



Plan de Negocios hecho sencillo

“Guía para desarrollar un Plan de Negocios
paso a paso!”

www.sbdc.org



Supplied in cooperation with:

Nevada Small Business Development Center
College of Business
The Business Services Group

Plan de Negocios hecho sencillo
"Guía para desarrollar un Plan de Negocios paso a paso!"

¿Para que escribir un Plan de Negocios?

- Organiza sus ideas
- Ayuda con el proceso de obtener un préstamo
- ¡Ayuda a no caer en el 80% de negocios que falla dentro de los primeros cinco años de operación!

¿Cuanto tiempo me tardara en escribir un Plan de Negocio?

- Muchas veces, desarrollar un Plan de Negocio es un largo proceso. Depende de muchos factores, pero escribir un plan de negocios puede tomar muchas revisiones antes de finalizarse. Cada revisión puede tomar mucho tiempo. Es aconsejado no tratar de apurarse en el proceso de creación de un plan de negocios porque este plan es esencial y es su guía cuando su negocio esta en servicio, al igual que en ayudarlo a empezar a manejar su negocio.
- Hay varios Planes de Negocios, algunos consisten de pocas páginas y otros de muchas páginas. En necesario tomar el tiempo para explicar cada aspecto de su negocio. Si su plan de negocio dice todo lo necesario de saber sobre su negocio, entonces así sabrá que esta listo. Si no esta complete y falta información, en necesario seguir escribiendo y agregando al plan. La persona que esta leyendo su plan de negocios necesita saber que usted ya ha pensado en cada detalle y ha preparado todo, desde las estructuras legales de su negocio hasta quien estará limpiando sus pisos. Cada detalle es importante.

¿Como empiezo?

Agrupe toda su información que es referente a su negocio incluyendo:

- Documentos legales
- Cualquier papel o papeles con ideas que haya anotado
- Prototipos, copias, maquetas
- Fotos
- Planos
- Cualquier otra cosa que usted piense que se pueda usar!

Esquema del Plan de Negocios

La primera cosa que una persona debe de hacer es aprender sobre las diferentes secciones de un plan de negocio. A continuación esta un esquema común. Todas las secciones pueden o no ser relativas a usted y su negocio.

- Observa este esquema
- Comprenda lo que trata cada sección
- Decida cuales secciones se relaciones con su negocio. (Es recomendado que usted trate de encontrara información para cada sección si es posible.)
- Observa si hay otras secciones adicionales que usted necesite agregar

Esquema del Plan de Negocios

- Resumen Ejecutivo
- Misión, Objetivos, y Metas: -Descripción General -Declaración de Misión -Metas y Objetivos
- Información del tipo de negocio -La industria -Tendencias presentes y futuras -Ubicación en la Industria

- Organización del Negocio
 - Estructura del Negocio
 - Gerencia
 - Personal
 - -Servicios Externos y Consejeros
 - Plan de Mercadeo -Descripción de Servicios -Características/Beneficios -Ciclo de vida/ Efecto Estacional -Productos/ Descripción del Crecimiento de Servicios –Riesgos.
 - Análisis del Mercado
 - Análisis del consumidor
 - Análisis del Competidor
 - Potencial del Mercado
 - Área Actual de Intercambio.
 - Tamaño de Mercado y Tendencias.
 - Potencial de Volumen
 - Estrategias de Mercadeo -Local/Distribución -Estrategias Promocionales -Plan financiero
 - Apéndice (Incluir documentos) -Estados financieros -Estado de origen y usos de dinero en efectivo -Currículum vitae -Diseños -Gráficos -Aplicación para licencia de negocio - Información de patente -Información de impuestos de los pasados tres años, etc.

El Esquema: Definido

A continuación esta la explicación de cada sección y preguntas que usted necesitara para asegurarse que usted responda lo necesario:

Resumen Ejecutivo

El Resumen Ejecutivo es un resumen de una pagina sobre su negocio en su totalidad, incluyendo una explicación de cuanto dinero usted esta buscando (fondos) y para que lo necesita. Esta sección es designada para crear interés en la persona que lea este plan, y seguir leyendo el plan entero. Las personas que leen planes de negocios y que deciden a quienes designan fondos reciben muchos planes cada semana. El Resumen Ejecutivo necesita resaltar su negocio. Es como una pagina de cubierta que usted manda con un resume a un posible lugar de empleo. Si no esta bien hecho, su plan puede que nunca sea visto para ser candidato y obtener fondos.

