Logotipo

Descripción generada automáticamente

**Plan de Negocios: Convocatoria de Inversión para Emprendimientos e Ideas Innovadoras**

**(AGREGA EL NOMBRE DE TU PROYECTO AQUÍ, EN CASO DE QUE TENGAS UN LOGO AGREGALO TAMBIÉN AQUI)**

**(Noviembre, 2024)**

# **Introducción**

|  |  |
| --- | --- |
| **Información General del Emprendedor** | |
| Nombres y apellidos del emprendedor: |  |
| Nacionalidad del emprendedor: |  |
| Ciudad del emprendedor |  |
| Correo del emprendedor: |  |
| Número de contacto: |  |
| **Información General del Emprendimiento** | |
| Nombre del Emprendimiento |  |
| Industria del Emprendimiento |  |
| Ventas mensuales ($) previo al programa (solo emprendimientos en fase de consolidación) |  |
| **Resumen Ejecutivo del Emprendimiento** | |
| *(Proporciona un resumen breve y conciso de tu negocio,* ***de máximo 200 palabras****, destacando los aspectos más importantes como el sector, la propuesta de valor y el mercado objetivo).* | |

# **Círculo de oro**

|  |  |
| --- | --- |
| **Círculo de Oro del emprendimiento** | |
| *(El Golden Circle, creado por Simon Sinek, es una herramienta para descubrir y comunicar de forma clara el propósito de tu negocio. Se compone de tres partes: el "Por qué” que explica la razón de ser de tu empresa, el "Cómo” que detalla los valores y procesos que te hacen único, y el "Qué” que describe lo que vendes o haces.).* [*Aquí tienes un ejemplo.*](https://youtu.be/4bcB5FJq80Q?si=bVNz9A0Ih_aQGN_3) | |
| **¿Por qué?** | *(Detalla el “Por qué” de tu emprendimiento aquí)* |
| **¿Cómo?** | *(Detalla el “Cómo” de tu emprendimiento aquí)* |
| **¿Qué?** | *(Detalla el “Qué” de tu emprendimiento aquí)* |

# **Propósito, misión y visión**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Propósito, misión y visión** | | |
| **Propósito** | *Responde a la pregunta: ¿Por qué existe tu empresa?* |  |
| **Misión** | *Responde a la pregunta: ¿Cómo la empresa va a mejorar la vida de tus clientes y personas que están relacionadas a tu empresa?* |  |
| **Visión** | *Responde a la pregunta: ¿Qué quieres que llegue a ser tu empresa algún día?* |  |

# **Macrobjetivos**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Macrobjetivos** | | |
| *Vamos a establecer los objetivos que queremos lograr por medio de la creación de este proyecto. Los objetivos tienen 3 características principales; deben ser alcanzables (establecer un objetivo realista), medible en el tiempo (en cuanto tiempo se lo puede alcanzar) y en su ejecución (si hay la viabilidad de llegar a ese objetivo).*  *Para el proyecto vamos a plantear un macrobjetivo comercial, financiero y operativo.* | | |
| **Comercial** | | *Piensa en el crecimiento de tu base de clientes, la expansión a nuevos mercados y el incremento de la participación en el mercado actual.* |  |
| **Financiero** | | *Detalla las metas relacionadas con ingresos, márgenes de beneficio, reducción de costos y eficiencia financiera.* |  |
| **Operativo** | | *Piensa en la optimización de la cadena de suministro, la mejora de la calidad del producto y la implementación de nuevas tecnologías.* |  |

# **Equipo**

## Líder del Equipo

*(Completa la siguiente tabla con la información relevante)*

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre** | **Funciones** |
|  |  |

## Miembros del Equipo

*(Completa la siguiente tabla con la información relevante)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nombre** | **Rol en el Equipo** | **Funciones** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# **Descripción de Oferta (Producto/Servicio)**

## Productos/Servicios ofrecidos:

*(Enumera y describe brevemente los productos o servicios que tu empresa ofrece. En caso de que no tengas una foto específica de tu producto puedes adjuntar una imagen referencial con el prototipo, etc. En la siguiente tabla encontrarás un ejemplo detallado)*

