

**SU CAFETERÍA**

**PLAN DE NEGOCIOS**

No es necesario crear un plan de negocios extensivo para que la mayoría de los negocios puedan comenzar. Sea breve cuando recién empieza. Usted no tiene tiempo para escribir un documento de 50 de páginas y de todas maneras nadie quiere leerlo. Sin embargo, el ejercicio de crear un plan de negocios le ofrece varios beneficios que compensan la inversión de tiempo:

* El proceso para pensar y escribir el plan le proporciona claridad a su negocio
* Si se necesita capital por encima de sus ahorros, los inversores querrán ver un plan que demuestre una sólida comprensión y visión de su negocio
* El plan le ayudará a priorizar las tareas más importantes
* Con el crecimiento, el plan ofrece un entendimiento común de la visión para los nuevos líderes
* Es algo que debe revisar y actualizar continuamente a lo largo del tiempo.

Un plan de negocios simple para un producto o una empresa de servicios que recién se está formando se puede completar bastante rápido. Escríbala solo teniendo en cuenta quién puede llegar a ser el público. Debe ser comprensible, legible y realista.

Esta plantilla está organizada en siete subplanes o secciones que se deben completar. Se recomienda completar el resumen ejecutivo cuando ya se hayan completado las demás secciones. A medida que avanza desde el panorama de la empresa hacia el plan financiero, la redacción debe contar su motivación, su visión, el motivo por el cuál tendrá éxito, cómo logrará el éxito y cómo lo medirá.

Es importante que mantenga su plan actualizado para que pueda ver su progreso, celebrar el éxito y ajustar lo no se haya cumplido. Es mejor hacer esto trimestralmente o incluso una vez al mes.

RESUMEN EJECUTIVO

**El resumen ejecutivo se debe escribir al final** cuando ya haya terminado el resto del plan. Es un panorama (de no más de una página) de su negocio, incluyendo el problema que usted cree que apunta a resolver, por qué la solución que propone es diferente, cuál sería el cliente ideal y los resultados esperados. Debe proporcionar una descripción optimista y de alto nivel de su empresa.

Si está buscando inversiones, incluya cuánto dinero desea, donde lo utilizará y cómo ayudará a que el negocio sea más rentable.

Considere este punto como el primero que leerá un potencial inversionista, por lo que debe capturar su interés en los primeros cinco minutos.

Puede elegir organizarlo utilizando algunos de los siguientes títulos.

* **Oportunidad:** ¿Qué problema va a resolver?
* **Objetivos:** Identifique lo que la empresa aspira a hacer para los clientes, empleados y propietarios.
* **Su solución:** ¿Cómo resolverá el producto o servicio el problema identificado de manera única?
* **Enfoque de mercado:** ¿A qué mercado y a qué clientes apunta?
* **Ganancia esperada:** ¿Cuáles son los hitos claves para los ingresos, los beneficios y los clientes?

PANORAMA DE LA EMPRESA

Proponga un breve resumen de su negocio actual o deseado, que incluya lo que ofrece de forma exclusiva, cómo comenzó, su misión y sus objetivos, el equipo administrativo, la estructura legal y la propiedad, e información sobre posibles ubicaciones o instalaciones. Después de revisar esta sección, el lector debería tener un entendimiento general de lo que su negocio pretende lograr y cómo está organizado.

Dependiendo del tipo de negocio esté operando, es posible que no necesite las siguientes secciones. Solo incluya lo que necesita y quite todo lo demás.

