PLAN DE NEGOCIO

***3- Competencia***

Capítulo: Imprescindible

###### 3. Competencia

## **Competencia**

Capítulo: Imprescindible

Visión general de la situación de la competencia en relación al mercado. Breve análisis introductorio. Incluye, si dispones de él, un cuadro con datos generales y un gráfico que dé una idea muy clara de la situación general.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

## **Análisis de la competencia**

Capítulo: Imprescindible

Cuadro comparativo de los principales competidores (directos y-o indirectos y-o potenciales) muy claro, reflejando sus puntos fuertes y sus puntos débiles.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

## **Competitividad**

Capítulo: Imprescindible

Uno o dos cuadros comparativos de competitividad:

* Puntos fuertes más importantes de la competencia Vs. tu empresa.
* Puntos débiles de la competencia y tu empresa.
* Conclusión en forma de + - = (éxito).

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un modelo de cuadro para expresarlo.*

PLAN DE NEGOCIO

***4- Plan de Marketing***

Capítulo: Importante

###### 4. Plan de Marketing

## **D.A.F.O.**

Capítulo: Imprescindible

Cuadro clásico de doble entrada:

* Debilidades y Amenazas.
* Fortalezas y Oportunidades.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás varios modelos.*

*En todos nuestros “Planes de Negocio” encontrarás modelos para elaborarlo*

## **Política de Producto**

## **Política de Servicio y Atención al cliente**

Capítulos: Imprescindibles

Indica la política de producto o servicio que vas a aplicar ahora.

Política de producto/Servicio es cómo lo vas a presentar al mercado para su venta y cómo lo vas a mantener.

Líneas concretas y claras, si es preciso adjunta en anexo un listado de productos o servicios (o familias).

Incluye todos los aspectos además de su presentación comercial, tales como: garantías o seguridades, servicio postventa, etc.

La política de Atención al Cliente adicionalmente debe incluir la línea de actuación y la previsión de necesidades.

## **Política de Precios**

## **Política de Promociones y descuentos**

Capítulos: Imprescindibles

Estos dos capítulos conforman la política de precios que vas a aplicar.

Por un lado, debes establecer los precios brutos y netos de tus productos.

Por otro, las políticas generales de promoción (que afectan al precio) y descuentos (por distribución, por fidelización u otros).

Finalmente, y eso es lo más importante, debes establecer cuál es el precio medio neto final que vas a recibir en el conjunto de las operaciones.

Este capítulo es vital para el negocio y no es fácil, por un lado, un precio alto será bueno para tu cuenta “teórica” de explotación… pero quizás no lo acepte tu mercado.

Seguramente deberás fijar una política sofisticada de promociones y descuentos que faciliten tu entrada en el mercado… y el resultado final debes calcularlo cuidadosamente: Es clave para tus resultados y para tu credibilidad.

## **Comunicación**

Capítulo: Importante

Incluye aquí las grandes líneas de comunicación de tu proyecto.

Estructuradamente debes definir si vas a tener una red de vendedores o no, las grandes políticas de publicidad y de promoción, las políticas (si tienes) de relaciones públicas, etc.

Es importante que definas una secuencia lógica, para conseguir esto haremos aquello, para llegar a ese mercado actuaremos así, etc.

## **Publicidad y Promoción**

Capítulo: Imprescindible

La misma estructura anterior, pero ampliando el aspecto concreto en relación a la Publicidad y la Promoción.

Plantea (si los tienes) tus principales conceptos publicitarios, los medios y las frecuencias en general.

Detalla tus tácticas promocionales, con ideas concretas.

## **Resumen Plan de Marketing**

Capítulo: Imprescindible

Cuadro/Resumen con el Plan concreto y detallado de la actividad anual:

* Plan de Publicidad
* Plan de Promoción.

Tácticas, medios y (siempre que sea posible) resultados cuantificados.

Esto ya no es teoría o generalidades, es un Plan concreto.

Es posible que no lo tengas y prefieras desarrollarlo después, en este caso no lo pongas (te recomendamos que hagas un esfuerzo, ayuda mucho ver cosas concretas).