## Características y beneficios clave:

*Completa cada columna de las tablas proporcionando información específica y detallada sobre tus productos/servicios. Asegúrate de ser claro y conciso, destacando los puntos fuertes y diferenciadores de tu negocio. No es necesario que llenes todas las filas, si tu producto no destaca en todas las filas no es algo malo, por ejemplo, si tu producto es mucho más eficiente pero no tienes una gran variedad de productos no es un problema.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Producto/Servicio 1: (Nombre Producto/Servicio)** | | | | |
| **Criterio de compra** | **Características de tu producto o servicio** | **Beneficios para el cliente** | **Diferenciación** | **Innovación** |
| **Efectividad** | *(Explica las características de tu producto/servicio relacionadas con la calidad del producto, el diseño, las características funcionales).* | *(Explica como influyen estas características en cumplir las necesidades del cliente y generarle beneficios)* | *(Explica en que grado se encuentra la diferenciación de tu producto baja, media o alta.)* | *(Explica en que grado se encuentra la innovación de tu producto baja, media o alta.)* |
| **Eficiencia** | *(Explica las características de tu producto/servicio relacionadas con la velocidad de ejecución y el tiempo de entrega de la solución).* | *(Explica como influyen estas características en cumplir las necesidades del cliente y generarle beneficios)* | *(Explica en que grado se encuentra la diferenciación de tu producto baja, media o alta.)* | *(Explica en que grado se encuentra la innovación de tu producto baja, media o alta.)* |
| **Variedad de Productos** | *(Explica las características de tu producto/servicio relacionadas con la variedad en tu catálogo de productos para resolver las necesidades de tu cliente de forma integral).* | *(Explica como influyen estas características en cumplir las necesidades del cliente y generarle beneficios)* | *(Explica en que grado se encuentra la diferenciación de tu producto baja, media o alta.)* | *(Explica en que grado se encuentra la innovación de tu producto baja, media o alta.)* |
| **Relación con el Cliente** | *(Explica las características de tu producto/servicio relacionadas con la calidad del servicio al cliente, la atención personalizada y el soporte ofrecido).* | *(Explica como influyen estas características en cumplir las necesidades del cliente y generarle beneficios)* | *(Explica en que grado se encuentra la diferenciación de tu producto baja, media o alta.)* | *(Explica en que grado se encuentra la innovación de tu producto baja, media o alta.)* |
| **Instalaciones / Oficina / Local de venta / Redes Sociales o Página Web**  *(En caso que aplique)* | *(Explica las características de tu producto/servicio relacionadas con la calidad y conveniencia de las instalaciones físicas del negocio).* | *(Explica como influyen estas características en cumplir las necesidades del cliente y generarle beneficios)* | *(Explica en que grado se encuentra la diferenciación de tu producto baja, media o alta.)* | *(Explica en que grado se encuentra la innovación de tu producto baja, media o alta.)* |
| **Precio** | *(Explica las características de tu producto/servicio relacionadas con la competitividad del precio, incluyendo las opciones de pago disponibles para el cliente).* | *(Explica como influyen estas características en cumplir las necesidades del cliente y generarle beneficios)* | *(Explica en que grado se encuentra la diferenciación de tu producto baja, media o alta.)* | *(Explica en que grado se encuentra la innovación de tu producto baja, media o alta.)* |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Producto/Servicio 2: (Nombre Producto/Servicio)** | | | | |
| **Criterio de compra** | **Características de tu producto o servicio** | **Beneficios para el cliente** | **Diferenciación** | **Innovación** |
| **Efectividad** |  |  |  |  |
| **Eficiencia** |  |  |  |  |
| **Variedad de Productos** |  |  |  |  |
| **Relación con el Cliente** |  |  |  |  |
| **Instalaciones** |  |  |  |  |
| **Producto/Servicio 3: (Nombre Producto/Servicio)** | | | | |
| **Criterio de compra** | **Características de tu producto o servicio** | **Beneficios para el cliente** | **Diferenciación** | **Innovación** |
| **Efectividad** |  |  |  |  |
| **Eficiencia** |  |  |  |  |
| **Variedad de Productos** |  |  |  |  |
| **Relación con el Cliente** |  |  |  |  |
| **Instalaciones** |  |  |  |  |

# **Segmentos de Clientes**

## Mercado objetivo

*(Vamos a establecer cuál es el mercado objetivo de este proyecto. Mercado objetivo (Es el destinatario a quien están dirigidos los esfuerzos de tu campaña de marketing. Está determinado por aspectos como localización geográfica, rango de edad, género y otras variables que especifican el perfil de los prospectos.)*

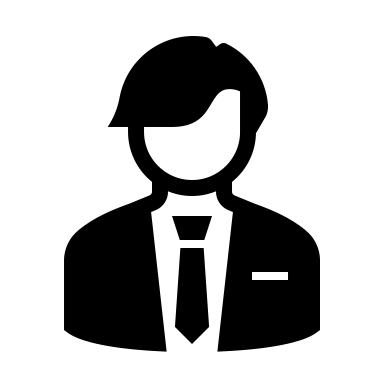
*Completa la tabla proporcionando información de las características de tu mercado objetivo.*

|  |  |
| --- | --- |
| **PERFIL DEMOGRÁFICO Y PSICOGRÁFICO** | |
| **Edad** | *(Escribe la edad o rango de edades de tu mercado objetivo).* |
| **Vive en** | *(Escribe la ciudad o zona donde se encuentra la mayoría de tu mercado objetivo).* |
| **Extracto Socioeconómico** | *(Escribe a qué Extracto Socioeconómico pertenece tu mercado objetivo)* |
| **Sexo** | *(Escribe cuál es el sexo de tu mercado objetivo)* |
| **Eventos de Vida** | *(Escribe la situación en la que se encuentra tu mercado objetivo. Eje: Se está poniendo un negocio)* |
| **Relaciones** | *(Escribe la principal relación de tu mercado objetivo. Eje: Vive con sus padres)* |
| **Título/ Industria** | *(Escribe la educación qué tiene tu mercado objetivo o a que industria pertenece)* |
| **Cargo de trabajo/ Responsabilidades** | *(Escribe el puesto de trabajo o responsabilidades de trabajo que tiene tu mercado objetivo).* |
| **Comportamientos** | *(Escribe 4 comportamientos qué tiene tu mercado objetivo. Eje: Utiliza dispositivos de la marca Apple).* |
| **Keywords** | *(Escribe 4 palabras claves de temas que tu mercado objetivo sigue. Eje: Cocina, panadería, videojuegos).* |
| **Interés** | *(Escribe 4 intereses de tu mercado objetivo. Eje: Partidos de fútbol, rutinas de gimnasio).* |

|  |  |
| --- | --- |
| **PERFIL DEMOGRÁFICO Y PSICOGRÁFICO** | |
| **Edad** |  |
| **Vive en** |  |
| **Extracto Socioeconómico** |  |
| **Sexo** |  |
| **Eventos de Vida** |  |
| **Relaciones** |  |
| **Título/ Industria** |  |
| **Cargo de trabajo/ Responsabilidades** |  |
| **Comportamientos** |  |
| **Keywords** |  |
| **Interés** |  |

## Buyer Persona

*Vamos a establecer cuál es el Buyer Persona de este proyecto. Buyer Persona (Son creaciones semi-ficticias basadas en datos estadísticos que reflejan la personalidad de tus consumidores. Constituyen una herramienta importante para todo profesional de marketing).*

*Completa la tabla proporcionando información de tu Buyer Person**a.*

**¿Qué piensa y siente?**

*Escribe lo que piensa tu cliente ideal ficticio. Eje: Piensa que es importante tener un balance entre su vida profesional y personal.*

¿Qué oye?

*(*Escribe lo que oye tu cliente ideal ficticio. Eje: Oye sobre las redes sociales y el crecimiento digital*).*

¿Qué dice y hace?

*(*Escribe cuáles son los principales pasatiempos o hobbies de tu cliente ideal. Eje: Se reúne con sus amigos luego del trabajo*).*

Dolor

*(*Lista todos los puntos de dolor y frustración asociados con tu producto o el problema que estas tratando de resolver*).*

Ganancia

*(*Explora las ventajas y ganancias que tendría tu cliente de usar tu producto*).*

.