* **Resumen de la empresa:** Esta es la sección de introducción a la empresa. Considérelo como el discurso de presentación de lo que su empresa representa y lo que pretende lograr. Incluya los objetivos de la empresa y algunos de los objetivos a corto plazo.
* **Declaración de objetivos:** Un breve informe de los principios referentes de su empresa y lo que la empresa pretende hacer para los clientes, empleados y propietarios.
* **Historia de la empresa:** Proporcione la historia de fondo, especialmente la historia personal de por qué se fundó el negocio. Ponga al lector al corriente sobre dónde se encuentra la empresa en términos de ventas, ganancias, productos clave y clientes.
* **Mercados y productos:** Resuma el mercado y las necesidades del mismo que su empresa abordará. Incluya breves descripciones de los productos y servicios que ofrecerá y los tipos de mercados y clientes a los que abordará. Proporcionará más información sobre esto más adelante en otra sección de este plan.
* **Equipo administrativo:** Proporcione algunos detalles sobre quién dirige la empresa (si hay alguien más que el fundador) y otros puestos clave, con una breve biografía de cada uno. Incluya un organigrama si es relevante en esta etapa.
* **Estructura legal y propiedad:** Describa cómo ha estructurado su negocio y quién tiene acciones de propiedad.
* **Ubicaciones e instalaciones:** Describa cualquier detalle sobre el sitio de trabajo o los futuros planes para obtener uno. Se pueden incluir oficinas alquiladas u hogareñas propias, oficinas comerciales, almacenes, tiendas o sitios de manufactura, entre otros; también los espacios de trabajo o los planes para adquirirlos.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Esta sección, planteará la oportunidad de negocios. Debe responder a la pregunta: ¿Qué problema intenta solucionar? Potencialmente use un ejemplo de caso para describir el punto de dificultad de los clientes y cómo los resuelven actualmente. Si su producto o servicio aborda algo que el mercado no ha identificado como un problema (por ejemplo, una nueva aplicación móvil o una nueva línea de ropa), entonces también describa cómo su solución reduce el estrés, le ahorra dinero o trae alegría al cliente.

Una vez que haya planteado la oportunidad, describa en detalle su solución (producto o servicio) y cómo resuelve ese problema y las ventajas para los clientes. En esta parte también se debe describir en mayor detalle el producto o servicio, cómo se producirá o se proporcionará, los precios y si existirá una actualización o extensión en el futuro. Si existen otros participantes importantes en el mercado, tales como proveedores o distribuidores u otros, debe describirlos en esta sección.

Dependiendo del tipo de negocio esté operando, es posible que no necesite las siguientes secciones. Solo incluya lo que necesita y quite todo lo demás.

* **Oportunidad:** Describa cómo ve el mercado de su producto o solución. A grandes rasgos, ¿cuál es el mercado y quiénes son sus participantes; son clientes empresariales o consumidores; es en una ubicación específica, etc? Se proporcionarán más detalles sobre el mercado en la siguiente sección del plan. A continuación, describa el estado actual de los productos o servicios disponibles y cómo su oferta será mejor.
* **Descripción general del producto:** Describa de la manera más detallada posible los productos o servicios que ofrece. Si es eficaz incluir algunas imágenes, este sería un buen sitio.
* **Participantes clave:** En algunos negocios, los productos son hechos a medida y cualquier interrupción del suministro afectará al mismo. Es posible que haya colaboradores clave en un servicio que ofrece, por lo que es importante identificarlos. Identifique a los partners estratégicos de su negocio, tales como proveedores esenciales, distribuidores, asociados de referencia u cualquier otro.
* **Precios:** Proporcione los precios de su producto o servicio, las proyecciones de los márgenes brutos y las rutas de actualización. Si es una tienda, describa por qué los precios serán atractivos para el mercado objetivo.