Muchas veces, esta sección es mejor escribir de último. Así le facilitara juntar todos los puntos y aspectos importantes de su negocio.

Esta sección incluye las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Quien? (¿Quien es el dueño del negocio? ¿Cual es su estructura legal? (i.e. dueño único, corporación, sociedad)? Etc.)
- ¿Qué? (¿De que consiste su negocio? ¿Qué productos o servicios vende/ofrece el negocio? Etc.)
- ¿Cuando? (¿Es un negocio existente (ya en operación) o un negocio a comenzar? ¿Cuando es el día de abertura planeado? o ¿Cuánto tiempo ha estado en operación su negocio? Etc.)
- ¿Adonde? (¿Adonde esta localizado su negocio o estará localizado? ¿Cuanto tiempo tiene de estar en su presente localización? Etc.)
- ¿Por qué? (¿Qué necesidades o deseos satisface su negocio? ¿Por qué es una necesidad sus productos o servicios que ofrece para personas? Etc.)
- ¿Cómo? (¿Cómo esta distribuido su producto? ¿Un local? ¿Varios locales? ¿Internet? ¿Catálogos? ¿Personal de venta? Etc.)
- ¿Cuánto? (¿Cuánto dinero necesita? ¿En que se usara el dinero (específicamente)?

Misión, Metas, y Objetivos

Esta sección es donde usted dirá su descripción general de negocio, declaración de misión, metas de corto tiempo y largo tiempo, y sus objetivos de negocio.

- **Descripción de Negocio**

Esta es una descripción general de su negocio. Incluya el nombre de su negocio, cuando planea abrir, o si ya es un negocio existente, donde (o donde será) localizado, cuales son sus productos y servicios, y cual es tu mercado principal, etc. Esto no es muy detallado. Es solamente una breve descripción.

- **Declaración de misión**

Esta sección consiste de una declaración de una o dos oraciones que resume lo que usted (su negocio) es. La misión debería de definir su propósito, el negocio, y los valores de su organización. Debería ser corto y al punto. Esta declaración de misión es utilizada como un recordatorio a sus empleados y sus clientes de lo que su organización es y se esfuerza ser.

Ejemplos:

Siguiente esta la declaración de misión del Red Cross:

El American Red Cross es una organización humanitaria, conducidos por voluntarios, que proporciona relevación a las victimas de desastres y también ayuda a personas prevenir, preparar para, y responder a emergencias. Hace esto mediante servicios que son consistentes con el Congressional Charter y los principales del International Red Cross Movement.

Siguiente esta la declaración de misión de Boeing:

A empujar el borde principal dominante de aviación, enfrentar desafíos inmensos y lograr lo que otros no pueden lograr.

- **Metas y Objetivos**

Esta sección esconde usted dirá sus metas y objetivos de corto plazo y largo plazo de su organización. Es importante implementar metas. Estas metas, ambas corto plazo y largo plazo, ayudara a su prestador potencial saber que usted ha pensado sobre el futuro de su negocio. Muchas veces uno quiere abrir un negocio pero no piensa en nada más que eso; abrir el negocio. Es también necesario imponer metas para mantener las puertas abiertas, al igual que mejorar y crecer su negocio.

Algo importante de recordar sobre una meta es que esa meta necesita ser medida. Si se impone una meta que simplemente cosiste de aumentar su base de clientes, pero ¿como medirá ese crecimiento de clientes? ¿Mantendrá una base de datos de información de clientes y de cuantos clientes son clientes nuevos? Necesita saber su método de medir sus metas e incluir este método y la meta en el plan de negocio.

Metas de corto plazo son aquellas metas que desea lograr dentro de un año. Metas de largo plazo son aquellas que desea lograr dentro de dos a cinco años o más.

Las siguientes preguntas deberían ayudar en establecer sus metas de corto plazo:

- ¿Cuanta ganancia de venta desea hacer en el primer año? ¿Dentro de los próximos años? Tal vez piense en esto como un porcentaje. Si es así, imponga una meta de porcentaje. *“La compañía XYZ planea lograr un crecimiento anual de 20% por...”*
- ¿Ha pensado sobre sus volúmenes de venta? ¿Cuales son sus metas relacionando a esto?
- ¿Tiene metas puestas en relación as su estrategia de mercadeo?
- ¿Hay algo innovador (nuevo o emocionante) que planea hacer?
- ¿Algunas metas relacionadas con el crecimiento o ganancias de su negocio?