**¿Qué ve?**

*Escribe los temas que le gusta ver a tu cliente ideal ficticio. Eje: Películas de acción, noticias.*

*+*

**¿Qué ve?**

Ganancia

.

**¿Qué dice y hace?**

**Dolor**

**¿Qué oye?**

**¿Qué piensa y siente?**

# **Investigación de Mercado**

*La investigación de mercado es una herramienta crucial para entender el entorno en el que opera tu negocio. Proporciona información valiosa sobre los clientes, competidores, y tendencias del mercado, ayudando a tomar decisiones informadas.*

## Entrevista a clientes

*En esta sección, debes realizar una encuesta dirigida a tus potenciales clientes con el objetivo de validar el problema identificado, la propuesta de valor y la solución planteada.*

*Esta información es crucial para asegurar que nuestro enfoque se alinea con las necesidades y expectativas del mercado. Deberás encuestar a al menos 10 posibles clientes y presentar los resultados relevantes en la siguiente tabla:*

|  |  |
| --- | --- |
| **INVESTIGACIÓN CON CLIENTES** | |
| **¿Cuáles son los principales problemas y necesidades que enfrenta tus clientes en relación con tu producto/servicio?** | *Enlista resultados de los principales problemas/necesidades a los que se enfrentan tus clientes aquí:* |
| **¿Cómo ha intentado resolver tu cliente estos problemas hasta ahora? ¿Qué soluciones encuentra actualmente en el mercado?** | *Explica las soluciones que han encontrado tus potenciales clientes en el mercado actualmente aquí:* |
| **¿Qué tan satisfechos están tus clientes con las soluciones existentes en el mercado?** | *Describe el grado de satisfacción de tus clientes en relación con las soluciones existentes en el mercado. ¿Qué necesidades no cubiertas pudiste detectar?* |
| **¿Qué características son las que tu potencial cliente valora más en un producto/servicio?** | *Enlista las características más relevantes que tus potenciales clientes valoran más en tu producto o servicio.* |
| **¿Qué tan efectiva es la solución que tu propones para resolver las necesidades de tus clientes?** | *¿cómo calificaría la eficacia de tu solución para resolver el problema de tus potenciales clientes? ¿Ha encontrado algún obstáculo o dificultad específica al usar tu solución? ¿Qué otras características le gustaría integrar a tu solución propuesta?* |

## Comparación con Competidores Directos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Producto/Servicio Competidor 1:** | | |
| Nombre Empresa Competidor: | | |
| Página Web y/o redes sociales: | | |
| Diferenciación/Ventaja 1 |  |  |
| Diferenciación/Ventaja 2 |  |  |
| Diferenciación/Ventaja 3 |  |  |
| **Producto/Servicio Competidor 2:** | | |
| Nombre Empresa Competidor: | | |
| Página Web y/o redes sociales: | | |
| Diferenciación/Ventaja 1 |  |  |
| Diferenciación/Ventaja 2 |  |  |
| Diferenciación/Ventaja 3 |  |  |
| **Producto/Servicio Competidor 3:** | | |
| Nombre Empresa Competidor: | | |
| Página Web y/o redes sociales: | | |
| Diferenciación/Ventaja 1 |  |  |
| Diferenciación/Ventaja 2 |  |  |
| Diferenciación/Ventaja 3 |  |  |

# **Descripción de la Problemática**

|  |  |
| --- | --- |
| **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA** | |
| **Descripción Cualitativa:** *(Por qué crees que este producto/servicio va a hacer que la gente debe/quiere comprar y no solo algo que sea bonito de tener).*  **Descripción Cuantitativa:** (*Puedes describir en números cuanto a la gente le cuesta este problema o que impacto económico negativo existe al no contar con la solución). Tiempo, $, Eficiencia, comodidad* | |
| **IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA** | |
| **¿Cómo descubriste el problema que estás abordando?** | *Cuenta cómo descubriste el problema que aborda tu idea o negocio, ya sea por observaciones, experiencias personales o investigaciones de mercado iniciales.* |
| **¿Qué información o datos encontraste para identificar este problema?** | *Enumera las fuentes de información utilizadas, como artículos, reportes, encuestas iniciales, etc.* |
| **¿En qué te basas para afirmar que este problema es relevante?** | *Menciona los indicadores que te hicieron ver que este problema es significativo. Presenta los datos o historias que recopilaste, mostrando gráficos o tablas si puedes.* |
| **VALIDACIÓN DEL PROBLEMA** | |
| **¿Cómo te aseguraste de que el problema que encontraste es real y no solo una percepción?** | *Explica las técnicas que usaste para validar el problema, como encuestas, entrevistas o pruebas.* |
| **¿Recibiste comentarios de usuarios o clientes que confirmen que el problema existe?** | *Presenta ejemplos de feedback recibido de usuarios o clientes, incluyendo citas directas si es posible.* |
| **¿Qué métodos usaste (encuestas, entrevistas, análisis de datos) para asegurar que el problema es verdadero?** | *Detalla los métodos específicos que usaste para validar el problema, incluyendo los resultados obtenidos.* |

# **Lienzo de Propuesta de Valor**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lienzo de Propuesta de Valor** | | | |
| *(El Lienzo de Propuesta de Valor es una herramienta que te ayuda a definir y comunicar cómo tu producto o servicio resuelve los problemas y satisface las necesidades de tus clientes. Esta herramienta identifica las alegrías, frustraciones, problemas y necesidades, y luego detalla las características y beneficios de tu producto o servicio que les proporcionan valor). Tal como lo muestra la siguiente figura:*  Qué es la propuesta de valor y cómo diseñarla? [EJEMPLOS Y PLANTILLA] -  Virginia Burgos | | | |
| Necesidades/Sentimientos del Cliente | Descripción | Mapa de Valor | Descripción |
| **Tareas del Cliente** | *(Enumera aquí los trabajos deben realizar tus clientes).* | **Productos y Servicios** | *(Explica aquí los productos y servicios ofreces para ayudar a tus clientes a realizar sus tareas).* |
| **Frustraciones del Cliente** | *(Enumera aquí los problemas, riesgos o desafíos enfrentan tus clientes al realizar sus tareas).* | **Aliviadores de Frustración** | *(Explica aquí como ayudan tus productos y servicios a mitigar o eliminar los dolores de tus clientes).* |
| **Alegrías del Cliente** | *(Enumera aquí los sentimientos positivos, deseos o superaciones buscan tus clientes).* | **Creadores de Alegrías** | *(Explica aquí como ayudan tus productos y servicios a crear alegrías y resultados positivos para tus clientes).* |