ANÁLISIS DE MERCADO

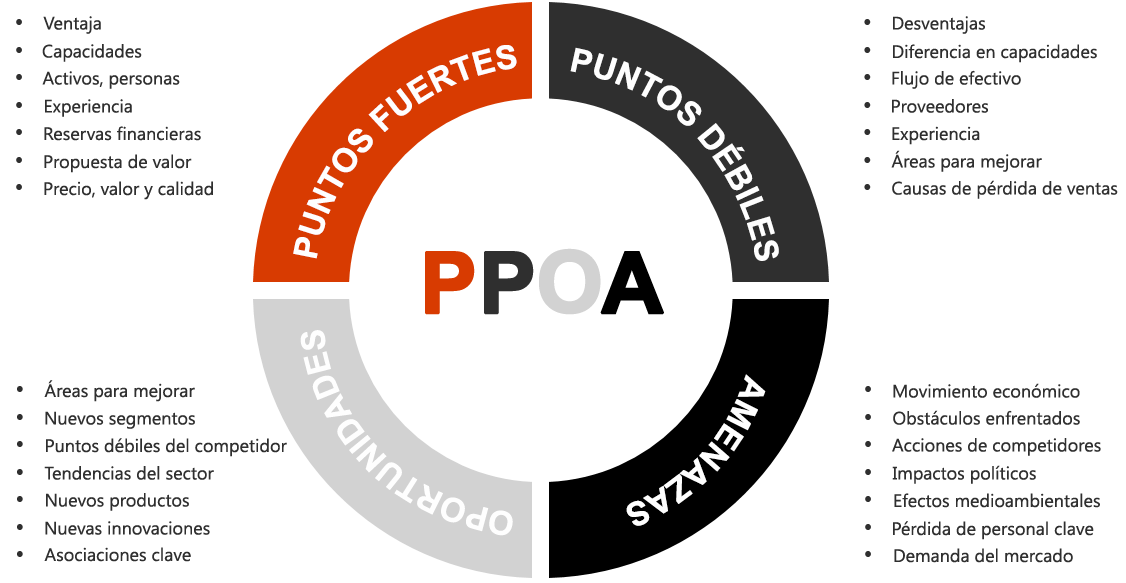
El análisis del mercado permite a los lectores comprender qué tan bien conoce el mercado y si es lo suficientemente grande como para dar soporte a los objetivos de su negocio. Esta sección proporciona una descripción general de la industria en la cual participará su negocio. A medida que reduzca este sector hacia el cliente ideal en función de su estrategia de negocios, definirá su mercado objetivo. Una descripción detallada y el tamaño del mercado objetivo ayudará al lector a comprender el valor de mercado que está buscando (la cantidad de clientes potenciales multiplicados por el promedio de ingresos para su producto o servicio).

Al definir el mercado objetivo, debe identificar los elementos clave tales como la ubicación geográfica, los datos demográficos, las características de los compradores, las necesidades del mercado objetivo y cómo se cumplen estas necesidades actualmente. Si existen competidores directos, éstos deben compararse con el modo en que su oferta lo resolverá en el futuro.

Esta sección también puede incluir un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) si es necesario, para evaluar de mejor manera la posición de su negocio frente a la competencia.

Dependiendo del tipo de negocio esté operando, es posible que no necesite las siguientes secciones. Solo incluya lo que necesita y quite todo lo demás.

* **Tipo de sector:** Empiece con descripciones más amplias de la oportunidad de mercado. Por ejemplo, si planea abrir una joyería, el tipo de sector serán las ventas minoristas, pero solo localmente y contra la posibilidad de que venda en línea. Dentro del sector minorista de las joyas, en general, se espera que los ingresos superen los 250 mil millones de dólares para 2020, pero su joyería local tendrá un mercado mucho más reducido. Identifique la cantidad de familias o clientes en su zona geográfica local que podrían encajar dentro del grupo demográfico objetivo.
* **Segmentación del mercado:** En esta sección se definen los principales segmentos de mercado y aquellos a los que apunta actualmente. Un segmento de mercado es un grupo de personas (u otros negocios). Dentro del sector, identifique segmentos más pequeños, tales como joyas refinadas o anillos de boda o joyas casuales. También puede segmentar el mercado por criterios tales como la calidad, el precio, la gama de productos, la geografía, la identidad étnica, el grupo de edad y otros. Algunos otros elementos a considerar pueden ser los siguientes: ¿Su segmento está creciendo, reduciéndose o será constante durante los próximos años? ¿A qué porcentaje del mercado cree que tendrá acceso? ¿Qué porcentaje del mercado anticipa tener dentro de los próximos 2 a 3 años? El uso de gráficos es más adecuado en una sección como esta para mostrar tanto el crecimiento (gráfico de líneas) como los porcentajes de los mercados o los grupos (gráfico circular).
* **Competencia:** Todos los negocios compiten de una manera u otra. Puede ser con competidores directos específicos o puede ser con la forma en la que los clientes han hecho las cosas durante mucho tiempo. Resuelven el problema de una forma diferente. Cuando identifique la competencia, debería también determinar quién más proporciona productos o servicios para solucionar el mismo problema que está abordando. ¿Cuáles son las ventajas de su negocio sobre estos competidores? ¿Cómo se oirá su voz por sobre el ruido de los competidores? En ocasiones, un plan de negocios incluye una matriz de características y compara el modo en que cada negocio ofrece o no ofrece dichas características. Esta sección debería reflejar cómo su solución es diferente y más adecuada que la competencia para el mercado objetivo identificado.
* **Análisis PPOA:** Puede incluir un análisis PPOA completando los cuadros siguientes para evaluar su negocio en el entorno actual en cuanto a puntos fuertes, puntos débiles (internos), oportunidades y amenazas (externas). Este es un buen ejercicio para realizar anualmente. Una vez finalizado el análisis, proporcione sus ideas sobre: cómo los puntos fuertes pueden ayudarle a maximizar las oportunidades y minimizar las amenazas; cómo los puntos débiles pueden ralentizar su capacidad de capitalizar las oportunidades; y cómo los puntos débiles podrían exponerlo a amenazas.



