

Cuaderno de trabajo para comenzar su plan de negocio

Un plan de negocio es como una hoja de ruta, una guía que le ayuda a estructurar, financiar y manejar su negocio. Un buen plan de negocio le brinda la oportunidad de analizar con detenimiento cada paso necesario para comenzar su negocio o hacerlo crecer, de manera que pueda estar preparado para los posibles retos. (Si está comenzando a dar sus primeros pasos como emprendedor, vea [Cómo comenzar un negocio en 15 pasos](#) para obtener más orientación). Puede ayudarle a identificar puntos débiles para que pueda abordarlos con anticipación en el proceso de planificación. Además, puede ayudarle a entender el mercado y a sus competidores, y así evitar obstáculos inesperados.

Si bien un plan de negocio detallado es un elemento necesario en el proceso de financiamiento, resulta útil incluso si no necesita financiamiento externo. Un plan bien elaborado seguirá siendo de gran utilidad a lo largo de la vida de su empresa. Tendrá que actualizar el documento con frecuencia para garantizar que la información esté al día y alineada con los objetivos generales y el crecimiento de su organización.

Instrucciones: Use este cuaderno de trabajo para consolidar y documentar los elementos centrales de su plan de negocio. Responda detalladamente y de manera exhaustiva para recopilar la mayor información posible. Tenga en cuenta que es posible que algunas secciones no apliquen a su negocio o que, para completar su plan de negocio, se necesiten incluir algunas secciones que no están en este cuaderno de trabajo. Este ejercicio puede servirle de guía al desarrollar su plan de negocio y debería proporcionarle la información necesaria para completarlo. (Visite [Cómo escribir un plan de negocio eficaz](#) para conocer otras prácticas recomendadas). Esta guía es para fines informativos únicamente. El contenido que aquí se presenta puede ser diferente a los requisitos de un plan de negocio para obtener financiamiento. Consulte con su asesor financiero y/o legal para cualquier pregunta que pueda tener sobre cómo establecer su empresa. **Nota: Para evitar perder el trabajo realizado, guarde este PDF en su escritorio antes de comenzar.**

1. Visión general del negocio

Utilice esta sección para decirle a su audiencia de qué se trata su negocio. ¿Qué producto (o productos) o servicio (o servicios) ofrece? ¿Qué problema está tratando de resolver y para quién? ¿Cómo lo va a resolver?

¿Qué modelo de negocio (como la venta minorista tradicional o la venta directa al consumidor a través de una tienda en línea) utilizará para realizar sus ventas?

¿Cómo se va a [estructurar su negocio](#) (Va a ir a una página que podría estar en inglés) (por ejemplo, propiedad individual, sociedad general, sociedad limitada o corporación)? ¿Por qué es esta estructura ventajosa para el negocio?

2. Objetivos y visión del negocio

Utilice esta sección para explicar lo que espera conseguir con el negocio (su visión), así como su misión y su propuesta de valor.

Nota: Puede que sus objetivos no sean solo financieros. Puede que también desee crear puestos de trabajo o resolver un problema social. Si es así, mencione también esos objetivos.

¿Cómo espera lograr los objetivos que ha establecido para el negocio?

3. Administración y organización

Utilice esta sección para resaltar el equipo que está detrás del negocio. Proporcione una breve biografía de cada uno de los miembros clave de su equipo directivo que haga énfasis en la experiencia relevante que aporta cada uno, así como cualquier talento especial o reconocimiento en la industria. Si usted es el único empleado a tiempo completo, explique qué lo acredita a dirigir el negocio.

Nota: Muchos planes de negocio también incluyen retratos de los miembros del equipo directivo junto a sus biografías. Además, considere mencionar a miembros de la junta directiva o a mentores que hayan ayudado a definir su estrategia de negocio o que hayan sido una guía para darle vida al concepto del negocio, si fuese el caso.