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás varios modelos.*

*En todos nuestros “Planes de Negocio” encontrarás modelos para elaborarlo*

## **Estimaciones de Venta**

Capítulo: Casos Concretos

*Ponlo sólo si te vas a saltar el capítulo “Ventas”*

Si te vas a saltar el capítulo siguiente (no lo recomendamos), incluye aquí las estimaciones de venta a tres o cinco años con un gráfico.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás varios modelos para hacerlo.*

*En todos nuestros “Planes de Negocio” lo incluyen.*

PLAN DE NEGOCIO

***5- Plan de Ventas***

Capítulo: Imprescindible

Observaciones:

* Los planes de negocio “clásicos” europeos suelen incluir algunos de estos puntos en el capítulo anterior (marketing o comunicación).
* En USA éste es uno de los capítulos esenciales de un buen plan… y nosotros creemos que debe ser así.
* La venta, aunque en buena lógica y en la teoría forma parte del marketing, en la práctica es una actividad separada, con frecuencia distinta y tan esencial que merece (es imprescindible) estrategia, táctica y buena planificación.

*Siendo prácticos:*

*Si tu plan es para un negocio real: ¡planea cuidadosamente las ventas!*

*Por el contrario, si tu plan es un ejercicio puramente teórico y quien debe verlo no es partidario de ello, sáltatelo.*

**5. Plan de Ventas**

## **Estrategia de Ventas**

Capítulo: Imprescindible

Describe brevemente la estrategia de ventas, será muy distinta según el tipo de producto o servicio, si vendes directamente al consumidor final o lo haces a través de intermediarios, si vendes productos o servicios, si vendes productos o servicios de gran consumo o bienes, etc.

Determina los puntos críticos y como serán superados, por ejemplo: precios elevados, formas de pago comprometedoras, barreras, etc.

Debe ser una explicación esquemática, concreta y clara.

## **La Fuerza de Ventas (o Equipo de Ventas)**

Capítulo: Importante

Incluye aquí, por un lado y si las tienes, las personas clave que dirigirán las ventas con sus cualidades y experiencia.

Por otro lado, una descripción (concreta y esquemática) de:

* Tipologías de vendedor y funciones.
* Organización, reporting y trabajo por objetivos.
* Incentivación y motivación

## **Condiciones de Venta**

Capítulo: Importante

Refleja de forma esquemática las condiciones de venta por tipo de clientes y producto o volumen de compra:

Precios y descuentos. Portes y gastos. Rappels.

Formas de Pago. Facilidades de pago.

Política de impagados y recobro.

Garantías, procedimientos de compensación.

… y cualquier otro elemento que incida en la relación comercial con tus clientes.

## **Plan de Ventas Anual**

Capítulo: Imprescindible

El Plan concreto y resumido debe incluir:

* Especificación de los necesarios soportes a la venta.
* Ratios estimados de eficiencia y control.
* Un Cuadro con el Plan Anual., que refleje todo el proceso.
* Presupuesto de Venta del Primer año.

Importante: tu credibilidad está en juego con este presupuesto.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás varios modelos.*

*En nuestros “Planes de Negocio” encontrarás modelos para elaborarlo*

## **Estimaciones de Venta**

Capítulo: Casos Concretos / mismo capítulo anterior

Si has incluido las estimaciones en el capítulo anterior (marketing) sáltatelo.

Si no lo has hecho, pon aquí las estimaciones de venta a tres o cinco años en un gráfico bien vistoso.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás varios modelos para hacerlas.*

*En nuestros “Planes de Negocio” encontrarás modelos para elaborarlo*

PLAN DE NEGOCIO

***6 - Recursos humanos***

Capítulo: Imprescindible.

###### 6. Recursos Humanos

## **Organización funcional**

Capítulo: Imprescindible.

Incluye un organigrama y un breve esquema funcional.

## **Condiciones de trabajo y remunerativas**

Capítulo: Imprescindible.

Cuadro con las condiciones remunerativas y de trabajo de los grandes grupos de colaboradores.

Imprescindible incluir: Salario fijo, beneficios sociales (seguros, coche, tarjetas, etc.), remuneraciones variables y derecho de gasto (dietas, gastos viaje, etc.), opciones y otros.

Especialmente importante en el caso del equipo directivo.

## **Plan de Recursos Humanos**

Capítulo: Importante.