# **Ventaja Competitiva**

|  |
| --- |
| **Ventajas competitivas** |
| *(En base a lo descrito hasta ahora, consolida y resume qué hace única a tu propuesta de valor en el mercado, cómo te diferencias de la competencia y la que hace que tus clientes compren a ti. Máximo en 200 palabras.)-* |

# **Canales**

Estrategias de adquisición y retención

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Embudo de ventas** | | | |
| *La adquisición de clientes se refiere al proceso de atraer nuevos clientes a tu negocio. esto puede ser una tarea desafiante, ya que existe una gran competencia por la atención de los consumidores. (Detalla cómo planeas atraer nuevos clientes y mantener la lealtad de los clientes existentes.)* | | | |
| Necesidades/Sentimientos del Cliente | Descripción |  | Descripción |
| **ALCANCE** | *(Coloca 1 característica en cómo vas a atraer a tus clientes).* |  | *(El alcance te ayuda a evaluar la efectividad de tu estrategia de marketing en redes sociales. Un mayor alcance suele indicar que más personas ven tu contenido).* |
| **INTERÉS** | *(Coloca 1 característica de porque deben interesarse en tu producto).* |  | *(Un alto nivel de interés puede conducir a una mayor visibilidad de la marca, un aumento del tráfico web, y en última instancia, a un incremento en las ventas o conversiones.)* |
| **CONSIDERAR** | *(Coloca 1 característica porque deben considerar comprarte tu producto).* |  | *(Nuestros clientes potenciales ya están conscientes de que tienen un problema o necesidad, y han comenzado a investigar diferentes soluciones y te recuerdan a través de tu publicidad, te dejan sus en tu web o fan page).* |
| **COMPRAR** | *(Coloca 1 característica porque deciden comprarte a ti y no a la competencia).* |  | *(En esta etapa, el cliente potencial finalmente realiza la compra. Se debe dar todas las facilidades en el proceso de compra para que sea fácil y rápido)* |
| **Organización de actividades** | *(Coloca 3 actividades de cómo organizar las tareas de tu negocio en las ventas).* |  | *(Es el proceso de planificar, estructurar y coordinar tareas o eventos para lograr un objetivo específico. Implica definir los pasos a seguir, asignar responsabilidades, establecer plazos y recursos, y monitorear el avance para asegurar el éxito de la actividad.)* |
| **Venta alto costo** | *(Coloca 2 productos de alto costo de tu negocio).* |  | *(Vas a comercializar productos o servicios que tienen un precio elevado y que suelen requerir un proceso de venta con más esfuerzo y más personalizado.)* |
| **Venta Cruzada** | *(Coloca 2 productos que consideres que puedas impulsar en tus ventas como adicionales en tus ventas).* |  | *(La idea de que tus clientes que ya están comprando tu producto o servicio tienen más probabilidades de estar interesados en otros productos o servicios relacionados.)* |
| **Referidos** | *(Coloca 2 características de tu producto o servicios y cuantos clientes crees que podrían referirte).* |  | *(Son clientes potenciales que llegan a una empresa gracias a la recomendación de un cliente existente.)* |

## Canales de venta

*Vamos a establecer qué tipos de canales de venta serán utilizados para este proyecto. (Un canal de ventas es el punto de contacto entre el cliente y la empresa para entregar un determinado producto o servicio. Existen dos tipos de canales de venta: el canal directo y el canal indirecto.)*

**CANALES DE VENTA INDIRECTOS**

(Son aquellos en los que la empresa utiliza intermediarios o terceros para llegar al cliente final. Ejemplos incluyen **distribuidores, mayoristas, minoristas y agentes de ventas**).

**CANALES DE VENTA DIRECTOS**

(Son aquellos en los que la empresa vende sus productos o servicios directamente al cliente final, sin intermediarios. Eje: **Tiendas físicas propias, Tiendas en línea propias, ventas a través de un equipo de venta propio**).

Completa la tabla proporcionando información de tu Canal de venta.

**CANALES DE VENTA INDIRECTOS**

**CANALES DE VENTA DIRECTOS**

## Canales de distribución

*Vamos a establecer que tipos de canales de distribución serán utilizados para este proyecto. Una canal de distribución es la ruta o el conjunto de intermediarios a través de los cuales un producto o servicio pasa desde el productor hasta el consumidor final.*

**CANALES DE DISTRIBUCION INDIRECTOS**

*Son aquellos en los que el fabricante utiliza intermediarios como mayoristas, distribuidores o minoristas para llevar sus productos al consumidor final.*

**CANALES DE DISTRIBUCION DIRECTOS**

*Son aquellos en los que el fabricante vende sus productos directamente al consumidor final, sin intermediarios. Ejemplos incluyen tiendas propias, ventas en línea y ventas directas.*

Completa la tabla proporcionando información de tu Canal de venta.

