Esquema del Plan de Negocios

# Related imagePORTADA

Nombre del negocio, dirección y número de teléfono

Mes y año, en el que el plan fue preparado

Los nombres del propletario, títulos y direcciones

# TABLA DE CONTENIPO

 Presentación preliminar de la información preliminar

Número de páginas por sección en lugar de forma secuencial (es decir, 2-1 a 2-5, 3-1 a 3-6)

# Sección I. RESUMEN EJECUTIVO

Aparece en primer lugar, pero se escribe al último.

Escriba un resumen de una a dos páginas que representan las diferentes secciones de su Plan de Negocios, Su objetivo es hacer que el lector quiera leer más!

# Sección II. MISIÓN, METAS Y OBJETIVOS

## 1. Descripción general del negocio

Describa su empresa como para que un extraño pueda comprender claramente en qué negocio se encuentra, qué productos o servicios usted ofrece, que o cual es su mercado, cómo funcionan (en general), la etapa de desarrollo de su negocio, y cuáles son sus ideas de crecimiento,

2. Declaración de Misión

¿Cuáles son los valores que usted desea que su negocio de a conocer por ahora y en el futuro, ¿cuál es su visión para el futuro de su negocio? ¿cuál es el propósito de su negocio, interna y externamente? Escriba su declaración de misión, asegurándose de que es claro y comprensible, 3. Metas y Objetivos

Establezca metas, Identifique cinco objetivos de negocio para los próximos tres a cinco años. Liste en orden de importancia.

# Sección III, NEGOCIOS / INPUSTRIA PERFIL

A. La Industria

## 1. Antecedentes Información de la industria

Incluya lo que la Industria que está discutiendo, el tamaño actual en términos de ventas en dólares y / o el número de empresas o clientes, ya sean grandes o pequeñas empresas dominan la industria, y cómo la Industria ha desarrollado o ha crecido.

2. Tendencias actuales y futuras

¿Cuáles son las tendencias actuales de la industria de su negocio está en, ¿cuál es el patrón de crecimiento de la industria, los nichos de mercado, etc. ¿cuál es el tamaño del mercado, y cuáles son las ventas actuales, los costos y márgenes de beneficio?

¿Qué tendencias de la industria se prevé para el futuro? ¿cómo es el Impacto de latecnologla actual y futuro de la industria, y cuáles son los efectos positivos y negativos de las regulaciones gubernamentales sobre la industria?



**SBDC is funded in part through a cooperative**

**agreement with the US Small Business Administration**

## 3. Antecedentes do su negocio y los negocios "justos para usted"

Proporcionar una breve historia de su negocio) incluso cuando se fundó, razón por la que se inició, que lo inició, la rentabilidad y los patrones de crecimiento, y cómo el negocio ha cambiado con el tiempo.

¿Cómo funcionan los productos y servicios encajan en la industria? (el ajuste se refieren a las tendencias actuales y futuras.)

Sección IV. CUESTIONES DE ORGANIZACIÓN

A. Estructura dp 'a empresa, de qestlón y de personal.

1. Estructura de la empresa

¿Su negocio es una empresa unipersonal, asociación o sociedad de responsabilidad limitada.

Consulte la página 17-20, En el libro "Doing Business in Utah." (Haciendo Negocios en Utah) 2. Administración

Dígale a su lector por qué usted y su equipo están excepcionalmente calificados para la administración de su negocio: resuma su filosofía de gestión y describir su equipo de gestión. Incluya detalles acerca de sus directivos clave y por qué fueron elegidos, con una referencia para cada gerente a determinar que una parte esencial de la credibilidad de su equipo. Incluir un organigrama de su negocio para ayudar a clarificar las funciones y responsabilidades de su equipo de gestión.

3. Personal

Identifique las necesidades que no están relacionadas con la gestión de personal.