Resumen del Plan de RR.HH. contemplando: Selección de Personal (perfiles, criterios, etc.). Formación del personal incorporado. Plan de Incentivación e integración en el Proyecto (si lo tienes claro).

## **Previsión de Recursos Humanos**

Capítulo: Importante.

Incluir un cuadro con la previsión de personal necesario y el presupuesto anual.

Incluir (si es relevante) un gráfico con la evolución de los RR.HH. en la empresa.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás modelos para elaborarla fácilmente*

*Nuestro “Plan de Negocio – PRO” elabora automáticamente un resumen.*

PLAN DE NEGOCIO

***7- Aspectos legales y societarios***

Capítulo: Imprescindible.

7. Aspectos legales y societarios

## La sociedad

Capítulo: Imprescindible.

Definir el tipo de sociedad o sociedades (limitada, anónima u otras), detallar principales puntos en relación a su estructura legal, órganos de administración (cuántos y si se sabe, nombres de los consejeros), regulaciones actividad, etc.

Si te vas a saltar el punto siguiente, incluye aquí los puntos esenciales de los estatutos y los acuerdos con los socios. (si es complejo indícalo en el punto siguiente).

## Licencias y derechos

Capítulo: Casos concretos.

Si la actividad de la empresa requiere del uso de licencias de terceros, detállalo aquí (caso obvio de una franquicia, por ejemplo).

Indica los derechos que se adquieren con la licencia (actividad, zonas, etc.), sus limitaciones (definidas en el contrato de licencia) y sus servidumbres (pago de cánones, royalties, fee, etc.).

## Obligaciones legales

Capítulo: Imprescindible.

Incluye aquí una relación y breve análisis de las obligaciones legales generales que tendrá la empresa:

* *Obligaciones de cumplimiento de ciertas normativas (por ejemplo: medio ambiente, privacidad, seguridad, etc. según caso).*
* *Obligaciones laborales (cumplimiento de la legislación laboral y en relación a la contratación de empleados).*
* *Obligaciones fiscales (detalla las obligaciones fiscales de la empresa)*

Incluye (si las hay): (1) las ventajas de adscribirse a ciertas leyes (por ejemplo: fomento del empleo de mujeres, jóvenes, etc.). (2) Las interpretaciones ventajosas o perjudiciales que quieras realizar de ciertas leyes o regulaciones, etc.

## Permisos y limitaciones

Capítulo: Imprescindible.

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

Por ejemplo: *Darse de alta en ciertos epígrafes. Obtener licencias de construcción, certificados o permisos de actividad, de seguridad, etc.*

PLAN DE NEGOCIO

***8- Planes Operativos***

Capítulo: Importante

###### 8. Planes Operativos

## **Plan de Establecimiento**

Capítulo: Importante.

En este Plan debes reflejar todo lo que vas a hacer ANTES del Inicio de la actividad comercial de la empresa o (si en parte se “solapa”) durante el lanzamiento.

El Plan de Establecimiento debe incluir:

* Un cuadro resumido con todos los pasos y timings previstos para la instalación de la empresa.
* Un presupuesto completo de inversiones y gastos de establecimiento.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” y en nuestros “Planes de Negocio”, encontrarás modelos para elaborarlo fácilmente*

## **Plan de Lanzamiento**

Capítulo: Interesante.

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)

El Plan de Lanzamiento es una parte del Plan de Marketing en la que detallas las acciones que realizarás para dar a conocer tu negocio al inicio (los primeros meses):

* Un cuadro resumido con todos los pasos y timings de las acciones de lanzamiento de la empresa.
* Un presupuesto completo de inversiones y gastos.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” y en nuestros “Planes de Negocio”, encontrarás modelos para elaborarlo fácilmente*

PLAN DE NEGOCIO

***9- Resultados Previstos***

Capítulo: Imprescindible.

###### 9. Resultados previstos

## **Premisas Importantes (Important Assumptions)**

Capítulo: Interesante

Este punto es muy importante para el análisis de la viabilidad de tu Plan, habitual en los Planes de Negocio USA y menos frecuente en los europeos, lo recomendamos: siempre es mejor que las premisas (assumptions) las dejes muy claras tú mismo y no que las tenga que deducir un tercero.

