****

[Nombre de la empresa]

[Logo]

**Plan de negocio para una empresa de fotografía**

**Creado por Zarla**

Índice

[RESUMEN EJECUTIVO 1](#_Toc17292125)

[PRODUCTO O SERVICIO 1](#_Toc17292126)

[CLIENTES POTENCIALES 1](#_Toc17292127)

PROPIEDAD DE LA EMPRESA [1](#_Toc17292128)

[FUTURO Y PROYECCIONES DE LA EMPRESA 1](#_Toc17292129)

[FINANCIAMIENTO 1](#_Toc17292130)

[DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA 1](#_Toc17292131)

[MISIÓN 1](#_Toc17292132)

[FILOSOFÍA DE LA EMPRESA 2](#_Toc17292132)

[OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA 2](#_Toc17292133)

[FUNDADORES, HISTORIAL DE CONSTITUCIÓN Y ENTIDAD JURÍDICA 2](#_Toc17292133)

[MERCADO OBJETIVO 2](#_Toc17292134)

[COMPETIDORES 2](#_Toc17292135)

[LOGROS OBTENIDOS 3](#_Toc17292136)

[PRODUCTOS Y SERVICIOS 3](#_Toc17292137)

[PRODUCTO O SERVICIO PRINCIPAL 3](#_Toc17292138)

[PRECIOS 3](#_Toc17292139)

PLAN DE [MARKETING 3](#_Toc17292140)

[ESTUDIO DE MERCADO 3](#_Toc17292141)

[ANÁLISIS FODA 3](#_Toc17292142)

ESTRATEGIA DE MARKETING  [4](#_Toc17292143)

[CANALES DE COMERCIALIZACIÓN 4](#_Toc17292144)

[PRESUPUESTO PARA MARKETING 4](#_Toc17292145)

[PLAN OPERATIVO 4](#_Toc17292146)

[REQUERIMIENTOS DEL LOCAL 4](#_Toc17292147)

[REQUERIMIENTOS LEGALES Y CONTABLES 5](#_Toc17292148)

[REQUERIMIENTOS DE PERSONAL 5](#_Toc17292149)

[GESTIÓN DE INVENTARIO 5](#_Toc17292150)

[EQUIPO Y TECNOLOGÍA 5](#_Toc17292151)

[LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN 6](#_Toc17292152)

[PROVEEDORES 6](#_Toc17292153)

[POLÍTICAS DE CRÉDITO 6](#_Toc17292154)

[GESTIÓN 6](#_Toc17292155)

FUNDADORES Y EQUIPO EJECUTIVO [6](#_Toc17292156)

[PROPIETARIOS Y ACCIONISTAS 7](#_Toc17292157)

[JUNTA DIRECTIVA 7](#_Toc17292158)

[DIRECCIÓN 7](#_Toc17292158)

[ASESORES Y CONSULTORES 7](#_Toc17292159)

[PLAN DE FINANCIAMIENTO 7](#_Toc17292160)

[BALANCE ACTUAL 7](#_Toc17292161)

[PROYECCIONES FINANCIERAS A 12 MESES 7](#_Toc17292162)

[PRESUPUESTO DE TESORERÍA PARA UN AÑO 7](#_Toc17292162)

[ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 8](#_Toc17292163)

[FINANCIAMIENTO REQUERIDO 8](#_Toc17292164)

[APÉNDICE 8](#_Toc17292165)

# RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo debe explicar brevemente el propósito de la empresa. El resto del plan de negocio entrará en más detalles, pero este resumen debe dar a los lectores una idea rápida de por qué se está creando la empresa y qué hará. Esto puede lograrse en unos pocos párrafos. Incluso puede dividirse en subsecciones, como las que se indican a continuación.

Producto o servicio

Aquí se pueden describir los principales productos o servicios que ofrecerá la empresa. Aunque es posible que otros negocios ya ofrezcan los mismos en una zona particular, se debe de ser capaz de explicar por qué los productos o servicios que se ofrecen son mejores.

Clientes potenciales

Por lo general, las empresas se dirigen a un grupo demográfico determinado que coincide con su especialidad. Por ejemplo, un salón de belleza de lujo en una zona metropolitana muy concurrida es probable que los clientes potenciales sean mujeres profesionales de edades comprendidas entre los 20 y los 50 años.

Propiedad de la empresa   
Los inversionistas sentirán mucha curiosidad por saber quién está al frente de la empresa. Se debe incluir el nombre y una breve biografía de cada propietario. La biografía debe dar detalles que ayuden a demostrar por qué encajan bien en la empresa.

Esta sección también puede incluir un desglose de la propiedad, es decir, cuánto será propiedad de los fundadores, cuánto pertenecerá a inversores privados, etc.

Futuro y proyecciones de la empresa

Se debe mencionar brevemente los planes a largo plazo y los puntos de referencia previstos para la empresa.