**CANALES DE DISTRIBUCION DIRECTOS**

**CANALES DE DISTRIBUCION DIRECTOS**

# **12.Relación con Clientes**

Identifica a tus clientes

*A continuación, vamos a define qué tipo de relaciones tienes o ya has establecido con tus clientes. Vamos a diferenciar las interacciones genéricas y automatizadas, y ofrecer a cada cliente una experiencia personalizada.*

*Esto se puede lograr mediante la recopilación y análisis de datos de diversas fuentes, como el historial de compras, las preferencias declaradas y el comportamiento en línea. Tal como el siguiente ejemplo.*

|  |  |
| --- | --- |
| **Identifica que clase de clientes tienes (\*Si no tienes un sistema de facturación electrónica)** | |
| **Clientes nuevos** | *(Escribe cuantos c*lientes te han realizado una compra en los últimos 30 días.*).* |
| **Clientes recurrentes** | *(Escribe c*lientes que han realizado dos o más compras en los últimos 6 meses.*).* |
| **Clientes VIP** | *(Escribe cuantos clientes* te gastan más de $50 o más por mes.*)* |
| **Identifica que clase de clientes tienes (\*Si no tienes un sistema de facturación electrónica)** | |
| **Clientes nuevos** |  |
| **Clientes recurrentes** |  |
| **Clientes VIP** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Identifica que clase de clientes tienes (\*Si no tienes un sistema de facturación electrónica)** | |
| **Tendencias de ventas** | *(Observa las tendencias de tus ventas a lo largo del tiempo para identificar que temporadas del año hay más ventas y saber el impacto de tus campañas y acciones marketing específicas.)* |
| **Productos o servicios más vendidos** | *Identifica los productos o servicios que se venden con mayor frecuencia y analiza las razones de su popularidad*.*).* |
| **Ingresos por cliente** | *(Compara los ingresos promedio por cliente para identificar si hay algún segmento de clientes que esté generando más ingresos que otros*.*)* |
| **Identifica que clase de clientes tienes (\*Si no tienes un sistema de facturación electrónica)** | |
| **Tendencias de ventas** |  |
| **Productos o servicios más vendidos** |  |
| **Ingresos por cliente** |  |

Tipo de relaciones con tu cliente

En este bloque describe cómo tu proyecto interactúa con sus clientes para atraer, retener y aumentar su base de clientes.

Describe los tipos de relacionamineto que vas a implemnetar en tu proyecto:

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de Relacionamineto** | **Uso** |
| **Autoservicio** | *No hay una relación entre tu y tu cliente, el cliente tiene la herramienta necesaria para adquirir su producto.* |
| **Servicios Automáticos** | *Tu cliente puede realizar algunas operaciones automáticamente* |
| **Comunidad** | *El cliente comparte sus conocimientos abiertamente y ayuda a otros* |
| **Co-creación** | *Involucra al cliente en la creación del producto* |
| **Asistencia Personal** | *Presencia de un empleado que se relacione con el cliente* |
| Asistencia Personal Dedicada | *Un empleado específico para la atención de un cliente* |
| **Tipo de Relacionamineto** | **Uso** |
| **Autoservicio** |  |
| **Servicios Automáticos** |  |
| **Comunidad** |  |
| **Co-creación** |  |
| **Asistencia Personal** |  |
| Asistencia Personal Dedicada |  |

# **Fuentes de Ingresos**

## Modelos de ingresos

*(En la siguiente tabla se encuentran enlistados los diferentes modelos de ingresos, por favor selecciona el que más se adapta a la realidad de su negocio y justica/explica de forma clara el porqué de esta elección).*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Modelo de Ingresos** | **Selección (marca con X)** | **Explicación/Justificación**  **(Explica por qué este modelo de ingresos se adapta a tu realidad)** |
| **Ventas Directas** (Venta de productos o servicios directamente al cliente). |  |  |
| **Suscripción** (Cobro recurrente por acceso a productos o servicios) |  |  |
| **Freemium** (Ofrecer un servicio básico gratuito y cobrar por funciones adicionales o premium) |  |  |
| **Publicidad (**Ingresos generados mediante la venta de espacio publicitario). |  |  |
| **Licenciamiento** (Permitir a otros usar tu producto o tecnología a cambio de una tarifa) |  |  |
| **Otros** |  |  |

## Políticas de precios y pagos:

(Responde las siguientes preguntas con la información correspondiente a tu negocio).

|  |  |
| --- | --- |
| **Determinación de Precios** | |
| **¿Cuál es tu estrategia principal de fijación de precios?** | *Define si utilizas una estrategia de precios fijos o dinámicos y justifica tu respuesta.* |
| **¿Cómo determinaste tus precios?** | *Explica el proceso que seguiste para fijar tus precios, considerando factores como costos, mercado objetivo, y precios de la competencia.* |
| **Políticas de Pagos, Descuentos y Promociones** | |
| **¿Cuáles son los términos y condiciones de tus pagos?** | *Detalla los plazos de pago y cualquier otra condición relevante (por ejemplo, descuentos por pronto pago, intereses por pagos atrasados).* |
| **¿Tienes alguna política de reembolso?** | *Describe tus políticas de reembolso, incluyendo condiciones y plazos para que los clientes puedan solicitar un reembolso.* |
| **¿Ofreces descuentos o promociones para retener clientes? ¿Tienes planes de fidelización o recompensas?** | *Describe si tienes políticas de descuentos o promociones para evitar la pérdida de clientes.*  *Indica si tienes algún plan de fidelización o programas de recompensas para mantener a los clientes* |
| **¿Ofreces opciones de paquetes más pequeños o grandes para determinados clientes?** | *Describe si ofreces paquetes que se adapten a clientes con voluntades de pago mayores o menores.* |
| **Métodos de Pago** | |
| **¿Qué métodos de pago aceptas?** | *Lista todos los métodos de pago que aceptas, como tarjetas de crédito, transferencias bancarias, entre otros.* |
| **¿Ofreces opciones de pago en línea?** | *Menciona si los clientes pueden pagar sus facturas a través de una plataforma en línea, facilitando el proceso de pago.* |
| **¿Aceptas pagos móviles o digitales (De Una, Paypal, Google Pay, etc.)** | *Indica si aceptas pagos mediante servicios móviles o digitales, lo cual puede ser conveniente para muchos clientes.* |