Washington Small Business Development Center | <http://wsbdc.org/> | info@wsbdc.org

Supplied in cooperation with Nevada SBDC

Las siguientes preguntas deberían ayudar en establecer sus metas de corto plazo:

- ¿Donde espera estar dentro de cinco a siete años (con su negocio en general, estado financiero, etc.)?
- ¿Se moverá a otra localización? ¿Expandirse?
- ¿Donde quisiera estar y como espera llegar a su meta?
- ¿Algo específico que usted pueda citar que verifique sus proyecciones de crecimiento, i.e. publicaciones comerciales, diarios, revistas, etc.?
- Si tiene estadísticas efectivas y números que respaldan sus metas, mas importancia llevaran.
- ¿Algunas metas que se relacionan a un crecimiento potencial y ganancias?

Información del tipo de Negocio

Esta sección dirá las tendencias de la industria de su negocio, tendencias actuales y futuras, y como se ubica su negocio a la industria (business fit).

- **La Industria**

Es importante entender la industria en que usted planea tener negocio. Esta sección debería ser una explicación de la industria en su totalidad, con soporte estadístico, información de artículos relacionados al negocio, etc.

-Relate un resumen de la historia de la industria -Incluya artículos o encuentre estadísticas que establezca “buenas noticias” de esta industria. -¿Hay algo grande o impactante ocurriendo en esta industria que lo lleva a creer que usted encontrara éxito en esta industria?

- **Tendencias Presentes y Futuras**

Es importante estar pendientes de las tendencias en la industria particular en la que usted estará haciendo negocio. Esta sección necesita incluir lo siguiente:

- ¿Cuáles son las tendencias actuales? ¿Están abriendo estos negocios (o productos) a un paso rápido? ¿Cual es el paso? -¿Cuáles son las tendencias presentes? -¿Dónde esta este negocio o producto en el ciclo de vida del producto? -¿Debería estar pendiente de algo o tener precaución? ¿Cuánto tiempo se ha preparado

para esto?

- **Ubicación del negocio en la Industria**

Es importante que uno entienda y que se haga entender a las personas que lean este plan como su negocio, o producto, se ubicara en la industria. Considere las siguientes preguntas:

- ¿Por qué se necesita otro negocio/tienda de “XYZ”?

-¿Qué ofrecerá usted que es diferente a lo que esta siendo ofrecido por otros negocios existentes en esta industria? -¿Cómo planea competir y mantenerse vivo en esta industria?

Organización de Negocio

Esta sección explicara exactamente como su negocio será manejado, desde la estructura legal hasta quien estará contestando teléfonos. Necesita asegurarse que cada detalle es considerado. Tal vez piensa que todo ira acostumbrándose a su puesto, pero solo pasara si usted lo planea como debe ser. Tiene que ser un plan de acción que ha sido bien pensado y evaluado. Incluirá un análisis completo de la estructura del negocio, incluyendo lo siguiente: gerencia, personal, servicios externos y consultores.

- **Estructura del Negocio: Gerencia**

-¿Quién trabajara para usted en el área de gerencia? Si usted es la única persona en la posición de gerencia, describa de que consiste su posición y sus obligaciones en detalle. ¿Tiene otra persona que trabajara con usted en una posición de gerencia? Si es así, describa sus obligaciones en detalle.

-Describa todas las obligaciones y tareas. -Mencione horas de trabajo y su horario (estimado). -¿Sueldo proyectado o salario? Especifique. -Incluya un resume por cada persona (incluyéndose a si mismo) que estará en una posición de gerencia. -¿Planea tener gerentes adicionales en el futuro? ¿Tiene un esquema de tiempo planeado?

- **Estrucura del Negocio: Personal**

- ¿Quién será la recepcionista?
- ¿Hay cualesquiera otras posiciones del personal? ¿Personal administrativo? ¿Camareras? ¿Gente de las ventas? ¿Otras personas necesarios para el negocio?
- Lista de los trabajos específicos, horas, salarios, ect. para todos estos empleados.
- Incluir un resumen para cada persona.