Describa dónde y cómo va a contratar a nuevos empleados, los procesos de selección que utiliza en la contratación, y si tiene problemas para encontrar empleados calificados para su negocio. Analice si usted utiliza o no un Asesor de Negocios, si va a utilizar un Consejo Consultivo en el futuro, y el impacto que esa parte del "equipo') que tiene en su negocio.

## 4. Servicios exteriores I Consejeros

Describa cómo la administración de su "equipo" se ve mejorada por el uso de proveedores calificados de servicios externos, y discutir la asistencia externa en la que contrato. (Ejemplo: Fiscal, CPA, Publicidad Rep.)

Analice si usted utiliza o no un Consejo Asesor, si va a utilizar un Consejo Consultivo en el  futuro, y ef impacto que esa parte del 'têquipo 'i tiene en su negocio.

5. Gestión de Riesgos

Resumir cómo va a gestionar el riesgo en su negocio, incluyendo los tipos de seguro que usted necesita, gastos de seguro, y cualquier protección de propiedad Intelectual que requiera. Vea todos los riesgos dentro y fuera que su empresa pueda enfrentar, y qué políticas y procedimientos de gestión necesita para ayudar a manejar esos riesgos.

B. Controles de funcionamiento

## 1. Funciones de Control de Registro

Describa cómo mantener el control de las prinolpeles funciones financieras de su negocio. Indique quién es responsable de las actividades principales, y cómo usted como propietario / administrador da seguimiento periódicamente,

2. Operaciones de otros controles

Describir las principales actividades que requieren controles de funcionamiento interno, incluyendo lo que los controles están en su lugar, y que es responsable de desarrollo en curso de los controles en cada área. Sección V. EL PLAN DE MARKETING

# A. Productos I Servicios

## 1. Productos I Servicios Descripción

Describir los tipos de productos / servicios que vende, incluyendo cómo sus productos o servicios de comparar con la competencia (precio, calidad) disponibilidad, sus habilidades, servicios, etc.) Incluya todo lo que alguien por primera vez neoesite saber para entender Io que ofrece su empresa. 

2. Características I Ventajas

Resumir las características y beneficios de sus productos / servicios: incluir lo que sus productos / servicios, ¿por qué la gente debe comprar? y qué caracterfsticas los hacen únicos y especiales, y describir los beneficios para el cliente,

## 3. Ciclos de Vida I Ciclos por Estaciones

Describir el lugar donde sus productos y servicios están en su ciclo de vida (por producto y grupos de servicios), y la forma en que influye en sus decisiones de negocio.

Discutir la estacionalidad de sus productos / serviCios, la estacionalidad y qué papel desempeña  en la planificación de su negocio.

## 4. Productos I Servicios Descripción Crecimiento

Resumir los nuevos productos / servidos que tenga Intención de agregar a su negocio: incluya las razones por las que está agregando, cuando se prevé la adición, y la forma en que "encajan" en su producto actual / mezcla de servicios.

Discutir los ciclos de vida y la estacionalidad, y cómo, o si, esos elementos jugaron un papel en su decisión de añadir los nuevos productos / servicios.

## B. El Análisis de Mercado

### 1. Análisis de Clientes

Resumir la descripción de las caracterfsticas mas importantes del cliente ideal para usted, Sea tan específico como sea posible, e incluya todos los factores relevantes, incluyendo:

características demográficas, información psicográficas (motivación para la compra, los valores, intereses, preferencias) y en las descripciones de vida (donde, cómo y cuándo elegir a comprar.) Si quiere alcanzar a más de un grupo de clientes, incluya una explicación de los múltiples grupos y por qué fueron elegidos.

1. Análisis de la Competencia

Escriba un párrafo para Identlflcar y describir brevemente sus competidores más importantes, incluyendo dónde se encuentran y si su ubicación es una ventaja o desventaja.

Resumir los prlnclpales puntos fuertes de su competidor y deventajas,.lncluyendo la forma en que están realizando actualmente para satisfacer las necesidades del cliente,

Identificar claramente su ventaja competitiva por discutir los aspectos de su negocio o sus productos / servicios que son únicos y superiores a la competencia.