# **Recursos Clave**

## Recursos Físicos

(Enumera y describe los recursos físicos esenciales que necesitas para operar tu negocio)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actividad en la Cadena de Valor** | **Recursos a necesitar** | **Justificación** |
| **Logística de Entrada**  *(Actividad relacionada con la recepción, almacenamiento y manejo de insumos necesarios para la producción de un bien o servicio)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tu logística de entrada*  *Ejemplo: Recursos físicos: Almacenes, montacargas, camiones de reparto.*  *Recursos digitales: Sistemas de gestión de inventarios, software de seguimiento de envíos, plataformas de planificación de recursos empresariales (ERP).* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Operación**  *(Actividades y operaciones que transforman los insumos en productos terminados o en la prestación de un servicio)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus operaciones*  *Ejemplo: Recursos físicos: Máquinas de producción, herramientas, equipos de ensamblaje.*  *Recursos digitales: Software de control de calidad, sistemas de gestión de la producción (MES), programas de diseño asistido por computadora (CAD).)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Logística de Salida**  *(Actividades y operaciones que se encargan de la distribución y entrega de productos terminados o servicios a los clientes)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus salidas*  *Ejemplo: Recursos físicos: Embalajes, etiquetadoras automáticas, áreas de carga y descarga.*  *Recursos digitales: Sistemas de seguimiento de pedidos en tiempo real, plataformas de gestión de transporte, herramientas de análisis de datos de ventas.)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Venta y Post-Venta**  *(Actividades y operaciones que se enfocan en el soporte, mantenimiento y atención al cliente después de la venta de productos o la prestación de servicios)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus ventas postventa*  *Ejemplo: Recursos físicos: Centros de atención al cliente, repuestos y partes de reemplazo, técnicos de servicio. Recursos digitales: Sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM), plataformas de soporte técnico en línea, aplicaciones móviles para seguimiento de servicios.)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Actividades de Apoyo**  *(Actividades y operaciones que proporcionan soporte administrativo, tecnológico y de gestión para facilitar y optimizar los procesos principales de la organización)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus actividades de apoyo*  *Ejemplo: Recursos físicos: Oficinas administrativas, equipos de comunicación (teléfonos, computadoras).*  *Recursos digitales: Software de gestión documental, plataformas de colaboración en línea, sistemas de gestión de recursos humanos (HRIS).* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |

Recursos Intelectuales y Legales

(Enumera y describe los recursos intelectuales y legales esenciales que necesitas para operar tu negocio)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actividad en la Cadena de Valor** | **Recursos a necesitar** | **Justificación** |
| **Logística de Entrada**  *(Actividad relacionada con la recepción, almacenamiento y manejo de insumos necesarios para la producción de un bien o servicio)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tu logística de entrada*  *Ejemplo Recursos intelectuales: Conocimientos en gestión de la cadena de suministro, experiencia en negociación con proveedores.*  *Recursos legales: Contratos de suministro, acuerdos de nivel de servicio SLA)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Operación**  *(Actividades y operaciones que transforman los insumos en productos terminados o en la prestación de un servicio)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus operaciones*  *Ejemplo: Recursos intelectuales: Conocimientos en procesos de manufactura, habilidades en optimización de la producción.*  *Recursos legales: Patentes de procesos, normativas de seguridad y cumplimiento industrial)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Logística de Salida**  *(Actividades y operaciones que se encargan de la distribución y entrega de productos terminados o servicios a los clientes)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus salidas*  *Ejemplo: Recursos intelectuales: Estrategias de distribución, conocimientos en gestión de la cadena de suministro.*  *Recursos legales: Regulaciones de exportación/importación, contratos de distribución.)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Venta y Post-Venta**  *(Actividades y operaciones que se enfocan en el soporte, mantenimiento y atención al cliente después de la venta de productos o la prestación de servicios)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus ventas postventa*  *Ejemplo: Recursos intelectuales: Conocimientos en gestión de la satisfacción del cliente, habilidades en diagnóstico y solución de problemas técnicos.*  *Recursos legales: Garantías de productos, políticas de devolución y reembolso.)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Actividades de Apoyo**  *(Actividades y operaciones que proporcionan soporte administrativo, tecnológico y de gestión para facilitar y optimizar los procesos principales de la organización)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus actividades de apoyo*  *Ejemplo: Recursos intelectuales: Conocimientos en gestión de recursos humanos, habilidades en planificación estratégica.*  *Recursos legales: Políticas de privacidad y protección de datos, cumplimiento de normativas laborales.)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |

Recursos Humanos:

(Enumera y describe los recursos humanos esenciales que necesitas para operar tu negocio)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actividad en la Cadena de Valor** | **Recursos a necesitar** | **Justificación** |
| **Logística de Entrada**  *(Actividad relacionada con la recepción, almacenamiento y manejo de insumos necesarios para la producción de un bien o servicio)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tu logística de entrada*  *Ejemplo: Recursos humanos: Personal de almacén, operadores de montacargas, coordinadores de recepción de mercancías.)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Operación**  *(Actividades y operaciones que transforman los insumos en productos terminados o en la prestación de un servicio)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus operaciones*  *Ejemplo: Recursos humanos: Operarios de producción, supervisores de línea, ingenieros de proceso)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Logística de Salida**  *(Actividades y operaciones que se encargan de la distribución y entrega de productos terminados o servicios a los clientes)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus salidas*  *Ejemplo: Recursos humanos: Personal de embalaje y etiquetado, trabajadores de almacén de distribución, conductores de transporte.)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Venta y Post-Venta**  *(Actividades y operaciones que se enfocan en el soporte, mantenimiento y atención al cliente después de la venta de productos o la prestación de servicios)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus ventas postventa*  *Ejemplo: Recursos humanos: Equipo de ventas especializado en upselling y cross-selling, personal de atención al cliente posventa, gerentes de cuentas clave)* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |
| **Actividades de Apoyo**  *(Actividades y operaciones que proporcionan soporte administrativo, tecnológico y de gestión para facilitar y optimizar los procesos principales de la organización)* | *(Describe aquí los recursos necesarios para manejar tus actividades de apoyo*  *Ejemplo: Recursos humanos: Personal administrativo, equipo de recursos humanos, especialistas en tecnologías de la información (TI) para soporte interno.* | *(Describe aquí por qué los recursos son necesarios para esta actividad)* |