- **Estructura del Negocio: Servicios Exteriores y Consejeros**

-¿Tiene adicionales servicios externos y/o consultores? -Ejemplos de los servicios externos o consultores: gerente de contabilidad, abogados, jardineros, servicios de limpieza, etc. -Explique lo que hacen estas personas, pago/salario, localización, etc.

El Plan de Mercadeo

Esta sección necesita incluir una explicación extensa de los servicios/productos ofrecidos, características/ beneficios, ciclos de vida/efecto estacional, y descripción del servicio/producto.

- **Servicios/Productos Ofrecidos**

Se necesita dar una descripción detallada de todos los productos y servicios que su negocio ofrecerá. Si tiene fotos, dibujos, esquemas, etc. se deberán referenciar a ellos e incluir estos en el apéndice.

-Ejemplo: Si es un negocio que vende flores...Se incluiría una descripción de sus vendedores, tipo de flores que tendrá en su tienda, cuales flores tendrá a mano (pero pueden ser ordenadas), cualquier servicios de arreglo ofrecido, servicio a domicilio, etc.

-Mencione precios. ¿Cambia por arreglo? ¿Están puestos los precios por cierto tiempo? ¿Cómo establece los precios? -¿Dónde se pueden comprar sus productos? ¿Catalogo, sitio de Web en Internet, otras tiendas?

- **Características/Beneficios**

Esta es una explicación de las características y beneficios que recibe el cliente por hacer servicio contigo. Uno necesita “venderse” en esta sección. Es importante pensar sobre los beneficios que ofrecerá a sus clientes, porque esta es la razón por la cual vienen a su negocio en vez de los competidores.

-¿Que características tienen sus productos? -¿Cuáles son las características *únicas* de sus productos? -¿Cuales son los beneficios ofrecidos por su compañía al consumidor? -¿Cuáles son los beneficios únicos ofrecidos por su compañía al consumidor?

- **Ciclo de Vida y Efecto Estacional**

Cada producto tiene un ciclo de vida. Las etapas de introducción, crecimiento, maduración y declinación son todas partes del ciclo de vida. Es importante reconocer estas etapas y estar preparado a innovarse para lograr mantenerse en negocio.

-¿En que etapa esta su producto/servicio? -¿Cómo planea a ser innovarse y mantenerse en estado de crecimiento?

En adición a reconocer el ciclo de vida, se necesita reconocer el efecto de estación para varios de los productos y servicios. Hay ciertos productos y servicios que obviamente son afectados por la estación del año. Por ejemplo los servicios de impuestos. Impuestos se colectan en el mismo tiempo a cada año. Este servicio es estacional, con las épocas más ocupadas siendo Marzo y Abril. Otro ejemplo de productos afectados por la estación son botas de nieve. La época más en demanda es durante los meses de invierno. Usualmente, hay cierto tipo de efecto de estación a cualquier producto o servicio que se ofrece. Esto se debe mencionar en su plan, indicando que usted ha reconocido este hecho. Establezca los detalles del efecto de estación y no se olvide de incluir en su plan como combatirá esto en su negocio. ¿Qué hará mientras esta fuera de temporada?

-Analice e efecto de estación de su producto. -¿Cuales son los meses ocupados, semana, etc. para este producto/servicio? -¿Qué hará para hacer dinero cuando esta fuera de temporada (época de poco moviendo)? -Este segura de tener un plan para estar preparado.

- **Descripción de Crecimiento del Producto y Servicio**

Esta sección necesita incluir su plan de crecimiento

- ¿Planea introducir nuevos productos o servicios?
- ¿Tiene un esquema de tiempo estimado?
- ¿Cómo planea en mantenerse con esta industria de rápido paso, donde crecimiento es inevitable?
 - ¿Cree que sus competidores planea ofrecer nuevos productos o servicios? ¿Qué hará sobre esto? ¿Ofrecerá usted también estos productos y servicios al igual a sus competidores?

- **Riesgos**

Siempre hay riesgos cuando se abre un negocio. Use esta sección para detallar lo que usted cree que son los riesgos involucrados en abrir su negocio, en entrar a esta industria, etc. Esto es importante para que usted y su prestador sepan que ya se ha considerado los riesgos que se puedan enfrentar.

El Estudio de Mercado

Esta sección es un análisis completo del mercado. Es necesario hacer un análisis de sus clientes y de sus competidores.

- **Clientes**

Sus clientes son la cosa más importante a considerar al abrir un negocio. Sin ellos no tiene negocio.