PLAN DE FUNCIONAMIENTO

Además, debe resumir cómo desarrolla y mantiene actualmente una base de clientes leales y cómo continuará haciéndolo. Esto incluirá las responsabilidades administrativas con fechas y presupuestos, y para asegurarse de que se le de seguimiento a los resultados. ¿Cuáles son las fases previstas para el futuro crecimiento y las capacidades que se necesitan para lograrlo?

El plan de funcionamiento describe el funcionamiento de su negocio. Dependiendo del tipo de negocio que tenga, dentro de los elementos importantes de este plan se debe incluir cómo los productos o servicios llegan al mercado y cómo asiste a los clientes. Es la logística, la tecnología y el bloqueo y el abordaje básico de su negocio. Dependiendo del tipo de negocio que esté iniciando, es posible que no necesite las siguientes secciones. Solo incluya lo que necesita y quite todo lo demás. Recuerde intentar mantener su plan de negocios lo más corto posible, por lo que demasiados detalles aquí podrían hacer que el plan sea demasiado largo.

* **Abastecimiento y cumplimiento de órdenes:** Basándose en el tipo de negocio que opere, describa si va a comprar productos o componentes terminados de proveedores e incluya detalles sobre cómo se entregan los mismos y los contratos necesarios para adquirirlos. También describa los procedimientos de su empresa para entregar productos o servicios a los clientes. Si el inventario de los productos es una parte importante para el éxito de su empresa, asegúrese de incluir un resumen de cómo almacena, administra y realiza el seguimiento de los componentes clave.
* **Pago:** Describa sus condiciones de pago estándar y las formas de pago que acepta. Describa los planes de tarifas (ya sean fijos, periódicos, una combinación de ambos u otros) y cualquier impacto en el flujo de efectivo.
* **Tecnología:** Si la tecnología es fundamental para su negocio, ya sea si forma parte de la oferta del producto o es fundamental para ofrecer un producto o servicio, describa el uso de tecnologías clave de su propiedad. Si los datos de su negocio (empresa o cliente) pueden estar en peligro, describa el plan de seguridad de datos existente, así como las copias de seguridad o la recuperación en caso de que se produzca un desastre o una interrupción.
* **Clientes clave:** Identifique a clientes importantes para el éxito de su negocio, ya sea como asociación, volumen o vía hacia un nuevo mercado. También puede ser importante identificar a los clientes con más del 10 % de los ingresos de la empresa.
* **Empleados clave y organización:** Describa todas las habilidades o experiencias únicas necesarias para el equipo actual. Si es importante, describa cualquier proceso de contratación o de formación de su propiedad. Haga una lista de los empleados clave para el éxito. Incluya cualquier organigrama que ayude en esta sección.
* **Instalaciones:** Dependiendo del tipo de negocio, es posible que tenga instalaciones alquiladas, propias o compartidas. Proporcione una lista de las mismas, su propósito y los futuros planes para las instalaciones.