Miembro del equipo directivo 1:

Miembro del equipo directivo 2:

Miembro del equipo directivo 3:

Si va a necesitar contratar a personas para funciones específicas, este es el lugar para mencionar esos planes. Y si va a depender de consultores externos para determinadas funciones, como un director financiero externo, asegúrese de señalarlo aquí. Los financistas externos quieren saber si ha previsto el personal que necesita.

Cargo del nuevo empleado previsto Responsabilidades principales

4. Línea de servicios o productos

Un negocio solo tendrá éxito si vende algo que la gente quiera o necesite comprar. Cuando describa en esta sección los productos y/o servicios que ofrecerá, asegúrese de explicar qué beneficios aportarán a sus clientes objetivo, en qué se diferenciarán de las ofertas de la competencia y cuál será el probable ciclo de compra. Demuestre que realmente puede vender lo que ofrece.

Explique sus planes de abastecimiento y de entrega. ¿Cómo fabrica su producto? ¿Cómo se abastecerá de materiales o inventario? ¿Cuánto cuestan? Si es un negocio de servicios, ¿cómo se presta el servicio?

Si tiene planes para proteger su propiedad intelectual mediante un registro de derechos de autor o de una patente, asegúrese de mencionarlo. Explique también cualquier trabajo de investigación y desarrollo que esté llevando a cabo para mostrar a los inversionistas la posibilidad de otras fuentes de ingresos.

5. Análisis del mercado y de la industria

Cualquier persona que esté interesada en ofrecer respaldo financiero a su negocio querrá saber cuánto puede crecer potencialmente su empresa para tener una idea del tipo de rendimiento que puede esperar. Use esta sección para describir a quiénes les venderá y cuántas oportunidades hay de llegar a ellos.

Los detalles clave que debe incluir son el tamaño del mercado; [un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas \(análisis FODA, o SWOT analysis\)](#) (*Va a ir a una página que podría estar en inglés*); un análisis de la competencia y la segmentación de los clientes. Explique detalladamente cómo ha desarrollado las proyecciones que ha hecho mencionando entrevistas o investigaciones.

Describa también el estado actual de la industria. ¿Dónde hay posibilidad para mejorar? ¿Qué hará mejor? ¿La mayoría de las empresas utilizan procesos y tecnología anticuados? Si su negocio es local, describa el mercado en su zona. Si lo considera apropiado, utilice detalles de su [análisis SWOT](#) (*Va a ir a una página que podría estar en inglés*).

Enumere a los competidores, incluyendo sus nombres, sitios web y direcciones de redes sociales. Describa cada fuente de competencia y qué hace que su producto o servicio sea mejor.

**Competidor (incluyendo
sitios web y redes sociales) Oferta comparable**

Factor diferenciador

6. Ventas y mercadeo

Fijar el precio de su producto o servicio es un paso fundamental. Utilice esta sección para documentar lo que cobrará y cómo llegó a ese precio. Haga referencia a cualquier otro estudio de mercado que haya llevado a cabo para respaldar este precio y cómo se compara su estrategia de precio con la de los competidores.

Explique cómo hará correr la voz a los clientes potenciales sobre lo que vende. ¿Utilizará publicidad pagada en buscadores en línea, promociones en las redes sociales, correo directo tradicional, publicidad impresa en publicaciones locales, patrocinio de un programa local de radio o televisión, su propio contenido en YouTube o algún otro método totalmente distinto?

Marque todos los métodos que utilizará:

Facebook	Anuncios en línea	Boca a boca
Instagram	Sitios web	Eventos de redes de contacto
LinkedIn	Blogs	Ferias comerciales
Otras redes sociales	Correo electrónico	Comunicados de prensa
Yelp	Correo directo	Anuncios en radio y televisión
Anuncios de Google	Folletos	Anuncios en periódicos y revistas

Asegúrese de que los lectores sepan exactamente cuál será el camino hacia una venta y por qué ese enfoque resonará entre los clientes de su mercado objetivo ideal, así como en los segmentos de clientes existentes. Si ya ha comenzado a usar los métodos que ha descrito, incluya datos sobre los resultados para que los lectores sepan si han sido eficaces.