1. Potencial del Mercado

# a. Área de comercio actual

Describe tu actual territorio geográfico del comercio, incluyendo los límites y por qué eligió esta zona comercial. Incluya un mapa con los límites de su territorio al comercio designado,

b. Tamaño del Mercado y Tendencias

Describir de forma realista, el tamaño de su mercado en términos de número de clientes potenciales.

Resumir las tendencias de este mercado, Incluso sl el mercado está creciendo, estable, disminuyendo, y por qué.

## c. Potencial de Mercado

Describir el potencial de mercado en términos de sus ventas potenciales totales (proyección anual de ventas de volumen.)

Discuta su actual volumen de ventas (empresas existentes) y su capacidad proyectada a crecer sobre la base de su potencial de mercado, incluyendo sus planes para agregar productos / servicios.

C. Estrateqias de Market(nq

## 1. Situación I Distribución

Escriba un párrafo explicando su empresa y por qué fue seleccionado, en particular las características de la ubicación y làs oficinas; y cómo se posiciona en relación con sus necesidades de distribución. Debatir las necesidades futuras de su ubicación, e incluya todas las ayudas visuales para ayudar al lector a comprender dónde hace usted sus negocios,

## 2. Precio I calidad de la relación

Describir la relación entre precio y calidad en sus productos I servicios. Describa si usted tiene o no un eficaz posicionamiento en el mercado basado en la relación calidad / precio y el de sus competidores. Es su posición consistente con su imagen deseada?

3. Estrategias de promoción

a. Embalaje

Explique cómo su producto / servicio y de cómo su negocio es "envasado". Describa en qué se envases reforzar su Imagen y sus estrategias de marketing.

# b. Relaciones Públicas

Explique cómo va a utilizar las relaciones públicas y actividades en red para influir positivamente en la opinión pública acerca de usted y su negocio. Explique cómo este elemento se ajusta con el resto de sus estrategias de marketing.

## c. Publicidad

Describir las principales herramientas de publicidad que va a utilizar y por qué. Dirección cómo el enfoque de presupuesto para la publicidad, y cómo van a medir la eficacia de las herramientas de publicidad que usted eligió.

Detalle de los eventos especificos de publicidad que ha previsto para el próximo año.

Sección VI. EL PLAN FINANCIERO

## A. Provecciones F!nancleras

Esta es la sección que los prestamistas examinan más de cerca y donde hay que traducir todo  en dólares y centavos-el todo-la línea de fondo importantes. Cada número se coloca en sus proyectos deben explicarse a través de ta investigación. Los siguientes artículos deben ser tratados.

1. Proyectada Declaración de Ingresos - Vea el ejemplo.

Prepare su proyección de Declaración de Ingresos.

1. Proyectada Balance — Vea el ejemplo.

Prepare su Balance.

1. Proyección de flujo de caja — Vea el ejemplo,

 Prepare el Flujo de Efectivo proyectados,

Cuando estas hojas de trabajo se han completado, llevarlos a su consejero de negocios para imprimir los planes quinquenales de la plantilla financiera.

## B. Estados Financieros Adicionales

### 1. Resumen de las necesidades financieras

Escriba un párrafo sobre la capitalización de las necesidades, en otras palabras, explicando cuánto dinero tendrá que pedir prestado o Inversión personal para cubrir su creclmlento (o creación) los gastos, compras de activos fijos, y gastos para operar el negocio.

Explicar cómo la mayor parte de los fondos neoesatios provendrán de la inversión propietario y cuánto de los fondos prestados, y explicar de dónde obtendrá el dinero.

2, Estado Financiero Personal

Prepare su Estado Financiero Personal

# APÉNDICE SECCION

Enumerar el contenido de la sección de apéndice en esta partida en el orden en que están organizados los documentos, a continuación incluya los documentos en ese orden.