MARKETING Y PLAN DE VENTAS

Promover su negocio, ya sea generando clientes potenciales o tráfico hacia un sitio web o una tienda, es una de las funciones más importantes de cualquier negocio. En esta sección del plan, proporcione los detalles de cómo promociona su negocio. Describa los canales y mensajes clave que usa para generar clientes potenciales y promocionar el negocio. Esta sección también debería describir su estrategia de ventas. Dependiendo del tipo de negocio que tenga, es posible que no necesite las siguientes secciones. Solo incluya lo que necesita y quite todo lo demás.

* **Mensajes clave:** Describa los mensajes clave que harán que los productos o servicios se realcen ante los ojos de los clientes de destino. Si tiene material publicitario de ejemplo o imágenes gráficas de algunos mensajes, Inclúyalos.
* **Actividades de marketing:** ¿Cuál de las siguientes opciones de promoción ofrece a su negocio la mejor opción para el reconocimiento de producto, generación de clientes potenciales, tráfico de tienda o citas?
  + Publicidad multimedia (periódicos, revistas, televisión, radio)
  + Correo directo
  + Llamada telefónica
  + Seminarios o conferencias de negocios
  + Publicidad conjunta con otras empresas
  + Comentarios de otros usuarios o en señalización fija
  + Marketing digital, tales como redes sociales, marketing por correo electrónico o SEO
* **Estrategia de ventas:** Si es necesario, ¿cuál será su método de ventas? ¿Habrá responsables de ventas contratados a tiempo completo, ventas por contrato u otro enfoque?

PLAN FINANCIERO

Crear un plan financiero es dónde se encuentran todos los planes de negocios. Hasta este momento, identificó el mercado objetivo y los clientes de destino, junto con los precios. Estos puntos, junto con sus suposiciones, le ayudarán a calcular la previsión de ventas. El otro lado del negocio será en qué gastos espera incurrir. Esto es importante hacerlo de forma regular para ver cuándo es rentable. También es importante cuando empieza su negocio, para conocer los gastos que debe financiar antes de las ventas a los clientes o de que se reciba el efectivo que generan las mismas.

Como mínimo, esta sección debería incluir los costos de inicio estimados y las pérdidas y ganancias proyectadas, junto con un resumen de las suposiciones que realiza con estas proyecciones. Las suposiciones deberían incluir las ventas iniciales y regulares, así como la cadencia de las mismas en flujos.

* **Costes iniciales proyectados:** En la tabla siguiente se muestra un ejemplo de artículos de costes regulares y únicos que puede necesitar para abrir su negocio. Muchos negocios cobran a crédito en el tiempo y no tienen flujo de efectivo de inmediato. Es importante calcular cuándo se iniciará el flujo de efectivo en la empresa realizando una suposición sobre la cantidad de meses de artículos recurrentes, además de los gastos únicos, tendrá que financiar de sus ahorros o de una inversión inicial. Hay una tabla en blanco en el apéndice para que pueda llevar a cabo sus propias proyecciones de costes iniciales.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COSTOS DE INICIO** | | | | |
| **Su cafetería** | **1 de enero de 2018** | | | |
|  | | | | |
| **ARTÍCULOS DE COSTOS** | **MESES** | **COSTO/MES** | **COSTOS ÚNICOS** | **COSTO TOTAL** |
|  | | | | |
| **Publicidad y marketing** | 3 | 300 € | 2 000 € | 2 900 € |
| **Salarios de los empleados** | 4 | 3 500 € | 2 € | 14 002 € |
| **Beneficios e impuestos de las nóminas de los empleados** | 4 | 500 € | 2 000 € | 4 000 € |
| **Alquiler/arrendamiento Pagos/utilidades** | 4 | 750 € | 3 000 € | 6 000 € |
| **Franqueo/envío** | 1 | 25 € | 25 € | 50 € |
| **Comunicaciones/teléfono** | 4 | 70 € | 280 € | 560 € |
| **Equipos informáticos** |  | 0 € | 1 500 € | 1 500 € |
| **Software de equipo** |  | 0 € | 300 € | 300 € |
| **Seguros** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Gastos de intereses** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Cargos por servicios bancarios** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Suministros** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Viajes y entretenimiento** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Equipamiento** |  | 0 € | 5 000 € | 5 000 € |
| **Muebles y accesorios** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Mejoras en alquileres** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Depósito(s) de seguridad** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Licencias del negocio/permisos/tarifas** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Servicios profesionales: asuntos legales, contabilidad** |  | 0 € | 1 500 € | 1 500 € |
| **Consultor(es)** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Inventario** |  | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Efectivo en mano (capital circulante)** |  | 0 € | 4 000 € | 4 000 € |
| **Varios** |  | 0 € | 1 000 € | 1 000 € |
| **PRESUPUESTO INICIAL ESTIMADO** |  |  |  | **40 812 €** |