Recursos Financieros

Un activo fijo es un bien tangible que una empresa posee y utiliza en sus operaciones para generar ingresos, y que se espera que tenga una vida útil prolongada. Ejemplos comunes de activos fijos incluyen terrenos, edificios, maquinaria, mobiliario y vehículos. La depreciación es un proceso contable que distribuye el costo de un activo durante su vida útil. Para llenar la tabla, primero identifica cada activo y su costo inicial. Luego en la siguiente columna agrega el propósito del gasto y como va a contribuir al desarrollo del proyecto.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Activos Fijos** | **Monto (en $)** | **Propósito/Justificación** |
| Terrenos |  |  |
| Edificios/Construcciones |  |  |
| Mejoras en Propiedades |  |  |
| Maquinaria |  |  |
| Muebles |  |  |
| Vehículos |  |  |
| Equipo de Computo |  |  |
| **Total Activos Fijos** | **$-** |  |

Los gastos preoperacionales son aquellos costos incurridos antes de que una empresa comience sus operaciones comerciales. Estos gastos incluyen costos de investigación y desarrollo, estudios de mercado, costos legales y administrativos, y otros gastos necesarios para establecer el negocio. Registrar y categorizar estos gastos es esencial para la planificación financiera y la gestión de costos. Para llenar la tabla, primero identifica cada tipo de gasto preoperacional y su monto correspondiente. Luego, especifica el propósito del gasto.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Gastos Preoperacionales/Capital de Trabajo** | **Monto** | **Propósito/Justificación** |
| Salarios y Sueldos Previos a la Apertura |  |  |
| Tramites de Apertura |  |  |
| Inventario Inicial |  |  |
| Honorarios Legales y Contables |  |  |
| Arriendos y Garantias |  |  |
| Gastos de Primas, Impuestos y Tasas Públicos |  |  |
| Suministros Iniciales |  |  |
| Gastos en Marketing y Promoción |  |  |
| Licencias y Certificaciones |  |  |
| Otros Gastos Preoperacionales |  |  |
| Otros Gastos de Capital de Trabajo |  |  |
| **Total Gastos Operacionales/Capital de Trabajo** | **$-** |  |
|  |  |  |

# **Asociaciones Clave**

Identifica cualquier asociación estratégica que sea crucial para el éxito de tu negocio (por ejemplo, proveedores, colaboradores). Lista de socios y dependencia (Alto medio bajo) justifique, planes de contingencia en caso de cambios, fallas o problemas.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Recurso Clave** | **Tipo de Recurso** | **Cantidad/Capacidad** | **Descripción del uso** | **Costo Estimado** | **Proveedor** |
| *Ejemplo:*  *Almacén* | *Físico* | *3 almacenes* | *Almacenamiento de materias primas* | *$5000 al mes* | *Compañía de Alquiler XYZ* |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

# **Actividades Claves**

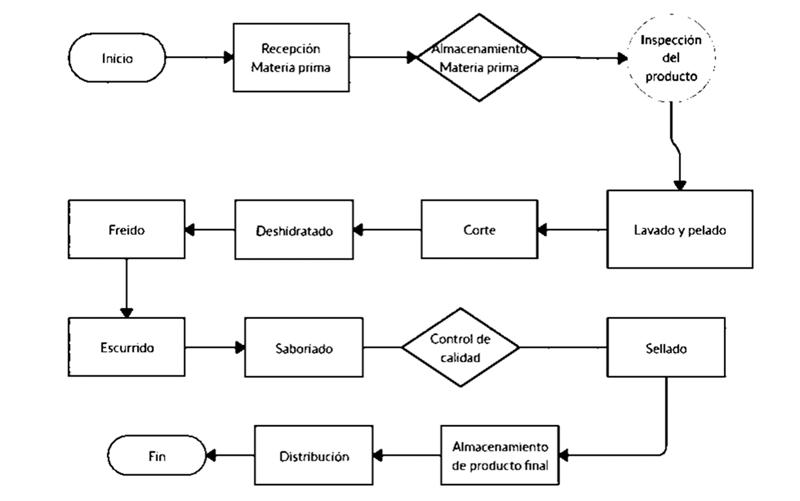
Procesos Críticos

(Llena la siguiente tabla con las preguntas requeridas con el objetivo de determinar procesos críticos para el éxito de tu negocio).

|  |  |
| --- | --- |
| **Proceso Crítico** | **Justificación** |
| **¿Qué actividades son esenciales para entregar nuestra propuesta de valor a los clientes?​** |  |
| **¿Qué actividades son cruciales para atraer, mantener y desarrollar relaciones con clientes?​** |  |
| **¿Qué actividades son necesarias para operar y mantener nuestros canales de distribución?** |  |
| **¿Qué actividades son fundamentales para que nuestros flujos de ingresos se mantengan?** |  |
| **¿Qué actividades son necesarias para gestionar y optimizar nuestros recursos clave?​** |  |
| **¿Qué actividades son necesarias para mantener nuestras alianzas clave?** |  |
| **¿Qué actividades nos permiten mantener una ventaja competitiva en el mercado?** |  |

Esquematización del Proceso Productivo

Realiza un esquema simplificado en el cual se explique tu proceso productivo, con los principales responsables involucrados. Puedes utilizar un diagrama de flujo para completar esta sección, en la siguiente figura encontrarás un ejemplo.



# **Estructura de Costos**

Estructura de costos fijos

Describe cómo se dividen tus costos en costos fijos mensuales para tu negocio.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubro** | **Monto en $** | **Justificación/Descripción** |
| Gastos de Transporte y Distribución |  |  |
| Renta de Vehículos, Maquinaria y/o Equipo |  |  |
| Renta de Oficinas, Bodegas, etc. |  |  |
| Suministros de Oficina |  |  |
| Comisiones y Honorarios (Fijos) |  |  |
| Servicios Contables |  |  |
| Servicios Legales y Profesionales |  |  |
| Licencias de Software |  |  |
| Certificaciones |  |  |
| Reparaciones y Mantenimientos |  |  |
| Seguros |  |  |
| Pauta en Redes Sociales |  |  |
| Pauta en Ads (Google) |  |  |
| Material Publicitario |  |  |
| Misceláneos |  |  |
| **Total Costos Operativos** | **$** |  |