Financiamiento

En esta sección se proporcionarán más detalles financieros, pero para efecto del resumen ejecutivo se puede indicar brevemente qué fondos se necesitan para abrir la empresa. Si se va a utilizar el plan de negocio como documentación de apoyo para una solicitud de préstamo empresarial, puede ser útil una explicación rápida de la finalidad del préstamo.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA  
  
Misión

La misión debe explicar en sólo una o dos frases cuál es la misión de la empresa. Por ejemplo:

*“Inspirar y alimentar el espíritu humano: una persona, una taza y un barrio a la vez".* — Starbucks.

Filosofía de la empresa

La filosofía de una empresa debe de destacar sus principios rectores. Por ejemplo, esta es la filosofía de Google:

1. *Con un enfoque en el usuario todo lo demás vendrá por añadidura.*
2. *Lo mejor es hacer una cosa muy, muy bien.*
3. *Lo rápido es mejor que lo lento.*
4. *La democracia en la web funciona.*
5. *No se necesita estar en un escritorio para necesitar una respuesta.*
6. *Se puede ganar dinero sin hacer el mal.*
7. *Siempre hay más información ahí fuera.*
8. *La necesidad de información traspasa todas las fronteras.*
9. *Se puede ser serio sin usar traje.*
10. *Ser genial no es suficiente.*

Objetivos y metas de la empresa

Se debe elaborar una lista con las metas y objetivos principales. Se pueden mencionar objetivos de ingresos anuales, un determinado número de clientes, etc. Se debe incluir cualquier cifra que pueda utilizarse posteriormente como indicador de éxito.  
  
Fundadores, historial de constitución y entidad jurídica

Aquí se debe compartir la información sobre los fundadores de la empresa, incluidos sus antecedentes profesionales. También se puede escribir una breve historia del negocio si ya está en funcionamiento o explicar lo que llevó a la formación de éste.

En el momento de elaborar el plan de negocio, ya se debería haber creado una entidad jurídica para la empresa. Se debe explicar si se trata de una empresa unipersonal, una SRL, una sociedad anónima o una sociedad colectiva, y se deben incluir detalles adicionales como el nombre legal.

Si el negocio ya ha obtenido beneficios, se debe realizar una breve declaración de ganancias por trimestre o año.

Mercado objetivo

La empresa puede atraer a una amplia gama de personas, pero se necesita definir un mercado objetivo: un grupo de personas con más probabilidades de estar interesadas en el producto o servicio en función de su edad, intereses, ocupaciones, etc. Definir el mercado objetivo ayudará a crear una estrategia de marketing con un objetivo claro que maximice el presupuesto.

Competidores

Se debe describir a los competidores en términos generales y específicos. En primer lugar, explicar qué tipo de empresas competirán directamente con el negocio. En segundo lugar, tomar nota de las empresas específicas de la región que puedan competir por la atención de los clientes.

Por último, se describe la ventaja competitiva de la empresa y cómo se piensa mantener por encima de la competencia.

Logros obtenidos

Esta es la oportunidad de mencionar los logros de la empresa, como récords de ventas, premios empresariales, adquisiciones importantes, etc. Pueden enlistarse en forma de puntos para reforzar el discurso ante los inversionistas.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Producto o servicio principal

Se pueden utilizar varios párrafos para explicar el producto o servicio. Esta explicación debe incluir el por qué la empresa está en una posición única para hacer esta oferta. Se puede hablar en términos generales, e incluso definir la forma en que el producto o servicio se entregará a los clientes.

Precios

Aquí se describe la estructura de precios indicando las tarifas de los servicios o los precios de los artículos. También debe explicar el modelo de precios definiendo la diferencia entre los costes y el margen de beneficio.

# PLAN DE MARKETING

Estudio de mercado

Tanto si se ha contratado a un consultor para que investigue al mercado objetivo como si lo hace la misma empresa, se debe resumir aquí las conclusiones, así como incluir estadísticas relevantes que proyecten la necesidad de la creación de la empresa.

Análisis FODA

|  |  |
| --- | --- |
| Fortalezas | Debilidades |
| Oportunidades | Amenazas |

Estrategia de marketing

Aquí se resume la estrategia de marketing mencionando aspectos como: "Los elementos de nuestra estrategia de marketing son: (1) Establecer relaciones comerciales, (2)....".

Se puede entrar en más detalles en esta sección, si es necesario, pero el propósito es comunicar la estrategia global en términos generales.

Canales de comercialización

Es importante definir qué canales de comercialización utilizará la empresa para llegar a los clientes. Un canal de comercialización es un punto de distribución que permite dar a conocer el negocio a un mayor número de personas. Entre los posibles canales se incluyen:

* Redes Sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.)
* Sitio web de la empresa
* Email Marketing
* Optimización por motores de búsqueda
* Publicidad de pago por clic

Presupuesto para marketing

Aquí se puede declarar el valor total que se presupuestará para marketing en el primer año. También se puede compartir una hoja de cálculo del presupuesto que muestre cómo se dividirá el dinero.