- Describir a su cliente típico
- Definir su mercado de blanco. Es posible tener más de uno. Si es así da una descripción de cada mercado de blanco. Por ejemplo: adultos jóvenes, edad 16-22, y ancianos, edad 75+. Incluye una descripción detallada con cada uno de estos segmentos indicados.
- Incluye un análisis demográfico. Edad, género, renta, educación, raza, ect.
- ¿Donde es que sus clientes hacen compras. ¿Porqué van a hacer compras en su almacén o negocio?
- Cerciorarse de que no dice, "CADA UNO vendrá a mi negocio." No importa cuanto piensa que su negocio es para todos los grupos de varias edades, géneros, niveles de ingresos, ect. hay un mercado de blanco para cada negocio. Buscarlo y definirlo por suyo.

- **Análisis del Competición**

Necesita reconocer, entender, y analizar a sus competidores. Cada empresario en un punto a tiempo piensa que él o ella no tiene ningún competidor, o que él o ella es única. Eso es un gran pensamiento, pero nunca es verdad. Al hacer un análisis del competidor es importante pensar en cualquier otra alternativa un cliente tiene que su negocio. Por ejemplo, un restaurante que es muy único puede pensar que no hay restaurantes que son un competidor. ¡Incorrecto! Este dueño del restaurante necesita pensar de la capacidad de cocinar la cena en la casa, los restaurantes de los

Washington Small Business Development Center | <http://wsbdc.org/> | info@wsbdc.org

Supplied in cooperation with Nevada SBDC

alimentos de preparación rápida, restaurantes casuales, restaurantes formales, ect. Todos éstos son, en un manera, un competidor. Su prestamista no va a creer si dice qué tiene ninguna competencia.

-¿Quiénes son sus competidores más cercanos -

¿Quién considera ser sus competidores distantes?

-Pensar de todos los productos o servicios que podrían ser substitutos.

-Describir brevemente a cada competidor. ¿Cómo son iguales? ¿Cómo son diferentes?

Potencial de Mercado

Esta sección es un análisis completo del potencial que se tiene en su mercado. Ahora que usted ha definido cuales son sus clientes y competidores, es tiempo de observar la realidad de cuanto usted actualmente puede vender. Para hacer esto, es importante ver su área comercial de intercambio, tendencias actuales del mercado, y su potencial de ventas actual.

• Área Actual de Intercambio

Se necesita analizar los específicos del área en donde se venderán sus productos o servicios. Necesita ser razonable en sus estimaciones. Si tiene una tienda de conveniencia en una esquina, no se puede incluir toda la ciudad, porque muchas personas no van a manejar hasta el otro lado de la ciudad para comprar leche. En realidad, tendrá alrededor de 3 a 5 radios de millas de casas alrededor de su tienda, y también el tráfico fluyente. Esto es un simple ejemplo. Cada caso es diferente, pero es necesario pensar de su caso en una manera similar.

-¿Quiénes son sus clientes? -¿De donde vienen? -¿Esta haciendo negocio localmente porque tiene solo una localización en la ciudad, o esta

haciendo negocio en el Internet donde puede alcanzar a mucha gente? -¿Tiene un contado de la población para el área en donde se estarán vendiendo sus productos o servicios?

• Tamaño de Mercado y Tendencias

Aquí es donde se necesita establecer el tamaño de su mercado. -¿Cuántas personas hay en el área donde desea vender su producto o servicio? -¿De ese total, cuantas personas son su mercado principal? -Puede descifrar una ecuación matemática que ayudara en determinar sus números de venta posibles. -¿Cuáles son las tendencias del área? ¿Hay negocios como el suyo en cada esquina o hay X números de este tipo de negocio en el área? -¿Hay crecimiento rápido en la población del área o ha habido un crecimiento constante en el área por X años? Por favor sea específico.

• Volumen de Venta Potencial

-¿Cuánto estima que se venderá? -Es necesario dar información numérica para apoyar sus proyecciones.

Esta sección dará un esquema de su estrategia de mercadeo entera. Por favor sea específico y no se olvide de mencionar los costos involucrados y como se analizara la efectividad de su mercadeo.

- Localización y Distribución

El énfasis de esta sección es saber como y cuando hará su que su negocio sea reconocido por clientes potenciales. Necesita especificar donde se publicara y como.

