



GUÍA COMPLETA: PLAN DE NEGOCIO PRÁCTICO Y EJERCICIOS

Para emprendedores con una idea en desarrollo

Esta guía te acompaña paso a paso para convertir tu idea en un plan de negocio accionable. Está pensada para una idea en desarrollo con potencial 'millonario': por eso incluye ejercicios profundos para cuestionar supuestos, análisis financiero mínimo y avanzado, estrategias prácticas de validación y un roadmap de 90 días con métricas. Usa este documento como tu manual operativo inicial.

1) Define la idea en una frase (Elevator pitch)

Redacta en una sola frase qué vendes, a quién y qué problema resuelves. Debe ser clara incluso para alguien fuera de tu industria.

Ejercicio práctico

Escribe 3 versiones del elevator pitch (máx. 20 palabras cada una). Versión A: orientada al cliente. Versión B: orientada al inversionista. Versión C: orientada al equipo.

Pregunta de comprobación: ¿Tu frase responde explícitamente a 'qué', 'quién' y 'por qué'?

2) Cliente ideal (perfil detallado)

No te quedes en datos demográficos. Describe comportamientos, motivaciones, canal de compra y capacidad de gasto.

Ejercicio práctico

Completa este perfil: Edad / Ocupación / Ingresos estimados / Objetivos / Frustraciones / Canales donde pasa tiempo (online y offline).

Prioriza 3 'pains' (dolores) que tu producto solucione. Para cada pain escribe 2 preguntas que harás a clientes reales.

3) Análisis de la competencia

Lista competidores directos, indirectos y sustitutos. Analiza: precio, propuesta, canales y reseñas. Identifica los huecos que puedas ocupar.

Ejercicio práctico

Haz una tabla de 3 competidores: nombre, qué hacen bien, qué vulnerabilidades tienen, y cuánto costaría replicar su ventaja.

Define tu ventaja competitiva en 1 línea. ¿Es sostenible? ¿Qué necesitarías para mantenerla durante 12-24 meses?

4) Propuesta de valor

Resume por qué un cliente te elegiría. Sé específico: evita 'mejor calidad' sin métricas o pruebas.

Ejercicio práctico

Convierte tu propuesta en 3 pruebas/hipótesis que puedas validar (ej.: '50% de usuarios pagaría \$X por Y').

Para cada hipótesis escribe cómo la valorarás, qué métricas usarás y qué resultado consideras éxito.

5) Modelo de ingresos y precios

Define exactamente cómo entra dinero: unidad vendida, precio, descuentos, suscripciones, upsells, licencias, comisiones.

Ejercicio práctico

Lista TODAS las fuentes de ingreso posibles (inmediatas y a 12 meses). Asigna prioridad (1 alta, 2 media, 3 baja).

Calcula un escenario base a 3 meses: unidades vendidas por semana \times precio = ingresos mensuales. Repite para escenario optimista y pesimista.

6) Costos y punto de equilibrio (mínimo y avanzado)

Separa costos fijos y variables. Calcula margen por unidad y punto de equilibrio. Incluimos también una versión avanzada para ideas con escalamiento.

Fórmulas clave (pone en tu hoja de cálculo):

Margen por unidad = Precio - Costo variable por unidad

Punto de equilibrio (unidades) = Costos fijos / Margen por unidad

Ejercicio práctico: completa la siguiente tabla con tus números:

Concepto	Valor ejemplo	Tu valor
Precio por unidad	\$50	
Costo variable por unidad	\$30	
Margen por unidad	\$20	
Costos fijos mensuales	\$1.000	
Punto de equilibrio (unidades)	50	

7) Validación rápida y diseño de MVP

Construye el Producto Mínimo Viable (MVP) más barato que te permita medir aceptación. Ejemplos: landing page con pre-orders, prototipo funcional, pruebas presenciales.