PLAN OPERATIVO

Requerimientos del local

|  |  |
| --- | --- |
| Metros cuadrados |  |
| Ubicación (urbana, suburbana o industrial) |  |
| Espacios de estacionamiento |  |
| Calefacción/Aire acondicionado/Refrigeración |  |
| Zona |  |
| Otras características |  |

Requerimientos legales y contables

Para asegurar el cumplimiento de las obligaciones legales y contables de la empresa se debe mencionar si se crearán uno o varios departamentos internos que realicen todas las gestiones relativas a las obligaciones laborales, mercantiles, contables y fiscales, o si se va a externalizar la realización de estos servicios a través de una asesoría.

Requerimientos de personal

Se debe agrega una lista exhaustiva de todos los empleados que se necesitará contratar para gestionar la empresa, incluidos los directivos.

Gestión de inventario  
Aquí debe explicarse cómo se va a gestionar el inventario, tanto si se piensa utilizar un método manual, como si se va a emplear un software. Esta sección puede incluir detalles sobre la frecuencia de los nuevos pedidos, cómo se piensa trasladar el inventario antiguo y las políticas de documentación.

Se necesitará menos información si la empresa ofrece un servicio en lugar de un producto.

Equipo y tecnología

|  |  |
| --- | --- |
| **Descripción del artículo** | **Precio** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Total** | $ |

Logística y distribución

Esta sección es aplicable si se venden productos para distribuirse a establecimientos minoristas o directamente a los clientes. Debe responder a preguntas como:

* ¿Utilizarán a un mayorista?
* ¿Trabajarán exclusivamente con un transportista o con varios?
* ¿Qué tamaño tendrá el área de distribución? (local, regional, nacional o internacional)
* ¿Cuánto costará la distribución?

Proveedores

Todas las empresas necesitan trabajar con proveedores para comprar la materia prima para sus productos, adquirir nuevas existencias o comprar artículos o equipos que les permitan prestar un servicio.

Si se tienen acuerdos contractuales con proveedores, se puede hacer una breve mención de ello e incluso incluirlos en la documentación justificativa si los inversionistas o prestamistas los solicitan.

Políticas de crédito

La política de crédito define los límites de la empresa para aceptar pagos por bienes vendidos o servicios prestados. En otras palabras, la política estipula cuánto tiempo tienen los beneficiarios antes de que se comience a cobrar intereses, y cuál será el tipo de interés.

GESTIÓN

Fundadores y equipo ejecutivo

Aquí se enlistan a los fundadores de la empresa y se proporciona una breve biografía de cada uno de ellos. También se debe incluir una lista de las personas del equipo ejecutivo. Se puede visualizar utilizando un diagrama como el siguiente. Los títulos y la organización de la jerarquía pueden modificarse para reflejar la estructura de la empresa.

Propietarios y accionistas

Debe hacerse una lista de todos los propietarios del negocio y accionistas actuales, incluyendo el porcentaje de la empresa que poseen.

Junta directiva

Si la empresa ha constituido una Junta directiva, se deben indicar los nombres y cargos.  
  
Dirección

El equipo ejecutivo supervisa el panorama general de las operaciones de la empresa, pero el siguiente nivel de personal, la dirección, participa en las operaciones cotidianas y en la gestión de todos los empleados.

Se debe hacer una lista con los nombres y cargos de cada uno de los directivos. Si es posible, incluir una breve descripción de cuál será su función y por qué están calificados para ella.

Si aún no se han contratado directivos, se puede describir el tipo de personas que se busca y qué funciones deben desempeñar.

Asesores y consultores

Muchas empresas en fase inicial contratan a asesores y consultores para que les ayuden a introducirse con éxito en el mercado. Si la empresa está trabajando con un asesor o consultor en cualquier capacidad, debe indicarse quiénes son y por qué han sido contratados.

La experiencia profesional de un tercero indica a los inversionistas que se está actuando con la diligencia debida y planificando cuidadosamente para alcanzar los objetivos.

PLAN DE FINANCIAMIENTO

Balance actual

Un balance enumera todos los activos y pasivos corrientes de la empresa.

Proyecciones financieras a 12 meses

No hay forma de saber con seguridad dónde estará la empresa dentro de 12 meses, pero se pueden hacer algunas proyecciones financieras basadas en una serie de suposiciones. Para ello se suele utilizar una cuenta de pérdidas y ganancias pro forma. Es lo mismo que una cuenta de pérdidas y ganancias normal, salvo por el hecho de que se trata de una proyección en lugar de un análisis de un período fiscal anterior.

Presupuesto de tesorería para un año

Una hoja de cálculo que describa el presupuesto de tesorería ayudará a establecer límites de gasto razonables.

Análisis del punto de equilibrio

Un análisis del punto de equilibrio utiliza una fórmula sencilla para revelar el punto en el que la empresa cubrirá todos los gastos y tendrá un beneficio neto o una pérdida de $0.00.

Financiamiento requerido

Para resumir el financiamiento que se necesita, para qué se necesita y cómo se gastará, se debe tener una Declaración de Fuentes y Usos. Esta declaración enumera los importes totales de cada categoría del presupuesto, y las fuentes correspondientes a esos valores.

# APÉNDICE

Si es necesario, puede incluirse información adicional en los apéndices, como documentos que verifiquen el contenido del plan de empresa, o notas adicionales sobre cualquiera de las secciones anteriores.