Debes incluir:

1/ Avisos o advertencias respecto a puntos clave que tú asumes de una forma determinada, ejemplos:

*Los tipos de interés de los préstamos se mantendrán estables en el 4,5% (si eso es vital para tu negocio).*

*En los primeros dos años no se instalarán competidores significativos.*

... o cualquier premisa que sea vital para tu negocio.

2/ Una breve lista de las premisas significativas sobre las que has calculado tu plan. *(Ventas, % ventas a crédito, cuentas a pagar, medias de compras, etc. Sólo lo que sea realmente decisivo para el negocio).*

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás modelos para elaborarla fácilmente*

*Nuestro “Plan de Negocio – PRO” elabora automáticamente un resumen.*

## **Indicadores**

Capítulo: Interesante.

Aquí debes incluir un gráfico con los indicadores económicos financieros más relevantes. Ventas – Márgenes – Gastos – Cobro, etc.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás modelos para elaborarla fácilmente*

*Nuestro “Plan de Negocio – PRO” elabora automáticamente un resumen.*

## **Umbral de rentabilidad**

Capítulo: Imprescindible.

*Umbral de rentabilidad = Punto de Equilibrio = Punto Crítico*

Es importante que presentes aquí el análisis del umbral, por ejemplo, con dos gráficos:

1/ Con el umbral de rentabilidad mensual o acumulado anual.

2/ Los días necesarios para alcanzar el umbral de rentabilidad.

Este punto es importante para la propia empresa y los inversores: ilustra el grado de dificultad o riesgo del proyecto (en cuanto a ventas).

En general, cuanto más elevado sea el Umbral de rentabilidad, más dificultades y riesgo tiene el negocio.

El umbral de rentabilidad (Punto Crítico, Punto de equilibrio o Breakeven) depende sobre todo de la proporción de gastos fijos y variables que tenga el negocio.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un cuadro para calcularlo fácilmente*

*Nuestros “Planes de Negocio” calculan y elabora automáticamente el resumen y los gráficos.*

## **Resultados previstos**

Capítulo: Imprescindible.

Un cuadro con las cuentas de resultados previsionales para los primeros 5 años.

Debe reflejar los capítulos esenciales y algunos elementos (% de variación) para comprender la evolución prevista.

Incluye comentarios breves pero muy claros que razonen sobre dicha evolución.

Incluye uno o dos gráficos ilustrativos.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un cuadro para expresarlo fácilmente*

*Nuestros “Planes de Negocio” calculan y elabora automáticamente este resumen y sus gráficos.*

## **Tesorería**

Capítulo: Imprescindible.

Un cuadro con la evolución de la Tesorería y algún gráfico relevante.

Simplificado y muy claro.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un cuadro para expresarlo fácilmente*

*Nuestros “Planes de Negocio” calculan y elabora automáticamente este resumen y sus gráficos.*

## **Análisis**

Capítulo: Imprescindible.

Un cuadro que refleje los ratios más importantes.

Los dos ratios más frecuentes para evaluar la inversión son:

1/ El Valor Actual Neto (V.A.N.).

2/ La Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.).

Son fáciles de determinar disponiendo de todas las estimaciones anteriores (son funciones disponibles en cualquier hoja de cálculo).

En cualquier caso, es interesante incluir una batería de ratios (¡que salgan bien!) para el análisis global del negocio.

*Nuestros “Planes de Negocio” calculan y elaboran automáticamente todos los ratios relevantes para el análisis de un negocio.*

PLAN DE NEGOCIO

***10- Plan de Inversiones y Financiación***

Capítulo: Imprescindible.

###### 10. Plan de Inversiones y Financiación

## **Presupuesto de Establecimiento**

Capítulo: Imprescindible.

Un cuadro/resumen de gastos para la puesta en marcha del negocio (congruente con el capítulo Plan de Establecimiento anterior).

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un cuadro para calcularlo fácilmente*

*Nuestro “Plan de Negocio PRO” elabora automáticamente este resumen.*

## **Plan de Inversiones**

Capítulo: Imprescindible.

Un cuadro/resumen con las inversiones y su forma de adquisición.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás un cuadro para calcularlo fácilmente*

*Nuestro “Plan de Negocio PRO” elabora automáticamente este resumen.*

## **Plan de Financiación**

Capítulo: Imprescindible.