7. Finanzas

En esta sección podrá mostrar la viabilidad de su negocio. Si se trata de un negocio nuevo, es posible que no disponga de datos financieros anteriores ni de estados financieros que pueda incluir, pero eso no significa que no tenga nada que compartir. Puede comenzar con los costos esperados. Utilice nuestra [calculadora de costos iniciales](#) (*Va a ir a una página que podría estar en inglés*) para ayudarle a determinar sus gastos esperados recurrentes y no recurrentes.

Puede ser beneficioso trabajar con un estado de pérdidas y ganancias estimado, del cual podrá tomar los costos, las ventas y otros datos estimados para obtener una proyección de su ganancia neta (o balance final).

Esta es una versión sencilla de la fórmula del estado de pérdidas y ganancias:

Resumen de estado de pérdidas y ganancias

\$	Ingreso (ventas)
\$	– Costos variables
\$	= Ganancia bruta
\$	– Costos fijos
\$	– Impuestos
\$	= Ganancia neta (su balance final)

Utilice las hojas de trabajo de las páginas 8 y 9 para crear un estado de pérdidas y ganancias estimado para su negocio, luego complete esta sección.

En el caso de un negocio ya establecido, debe proporcionar los [estados de pérdidas y ganancias](#), así como los [estados de flujos de dinero en efectivo](#) y los [estados financieros](#), idealmente de los últimos tres años.

8. Plan de financiamiento

Al utilizar la [calculadora de costos iniciales](#) (*Va a ir a una página que podría estar en inglés*) como referencia, registre cuánto dinero estima que necesitará para comenzar su negocio así como las fuentes de financiamiento. Si busca financiamiento externo como un préstamo o inversión de capital, sus posibles financistas querrán saber cuánto dinero necesita, cómo lo gastará y qué tipo de financiamiento está buscando (deuda, capital o una combinación de ambos). Si usted está aportando parte de sus propios fondos, vale la pena señalarlo, ya que demuestra que usted está comprometido.

1. Financiamiento para comenzar

¿Cuánto dinero necesita para comenzar?

\$

2. Fuentes de financiamiento

Ahorros		\$
Préstamo de familiares/amigos	(% de interés)	\$
Préstamo bancario	(% de interés)	\$
Capital	(% del negocio)	\$
Otro (subvención comercial, premio de concurso)		\$
Total		\$

Estos números deben coincidir

9. Consolidación de la información

Una vez que haya documentado los elementos principales de su plan, es el momento de consolidar toda la información recaudada en un formato fácil de leer. Comience su documento con las siguientes secciones:

Página inicial. Asegúrese de que su página inicial incluya dirección, número de teléfono y una dirección de correo electrónico de la empresa (así como el nombre del negocio y su logotipo si lo tiene).

Índice. Tal vez los lectores quieran encontrar rápido cierta información específica. Puede ayudarlos al incluir un índice.

Resumen ejecutivo. Luego de haber utilizado este cuaderno de trabajo para considerar y registrar los detalles de su plan de negocio, puede hacer un resumen. El objetivo es captar la atención de su lector y persuadirlo para que lea el resto de su plan o propuesta. Explique en tres a cinco párrafos qué hace su negocio, por qué será exitoso y en dónde estará dentro de cinco años.

Detalles del plan de negocio. Aquí es donde debe incorporar los detalles que ha descrito en este cuaderno de trabajo. Incluya secciones sobre los siguientes puntos:

- Concepto del negocio
- Objetivos y visión
- Equipo directivo
- Producto o servicio
- Mercado objetivo
- Estrategia de mercadeo
- Ingresos y ganancias actuales y/o estimadas
- Recursos financieros necesarios

Apéndice. Debe incluir toda la información que ayude a los inversionistas y a los banqueros a comprender mejor el potencial de su negocio. Dependiendo de su sector, podría incluir permisos locales, licencias, escrituras y otros documentos legales; certificaciones y licencias profesionales; recortes de prensa; información sobre patentes y otra propiedad intelectual; contratos con clientes importantes y órdenes de compra; y otros documentos relevantes.