Ejercicio práctico

Diseña 3 experimentos de validación (descripción, KPI, duración, presupuesto). Ejemplo: landing page + anuncio (€50) \rightarrow conversion rate objetivo 3% en 7 días.

Lista 10 preguntas que harás a los primeros 20 usuarios (mix de abiertas y cerradas).

8) Plan de marketing y ventas (canales y tácticas)

Elige 2-3 canales iniciales y escribe tácticas concretas y un presupuesto pequeño para prueba. Incluye métricas de CAC y LTV objetivo.

Ejercicio práctico

Escribe un funnel simple (Awareness \rightarrow Consideración \rightarrow Compra \rightarrow Retención) con una acción y métrica para cada etapa.

Calcula CAC estimado: presupuesto de ads por periodo \div número de clientes conseguidos en la prueba.

9) Operaciones y cadena de suministro

Describe proveedores, tiempos de entrega, inventario mínimo, logística y plan B si un proveedor falla.

Ejercicio práctico

Haz una lista de 5 proveedores potenciales con contacto y condiciones (plazo, MOQ, precio)

Plan de contingencia: ¿qué harías si el proveedor A fallará mañana?

10) Estructura legal, cuentas y métricas financieras

Decide la forma legal adecuada. Abre cuenta de negocio y configura un sistema para registrar ventas y gastos. Revisa impuestos y requisitos locales.

Ejercicio práctico

Crea un checklist legal/administrativo con 8 ítems (registro, RUT/NIT, cuenta bancaria, facturación, seguros, contratos con proveedores, protección de IP, términos y condiciones).

Prepara una hoja de flujo de caja simple para 6 meses (ingresos esperados, costos fijos, costos variables, balance de caja).

11) Roadmap de lanzamiento (primeros 90 días)

Semana	Objetivo principal	Tareas clave
1	Validación inicial	Encuestas 20 clientes, 5 ventas piloto, definir MVP
2	Prototipo y landing	Crear landing, activar prueba de ads, recolectar lea
3	Primeras ventas	Cerrar 20 ventas piloto, medir satisfacción, docume
4	Optimización	Ajustar producto y marketing según datos
5-8	Escala inicial	Duplicar canales que funcionaron, optimizar CAC
9-12	Preparar formalización	Estructura legal, plan financiero a 12 meses, búsqu

Calendario de ejemplo con entregables semanales. Adapta tiempos según complejidad.

12) Identificación de riesgos y plan B

Para cada riesgo define probabilidad, impacto y 2 acciones concretas para mitigarlo.

Ejercicio práctico

Lista 6 riesgos (mercado, financiero, operativo, regulatorio, tecnológico, reputacional) y para cada uno escribe mitigación y trigger de acción.

13) Métricas clave (dashboard mínimo)

Mide semanalmente: Ventas (\$/unidades), CAC, LTV estimado, Margen bruto, Tasa de conversión, Retención a 30 días.

Ejercicio práctico

Diseña una tabla simple con las métricas semanales y objetivos (coloca 12 columnas: 12 semanas).

14) One-page y pitch para inversionistas o socios

Prepara una página que contenga: problema, solución, mercado, modelo de ingresos, tracción (números), equipo y uso de fondos. Mantén claridad y datos verificables.

Apéndice: Plantillas y checklists útiles

Incluye plantillas que puedes copiar/pegar en Google Sheets o Notion.

Checklist inicial	Hecho (sí/no)
Elevator pitch claro	
Perfil cliente 3 segmentos	
3 competidores analizados	
MVP definido	
Landing page o prototipo listo	
Primera 20 validaciones realizadas	
Hoja de costos y punto de equilibrio	
Cuenta bancaria de negocio abierta	
Roadmap 90 días definido	

Notas finales

Esta guía está diseñada para ser práctica. Llena las tablas con tus números reales y repite los experimentos hasta obtener señales claras antes de escalar. Si quieres, puedo convertir las tablas en una hoja de cálculo lista para usar o preparar un pitch deck a partir de tu one-page.