* **Modelo de pérdidas y ganancias proyectadas:** En el modelo siguiente se muestra un ejemplo de las proyecciones que un pequeño negocio pronostica para sus primeros 12 meses de operación. La parte superior de la tabla muestra las ventas proyectadas y el beneficio bruto. Este es un buen lugar para empezar a crear su previsión de ventas. En la siguiente sección se detallan los gastos recurrentes que proyecta para dichos meses. Deben ser consistentes con los costos de inicio estimados que completó en la sección anterior. En la parte inferior de este modelo, empezará a ver cuándo se vuelve rentable y cuáles son los gastos que tienen mayor impacto en la rentabilidad. Hay una tabla en blanco en el apéndice para que pueda llevar a cabo sus propias proyecciones de costes iniciales.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **COSTOS DE INICIO** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Su cafetería** | | | | | | | | | | | | **1 de enero de 2018** | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | |
| **INGRESOS** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAYO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | | **DIC** | **AÑO HASTA LA FECHA** |
|  | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas estimadas de productos | 5 000 € | 13 000 € | 16 000 € | 7 000 € | 14 500 € | 16 400 € | 22 500 € | 23 125 € | 24 549 € | 22 000 € | 25 000 € | | 27 349 € | 216 423 € |
| Menos devoluciones y descuentos | 0 € | (350 €) | 0 € | (206 €) | (234 €) | 0 € | 0 € | (280 €) | (1 200 €) | (1 600 €) | 0 € | | (2 400 €) | (6 270 €) |
| Ingresos por servicios | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 250 € | 350 € | 100 € | 0 € | 0 € | 1 245 € | | 1 360 € | 3 305 € |
| Otros ingresos | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 1 500 € | 0 € | 0 € | 0 € | | 0 € | 1 500 € |
| **Ventas netas** | **5 000 €** | **12 650 €** | **16 000 €** | **6 794 €** | **14 266 €** | **16 650 €** | **22 850 €** | **24 445 €** | **23 349 €** | **20 400 €** | **26 245 €** | | **26 309 €** | **214 958 €** |
| **Costo de los bienes vendidos** | **2 000 €** | **5 200 €** | **6 400 €** | **2 800 €** | **5 800 €** | **6 560 €** | **9 000 €** | **9 250 €** | **9 820 €** | **8 800 €** | **10 000 €** | | **10 940 €** | **86 569 €** |
| **Beneficio bruto** | **3 000 €** | **7 450 €** | **9 600 €** | **3 994 €** | **8 466 €** | **10 090 €** | **13 850 €** | **15 195 €** | **13 529 €** | **11 600 €** | **16 245 €** | | **15 369 €** | **128 389 €** |
|  | | | | | | | | | | | | | | | |
| **GASTOS** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAYO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | | **DIC** | **AÑO HASTA LA FECHA** |
|  | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sueldos y salarios | 2 500 € | 2 500 € | 3 500 € | 5 000 € | 5 000 € | 5 000 € | 8 000 € | 9 000 € | 9 000 € | 9 000 € | 9 000 € | | 9 000 € | 76 500 € |
| Publicidad y marketing | 400 € | 450 € | 450 € | 450 € | 900 € | 900 € | 900 € | 900 € | 900 € | 900 € | 1 200 € | | 1 200 € | 9 550 € |
| Comisiones | 250 € | 650 € | 800 € | 350 € | 725 € | 820 € | 1 125 € | 1 156 € | 1 227 € | 1 100 € | 1 250 € | | 1 367 € | 10 821 € |
| Alquiler | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | 1 250 € | | 1 250 € | 15 000 € |
| Servicios públicos | 250 € | 150 € | 200 € | 200 € | 200 € | 250 € | 250 € | 250 € | 200 € | 200 € | 250 € | | 250 € | 2 650 € |
| Gastos del sitio web | 175 € | 175 € | 175 € | 175 € | 175 € | 175 € | 175 € | 175 € | 175 € | 175 € | 225 € | | 225 € | 2 200 € |
| Internet y teléfono | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | 110 € | | 110 € | 1 320 € |
| Seguros | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | 165 € | | 165 € | 1 980 € |
| Viajes | 100 € | 0 € | 0 € | 250 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 675 € | 800 € | 0 € | | 0 € | 1 825 € |
| Legales y contabilidad | 1 200 € | 0 € | 0 € | 450 € | 0 € | 500 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | | 250 € | 2 400 € |
| Material de oficina | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | 125 € | | 125 € | 1 500 € |
| Gastos de intereses | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | | 0 € | 0 € |
| Otros 1 | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | | 0 € | 0 € |
| **Gastos totales** | **6 525 €** | **5 575 €** | **6 775 €** | **8 525 €** | **8 650 €** | **9 295 €** | **12 100 €** | **13 131 €** | **13 827 €** | **13 825 €** | **13 575 €** | | **13 942 €** | **125 746 €** |
| **Ingresos antes de impuestos** | **(3 525 €)** | **1 875 €** | **2 825 €** | **(4 531 €)** | **(184 €)** | **795 €** | **1 750 €** | **2 064 €** | **(298 €)** | **2 225 €** | **2 670 €** | | **1 427 €** | **2 643 €** |
| **Gastos de impuestos** | **(529 €)** | **281 €** | **424 €** | **(680 €)** | **28 €** | **119 €** | **263 €** | **310 €** | **(45 €)** | **(334 €)** | **401 €** | | **214 €** | **396 €** |
|  | | | | | | | | | | | | | | | |
| **INGRESOS NETOS** | **(2 996 €)** | **1 594 €** | **2 401 €** | **(3 851 €)** | **(156 €)** | **676 €** | **1 488 €** | **1 754 €** | **(253 €)** | **1 891 €** | **2 270 €** | | **1 213 €** | **2 246 €** |
|  | | | | | | | | | | | | | | | |