A algunos dueños de negocios les resulta útil elaborar una lista de conceptos clave, como los nombres de los productos de la empresa y los términos de la industria. Esto puede ser útil si hace negocios en una industria que puede no resultar familiar a quienes lean el plan de negocio.

Qué hacer con el borrador de su plan de negocio

Pídales a dos o tres personas en cuyo criterio usted confíe que revisen su plan. Pregúnteles si invertirían o no en su negocio, y por qué, si dispusieran del dinero. Si dicen que sí y tienen el dinero, no olvide pedirles el cheque. Trate de determinar si hay manera de comenzar su negocio sin gastar dinero o de hacer su idea más convincente.

Por ejemplo:

- **Entreviste a posibles clientes.** Pregúnteles si comprarían su producto o servicio. Si la respuesta es sí, ¿cuánto pagarían? ¿En dónde sería más probable que compren? ¿Quién piensan que podría ser su competidor más cercano?
- **Haga una prueba de mercado.** Realice una prueba de venta de su producto o servicio a distintos precios en su mercado objetivo. Si la versión final de su producto no está lista para la venta, podría vender lo que se llama un “producto mínimo viable” (Minimum Viable Product, o MVP). El MVP debería proporcionar el mismo beneficio, pero puede ser una versión más sencilla que la versión final de su producto o servicio. Si se pregunta quién podría querer comprar su MVP, la respuesta es las personas que más pueden beneficiarse de lo que ofrece. Estos “primeros usuarios” estarán tan interesados en su producto o servicio que lo aceptarán, aunque esté en un estado preliminar sin perfeccionar. Los primeros usuarios le generarán ingresos que podrá invertir como capital en su negocio. Lo más probable es que su prioridad sea financiar el desarrollo de producto para que pueda tener un producto o servicio viable no solo para los primeros usuarios, sino también para su mercado objetivo más amplio. Los primeros usuarios también proporcionan comentarios valiosos como clientes que le permitirán conocer cuáles características de su producto o servicio son importantes para su mercado, y cuáles no. Esta información le ayudará a perfeccionar el producto final para un mercado más amplio.

D. Registre el precio de venta por unidad de su producto o servicio

Precio de venta por unidad: \$

E. Prevea el número de unidades que estima vender al mes

1. ¿Cuántas unidades piensa que puede vender en una hora?
2. ¿Por cuántas horas a la semana venderá su producto o servicio?
3. ¿Cuántas unidades venderá en una semana? **[E1 × E2]**

Unidades vendidas al mes **[E3 × 4]**:

F. Calcule el ingreso (las ventas) por un mes

Precio de venta por unidad × Unidades vendidas al mes = Ingreso al mes

1. ¿Cuál será el precio por unidad de producto (precio de venta)? **[D]** \$
2. ¿Cuántas unidades venderá en un mes? **[E]**

Ingreso al mes **[F1 × F2]**: \$

G. Calcule la ganancia bruta por un mes

Ganancia bruta por mes = Ingreso por mes – Costos variables por mes

1. ¿Cuál es su costo variable por mes? **[C × E]** \$
2. ¿Cuál es su ingreso por mes? **[F]** \$

Ganancia bruta por mes **[G2 – G1]**: \$

H. Calcule su ganancia neta

1. ¿Cuáles son los costos recurrentes (costos fijos) totales por un mes? **[B]** \$
2. ¿Cuál es su ganancia bruta por un mes? **[G]** \$
3. ¿Cuál es su ganancia neta antes de impuestos por un mes? **[H2 – H1]** \$
4. ¿Cuáles son sus impuestos por un mes (estimado al 20%)? **[.20 × H3]** \$
5. ¿Cuál es su ganancia neta por un mes? **[H3 – H4]** \$

Ganancia bruta anual **[H5 × 12]**: \$

Supone que vende la misma cantidad al mes.