Estructura de los costos variables

Describe cómo se dividen tus costos en costos variables de tu producto/servicio

|  |  |
| --- | --- |
| **Costo Variable Unitario (Producto 1)** | |
| **Categoria de Producto** | **Costo Unitario** |
| Materia Prima |  |
| Mano de Obra |  |
| Costos asociados al transporte y logística del producto |  |
| Gastos de la instalación |  |
| **Costos Total Unitarios** | **$-** |
|  |  |
| **Costo Variable Unitario (Servicio1)** | |
| **Categoría del Servicio** | **Costo Unitario** |
| Mano de Obra |  |
| Suministros Utilizados |  |
| Costos de Entrega y/o Logística del Servicios |  |
| **Costos Total Unitarios** | **$-** |

Márgenes de Rentabilidad

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Producto/Servicio** | **Unidad** | **Precio de venta** | **Costos Unitarios** | **Margen por unidad** |
| |  | | --- | | **Producto Ejemplo: Hamburguesa Classic Smash** | | (Detallar en números la cantidad de unidades, de preferencia 1 unidad, ya que son costos unitarios)    1 unidad | (Detallar el precio de venta del producto o servicio anteriormente descrito)    $10,99 | (Detallar los costos unitarios del producto o servicio anteriormente descrito)    $7,03 | (Se realiza la siguiente operación para poder calcular el margen, $10,99 - $7,03 = $3,96 margen en dólares, $3,96/$10,99 = 0,36 x 100% = 36%)  Margen en dólares, $3,96  Margen en porcentaje,  36% |
| **Producto/Servicio 1** |  |  |  |  |
| **Producto/Servicio 2** |  |  |  |  |
| **Producto/Servicio 3** |  |  |  |  |
| **Producto/Servicio 4** |  |  |  |  |

# **Relevancia y Proyecciones**

Resumen de puntos clave del plan de negocios:

(Sintetiza los aspectos más destacados y críticos de tu plan de negocios en unas pocas frases.)

Perspectivas de crecimiento a corto y largo plazo:

(Describe tus objetivos y planes de crecimiento para los próximos años, incluyendo cómo planeas escalar tu negocio.)

Contribución del fondo de inversión:

(Explica cómo la inversión de los fondos solicitados acelerará el crecimiento y éxito de tu negocio, proporcionando un retorno atractivo para los inversores.)

**ANEXOS**

**Entrevista de Investigación de Mercado**

**Introducción:**

Hola, [Nombre del entrevistado]. Gracias por tomarte el tiempo para participar en esta entrevista. Estamos llevando a cabo una investigación para entender mejor tus necesidades y cómo podemos mejorar nuestros productos/servicios para satisfacerlas. Tus respuestas serán muy valiosas para nosotros. La información proporcionada será tratada de manera confidencial.

**Sección 1: Identificación del Problema**

**1. ¿Podrías describir algunos de los principales desafíos o problemas que enfrentas actualmente en [área relacionada con el producto/servicio]? (Selecciona todos los que apliquen)**

* Falta de tiempo
* Costos elevados
* Falta de herramientas adecuadas
* Problemas de calidad
* Falta de conocimiento/entrenamiento
* Dificultad para encontrar proveedores confiables
* Problemas técnicos
* Otro (por favor especifica)

**2. ¿Cómo has intentado resolver estos problemas hasta ahora? ¿Qué métodos o productos has utilizado? (Selecciona todos los que apliquen)**

* Contratación de servicios externos
* Uso de software específico
* Capacitación y entrenamiento
* Investigación en línea
* Consultoría profesional
* Implementación de nuevas tecnologías
* No he intentado resolverlos
* Otro (por favor especifica)

**3. ¿Qué tan satisfecho(a) estás con las soluciones actuales que has probado? (Escoge una opción)**

* Muy satisfecho(a)
* Satisfecho(a)
* Neutral
* Insatisfecho(a)
* Muy insatisfecho(a)

**4. ¿Qué impacto tienen estos problemas en tu vida/trabajo diario? (Selecciona todos los que apliquen)**

* Aumento de estrés
* Pérdida de tiempo
* Reducción de productividad
* Aumento de costos
* Pérdida de clientes
* Baja en la calidad del trabajo
* Retrasos en proyectos
* Otro (por favor especifica)

**Sección 2: Propuesta de Valor**

**5. ¿Qué características valoras más en un producto/servicio que aborda [el área del problema identificado]? (Selecciona todas las que apliquen)**

* Eficiencia
* Facilidad de uso
* Precio accesible
* Calidad del producto/servicio
* Soporte al cliente
* Innovación
* Compatibilidad con otros sistemas/productos
* Flexibilidad y personalización
* Otro (por favor especifica)

**6. ¿Qué aspectos consideras cruciales al decidirte por un producto/servicio de este tipo? (Selecciona todas las que apliquen)**

* Precio
* Calidad
* Facilidad de uso
* Soporte al cliente
* Reputación del proveedor
* Opiniones y reseñas de otros usuarios
* Tiempo de implementación
* Actualizaciones y mejoras continuas
* Garantías y políticas de devolución
* Otro (por favor especifica)

**Sección 3: Solución Propuesta**

**7. ¿Cómo describirías el producto/servicio ideal que solucionaría tus problemas en [el área identificada]?**

(Pregunta abierta para que los encuestados describan su producto/servicio ideal)

**8. Imagina que nuestro producto/servicio resuelve completamente tus desafíos. ¿Cómo cambiaría esto tu rutina diaria o tu manera de trabajar?**

(Pregunta abierta para que los encuestados describan los cambios esperados en su rutina o manera de trabajar)

**9. ¿Qué tipo de soporte adicional (ej.: formación, atención al cliente) consideras esencial para aprovechar al máximo un nuevo producto/servicio?**

(Pregunta abierta para que los encuestados describan el tipo de soporte que consideran esencial)

**Conclusión:**

Gracias por compartir tus experiencias y opiniones con nosotros. Tu feedback es invaluable y nos ayudará a mejorar y adaptar nuestras soluciones para satisfacer mejor tus necesidades. ¿Hay algo más que te gustaría añadir o alguna pregunta que tengas para nosotros?