APÉNDICE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COSTOS DE INICIO** | | | | |
| **Su cafetería** | **1 de enero de 2018** | | | |
|  | | | | |
| **ARTÍCULOS DE COSTOS** | **MESES** | **COSTO/MES** | **COSTOS ÚNICOS** | **COSTO TOTAL** |
|  | | | | |
| **Publicidad y marketing** |  |  |  | 0 € |
| **Salarios de los empleados** |  |  |  | 0 € |
| **Beneficios e impuestos de las nóminas de los empleados** |  |  |  | 0 € |
| **Alquiler/arrendamiento Pagos/utilidades** |  |  |  | 0 € |
| **Franqueo/envío** |  |  |  | 0 € |
| **Comunicaciones/teléfono** |  |  |  | 0 € |
| **Equipos informáticos** |  |  |  | 0 € |
| **Software de equipo** |  |  |  | 0 € |
| **Seguros** |  |  |  | 0 € |
| **Gastos de intereses** |  |  |  | 0 € |
| **Cargos por servicios bancarios** |  |  |  | 0 € |
| **Suministros** |  |  |  | 0 € |
| **Viajes y entretenimiento** |  |  |  | 0 € |
| **Equipamiento** |  |  |  | 0 € |
| **Muebles y accesorios** |  |  |  | 0 € |
| **Mejoras en alquileres** |  |  |  | 0 € |
| **Depósito(s) de seguridad** |  |  |  | 0 € |
| **Licencias del negocio/permisos/tarifas** |  |  |  | 0 € |
| **Servicios profesionales: asuntos legales, contabilidad** |  |  |  | 0 € |
| **Consultor(es)** |  |  |  | 0 € |
| **Inventario** |  |  |  | 0 € |
| **Efectivo en mano (capital circulante)** |  |  |  | 0 € |
| **Varios** |  |  |  | 0 € |
| **PRESUPUESTO INICIAL ESTIMADO** |  |  |  | **0 €** |

INSTRUCCIONES PARA EMPEZAR CON LOS COSTES INICIALES ESTIMADOS

Determinar el costo de inicio de un negocio es fundamental para asegurar que se dispone de suficiente dinero para iniciar las operaciones de negocio dentro del período de tiempo estimado, así como dentro del presupuesto de costo. Los costos de inicio suelen estar comprendidos en dos categorías: costos mensuales y costos únicos. Los costos mensuales abarcan los gastos que ocurren todos los meses durante el período de inicio y los costos únicos son gastos que se producirán solo una vez durante el período de inicio.