Aquí debes incluir un cuadro muy importante: ¿Cómo vas a financiar el negocio?

Debe reflejar:

* Fondos propios: *De los Promotores. De los accionistas.*
* Financiación de terceros: *Leasing o renting. Préstamos a largo plazo. Préstamos a corto plazo: Pólizas de crédito. Líneas de descuento.*

*Préstamos o subvenciones de entidades oficiales.*

Indicar condiciones de todos los préstamos y fórmulas de financiación. Es fundamental que refleje un buen equilibrio entre fondos propios y financiación ajena.

Los inversores desconfían siempre de los proyectos en los que los promotores invierten (proporcionalmente) poco… salvo que pongan y se jueguen todo lo que tienen. Los bancos desconfían de los proyectos basados mayoritariamente en financiación ajena… si los socios no ponen casi nada, no te darán nada, salvo que tengas garantías personales para ofrecerles (y en este caso, hay que evaluar si no es mejor que pongas tus recursos directamente en la empresa). Sé muy realista en tus previsiones de financiación mediante proveedores y préstamos oficiales: Pon sólo aquello que estás absolutamente seguro de obtener… seguro que los potenciales inversores te pedirán seguridades.

*En el fichero “Gráficos y Cuadros” encontrarás modelos para hacerlo.*

*Nuestro “Plan de Negocio PRO” elabora automáticamente un resumen.*

PLAN DE NEGOCIO

***11- Conclusiones***

Capítulo: Interesante

Es posible que éste y el capítulo anterior sean los dos más leídos y examinados a fondo. Esmérate.

También es factible, saltarse este capítulo e incluirlo solamente en el resumen ejecutivo.

###### 11. Conclusiones finales

## **Oportunidad**

Capítulo: Importante

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.

## **Riesgo**

Capítulo: Importante

No existe ningún negocio sin riesgos y eso lo sabe todo el mundo, por tanto, NUNCA elimines este capítulo: Úsalo (1) para demostrar que conoces muy bien los riesgos y (2) que sabes como limitarlos.

Pocas frases, concretas, substanciales y claras.

## **Puntos fuertes**

Capítulo: Importante

Resume de nuevo los puntos fuertes del negocio.

Reafírmate.

## **Rentabilidad y retorno de la inversión**

Capítulo: Importante

Resume desde otras perspectivas las ratios de rentabilidad.

Habla de otros índices comparativos adecuados a tus interlocutores (renta fija, renta variable, retorno neto, etc.)

Frases cortas y claras.

## **Seguridad**

Capítulo: Importante

Resume en par de puntos las claves que hacen de tu negocio una inversión segura (razonablemente segura).

Debe ser un mix:

Desde elementos de mercado hasta los puramente financieros.

Estructúralo en tres puntos, por este orden:

1/ Aquellos elementos que disminuyen el riesgo cualitativa o cuantitativamente. (Umbral de rentabilidad bajo, compromiso bajo, inversiones moderadas y rentabilidad alta, etc.)

2/ La competitividad. (Ausencia de competidores, competidores débiles, experiencia de los promotores, etc.)

3/ Aquellos elementos que ofrecen seguridad en el éxito

(producto de alta demanda, servicios que tienen éxito en otros lugares, tendencia en crecimiento, etc.)

ANEXO 1: PRESUPUESTOS

DOCUMENTO ANEXO AL PLAN: IMPRESCINDIBLE

MyCompany S.A.

Plan de Negocio

***PRESUPUESTOS***

Madrid, 07 de septiembre de 2021

Incluir aquí los siguientes ANEXOS:

(1 página por anexo)

PRESUPUESTOS DEL PRIMER AÑO:

1º VENTAS segmentadas y a 12 meses (opcional)

2º PERSONAL (opcional)

3º CUENTA RESULTADOS (imprescindible) a 12 meses.

4º TESORERÍA (imprescindible) a 12 meses.

5º BALANCES (imprescindible) a 12 meses.

PRESUPUESTOS A CINCO AÑOS:

Cuentas, tesorería y balances resumidos a 5 años.

1º CUENTA RESULTADOS a 5 años.

2º TESORERÍA a 5 años.

3º BALANCES previsionales a 5 años.