Es posible que los materiales relacionados con la cuenta solo estén disponibles en inglés, lo que incluye, entre otros, solicitudes, divulgaciones, contenido en línea y móvil y otras comunicaciones relacionadas con el producto.

Bank of America, Merrill, sus afiliadas y sus asesores no proporcionan asesoramiento legal, fiscal o contable. Consulte con sus propios asesores legales y/o fiscales antes de tomar cualquier decisión financiera. Cualquier material informativo proporcionado es solo para su análisis o revisión. El contenido sobre el Centro para el Desarrollo de Negocios (incluidos, entre otros, el contenido de terceros y cualquier contenido de Bank of America) se proporciona "tal cual" y no conlleva garantías expresas o implícitas, ni una promesa o garantía de éxito. Bank of America no asegura ni garantiza la exactitud, fiabilidad, integridad, utilidad, no violación de los derechos de propiedad intelectual o calidad de ningún contenido, independientemente de quién origine ese contenido, y descarga toda responsabilidad en la medida permitida por la ley. Todas las marcas comerciales, marcas de servicio, nombres comerciales y logotipos de terceros que se mencionan en este material son propiedad de sus respectivos propietarios. Bank of America no entrega ni es responsable de los productos, servicios o desempeño de ningún tercero.

No todos los materiales del Centro para el Desarrollo de Negocios estarán disponibles en español.

Ciertos enlaces pueden dirigirle fuera de Bank of America a sitios no afiliados. Bank of America no ha participado en la preparación del contenido suministrado en sitios no afiliados y no garantiza ni asume ninguna responsabilidad por su contenido. Cuando usted visita estos sitios, acepta todos sus términos de uso, incluidas sus políticas de privacidad y seguridad.

Las tarjetas de crédito, las líneas de crédito y los préstamos están sujetos a aprobación de crédito y capacidad de crédito. Pueden aplicarse ciertas restricciones.

Merrill Lynch, Pierce, Fenner & Smith Incorporated (también conocida como "MLPF&S" o "Merrill") pone a disposición ciertos productos de inversión patrocinados, administrados, distribuidos o proporcionados por compañías que son afiliadas de Bank of America Corporation ("BofA Corp."). MLPF&S es un agente corredor de bolsa registrado, asesor de inversiones registrado, [Miembro de SIPC](#) y subsidiaria de propiedad absoluta de BofA Corp.

Los productos bancarios los proporciona Bank of America, N.A. y bancos afiliados, Miembros de FDIC y subsidiarias de propiedad absoluta de BofA Corp.

"Bank of America" y "BofA Securities" son los nombres comerciales utilizados por la división de Banca Global y Mercados Globales de Bank of America Corporation. Los préstamos, los instrumentos derivados, otras actividades de banca comercial y la compraventa de ciertos instrumentos financieros son llevados a cabo de forma global por afiliadas bancarias de Bank of America Corporation, entre las que se incluye Bank of America, N.A., Miembro de FDIC. La compraventa de valores e instrumentos financieros, la asesoría estratégica y otras actividades de banca de inversión son llevadas a cabo de forma global por afiliadas de banca de inversión de Bank of America Corporation ("Afiliadas de Banca de Inversión") entre las que se incluyen, en los Estados Unidos, BofA Securities, Inc., que es un agente corredor de bolsa registrado y [Miembro de SIPC](#) y, en otras jurisdicciones, entidades registradas a nivel local. BofA Securities, Inc. es un comisionista de futuros registrado ante la Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos (Commodity Futures Trading Commission, o CFTC) y un miembro de la Asociación Nacional de Futuros (National Futures Association, o NFA).

Los productos de inversión:

No Están Asegurados por FDIC	No Tienen Garantía Bancaria	Pueden Perder Valor
-------------------------------------	------------------------------------	----------------------------

Bank of America y el logotipo de Bank of America son marcas comerciales registradas de Bank of America Corporation.

©2026 Bank of America Corporation. Todos los derechos reservados. MAP8946277 | SHEET-02-26-0193.C1 | 06/2026