**Pasos para la preparación:**

**Paso 1:** Escriba el nombre de su empresa y la fecha en la que está preparando esta estimación.

**Paso 2:** Escriba la cantidad de meses y el coste mensual para cada elemento de coste recurrente. Para los costos únicos, omita los costos mensuales. Si hay elementos de costo que tienen valores tanto recurrentes como únicos, también puede especificarlos. El costo total se calculará automáticamente en la columna del extremo derecho.

**Paso 3:** Cuando haya escrito todos los costes, revise cada elemento y la cantidad total para ver dónde puede ajustarlos o moverlos hacia el futuro, para cuando tenga más ingresos disponibles.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **COSTOS DE INICIO** | | | | | | | | | | | | | |
| **Su cafetería** | **1 de enero de 2018** | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| **INGRESOS** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAYO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **AÑO HASTA LA FECHA** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas estimadas de productos | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Menos devoluciones y descuentos | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Ingresos por servicios | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Otros ingresos | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Ventas netas** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** |
| **Costo de los bienes vendidos** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** |
| **Beneficio bruto** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** | **0 €** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| **GASTOS** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAYO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **AÑO HASTA LA FECHA** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| Sueldos y salarios | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Publicidad y marketing | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Comisiones | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Alquiler | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Servicios públicos | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Gastos del sitio web | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Internet y teléfono | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Seguros | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Viajes | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Legales y contabilidad | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Material de oficina | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Gastos de intereses | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| Otros 1 | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € | 0 € |
| **Gastos totales** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **0 €** |
| **Ingresos antes de impuestos** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **0 €** |
| **Gastos de impuestos** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| **INGRESOS NETOS** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** | **#VALUE!** |
|  | | | | | | | | | | | | | |

INSTRUCCIONES PARA EMPEZAR LAS PROYECCIONES DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Completar las proyecciones de las pérdidas y ganancias de una nueva empresa es un buen ejercicio para comprender y comunicar cuándo la empresa entrará en el umbral de la rentabilidad y para ver el crecimiento de las ventas y las ganancias. La parte superior del modelo de la izquierda, llamada Ingresos, es una buena forma de pronosticar las ventas mes a mes durante el primer año. En la parte inferior se aplicarán los gastos estimados para el mismo período de tiempo para obtener la rentabilidad del negocio.

**Pasos para la preparación:**

**Paso 1:** Escriba el nombre de su empresa y la fecha en la que está preparando esta proyección.

**Paso 2:** Escriba para cada mes, comenzando en enero o dónde comience su estimación, cuáles son sus ventas previstas. Esto puede usarse para productos o servicios o para varios productos. Puede agregar líneas a este modelo para ofertas adicionales. A esto debe restarle cualquier devolución de producto o descuento a los que desee realizarle seguimiento (estos se deben mostrar como números negativos, por ejemplo, -10). Debajo de Ventas netas, tendría que especificar el costo de la mercadería vendidas. Estos son los costes directos al vender un producto específico, por ejemplo los costes de los materiales, la mano de obra del ensamblaje o, si compra el producto y lo revende, sería el costo mayorista.

**Paso 3:** Escriba para cada mes, el salario estimado, el marketing, las utilidades y otros artículos que quiera proyectar.

**Paso 4:** Cuando haya escrito todos los costes, revise cada elemento y la cantidad total para ver dónde puede ajustarlos o moverlos hacia el futuro, para cuando tenga más ingresos disponibles. El objetivo es conseguir rentabilidad y flujo de efectivo positivo lo más rápido posible.