4º RATIOS OPERATIVOS y FINANCIEROS a 5 años.

Importante:

*Estos datos serán cuidadosamente examinados, luego es imprescindible que estén bien elaborados. Que no haya errores ni contradicciones.*

*Nunca los entregues en una hoja de cálculo modificable (si hay errores que sean los tuyos no los de otros).*

Recomendado:

*Nuestros “Planes de Negocio” elaboran automáticamente todos estos resúmenes y te los entregan listos para imprimir o presentar.*

ANEXO 2: RESUMEN EJECUTIVO

DOCUMENTO ANEXO AL PLAN: IMPRESCINDIBLE

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

En 3 o 4 hojas (LAS MÍNIMAS POSIBLE), sobre todo, debe permitir:

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

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

3º Ver inmediatamente los rendimientos que se prevén.

... y hacerse una idea muy clara de su factibilidad.

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

Ten en cuenta:

1. Es frecuente incluir este RESUMEN EJECUTIVO como capítulo 1 del plan, haz lo que consideres más usual en tu ámbito.
2. El “Plan de Negocio – PRO” elabora automáticamente un resumen ejecutivo que puedes incluir.

MyCompany S.A.

Plan de Negocio

**RESUMEN EJECUTIVO**

Madrid, 07 de septiembre de 2021

###### Resumen Ejecutivo

## **El Proyecto**

* + 1. Sector.
    2. Negocio y producto.
    3. Misión.
    4. Objetivos.

Capítulo: Imprescindible

Puntos clave y conceptos muy resumidos: del capítulo 1 (parte), 2 y 3. En muy pocas frases debe entenderse bien: cuál es el negocio, la misión de la empresa y el valor del proyecto.

Breve, escueto, directo y positivo. Aquí ninguna referencia a contingencias (ya las pondrás más adelante).

## **Los promotores**

* + 1. Promotores.
    2. Mentores.
    3. Asesores.

Capítulo: Imprescindible

Datos y brevísima referencia en positivo a los promotores, incluye mentores y asesores (si los tienes).

## **Mercado y competencia**

* + 1. Mercado potencial.
    2. Competitividad.
    3. Puntos clave.

Capítulo: Imprescindible

Puntos más importantes (clave). Céntrate en los elementos relevantes (volúmenes de mercado) y conclusiones respecto al mercado, la competencia y a tus puntos fuertes.

## **Marketing y Ventas**

* + 1. Estrategias.
    2. Políticas.
    3. Previsiones de Venta.

Capítulo: Imprescindible

Puntos más importantes (clave).

Céntrate en los conceptos diferenciales, puntos fuertes y estrategias/políticas esenciales.

Cuadro resumido breve con las ventas previstas.

## **Producción y compras**

* + 1. Producción.
    2. Logística y distribución.
    3. Compras.

Capítulo: Casos Concretos

Incluye este capítulo SÓLO si es esencial en tu proyecto. Resumen de los principales puntos.

## **Recursos Humanos**

* + 1. Equipo Directivo.
    2. Políticas.
    3. Previsiones.

Capítulo: Casos Concretos

Incluye este capítulo sólo si dispones de un equipo directivo significativo y tus políticas y previsiones de rr.hh. están claras y son relevantes.

## **Aspectos legales y societarios**

* + 1. La sociedad y los accionistas.
    2. Licencias y derechos.
    3. Obligaciones legales y fiscales.
    4. Contingencias y riesgos.

Capítulo: Imprescindible

Resumen de los puntos más significativos del capítulo, incluye aquí (si existen y son significativas) todas las contingencias que pudiere tener tu proyecto.

## **Inversiones**

Resumen Plan de Inversiones y financiación

## **Resultados y rendimientos**

* + 1. Premisas Importantes
    2. Resultados 5 años.
    3. Cash Flow.
    4. Balances.
    5. Principales Ratios.
    6. VAN y TIR

Capítulos: Imprescindibles

Incluye cuadros muy resumidos (grandes números), haciendo especial hincapié en los resultados y los ratios.

## **Conclusiones**

* + 1. Oportunidad.
    2. Puntos Fuertes.
    3. Rentabilidad y seguridad.

Capítulos: Imprescindible

3 o 4 puntos y una frase para cada uno de ellos.

Claros, ciertos y contundentes