-¿Adonde se anunciará o publicara? ¿En que ciudad, estado, región? -
¿Qué métodos de anunciarse/publicarse ha considerado?

- Estrategia Promocional

Describe los específicos de su estrategia promocional.

-¿Qué métodos de publicidad usara? Explique y describa cada método. -¿Cuánto costara?
-Describe cada método de publicidad en detalle. Si pondrá un anuncio en una revista por ejemplo, se debe explicar porque se escogió esto. ¿Por qué publicarse en esta revista?
¿Cuáles son los perfiles demográficos de las personas que leen esa revista? ¿Es comparable el perfil demográfico a su mercado principal? ¿A cual frecuencia usara el anuncio? Sea específico.

-Es necesario adelantarse y pensar sobre todas las opciones que se usara en el futuro para la publicidad.

- Plan Financiero

-¿Tiene un total del presupuesto de mercadeo? ¿Cuánto es? -¿Aumentara el presupuesto en el futuro? ¿Cuánto se estima incrementar? -De una distribución.
¿Cuánto se gastara en cada uso de publicidad? (Básicamente, necesita alocar sus fondos.)

Apéndice

Aquí es donde se necesita incluir todo le material de apoyo al plan de negocio. Debería incluir todo eso que siente que lo ayudara en su plan de negocio. Esta es una lista de lo que típicamente es incluido en el plan:

-Estado Financiero -Usos y fuentes de efectivo -Resumes -Diseños/Esquemas
-Fotos -Aplicación para licencia de negocio

- Información de patente -Información de impuestos de los pasados tres anos -Etc.

PORFAVOR ANOTE que los estados financieros siguiendo este guía, le permitirá componer un borrador del esquema con la información financiera de su negocio.

Si es un negocio es nuevo y recién empezando, los básicos estados financieros que se necesitaran incluyen:

- Pro forma de doce meses.
- Proyección de las Cuentas de ingresos por los próximos tres años.
- Proyección de Flujo de Dinero o de Caja por los próximos tres años.
- Balance General o estado de posición financier.
- Fuentes y Usos.

Si su negocio ya es existe, se necesitara:

- Cuenta de Ingresos de los pasados tres años.
- Balance General de los pasados tres años.

Estado de Ingreso y Gasto de Doce Meses

Este es una hoja de finanzas mensual que indica las proyecciones de ingresos y los gastos de su negocio, dividida en varias categorías. También se puede definir como un presupuesto, ya que indica lo que usted espera ganar en comparación a lo que cree que debería gastar.

Necesitara hacer las siguientes estimaciones:

- Ventas durante el primer mes
- La tasa de crecimiento mensual en porcentaje o la suma en dólares para los primeros seis meses de operación de su negocio.
- Crecimiento mensual en porcentaje o la suma en dólares para los siguientes seis meses.
- Otros cálculos por valor de ventas. Si su negocio dispondrá de ingresos secundarios o adicionales (por ejemplo, un salón de belleza que vende también (“shampoo”), usted entonces bebe pensar en incluir estas ventas bajo la categoría de otras ventas.
- El costo de mercancías vendidas. (esta categoría plica solo si planea vender un producto de inventario).
- El costo de mercancías vendidas ilustrado en porcentajes. Usted puede calcular esto usando los promedios medios de la industria, por sus experiencias anteriores, o haciendo sus propios cálculos. Un ejemplo puede ser un negocio de venta de automóviles que compra un carro por \$8,000 y lo vende por \$10,000. Este negocio tendría un costo de mercancía vendidas en porcentaje de 80% (\$8,000 dividido por \$10,000).
- Gastos mensuales por categorías, usando una suma/cantidad en dólares o una cifra en porcentaje relacionada con las ventas u otro tipo de suma.
- Gastos de interés de sus préstamos existentes o el préstamo al que usted esta aplicando.

Para los gastos de interés en la Cuenta de Ingreso y Gasto principal en el Estado de flujos de dinero o Caja, se necesita responder tres preguntas como base para sus cálculos.

- ¿Cuál es la cantidad de su préstamo?
- ¿A que tipo de interés?
- ¿Por cuantos años?

Estado de Ingreso y Gasto de Tres Años

Éste es el doce mes proyectado en figuras anuales sobre tres años, con los planes para la extensión o en crecimiento.

Por años dos y tres necesitará las estimaciones siguientes:

- Porcentaje del crecimiento de las ventas.
- Porcentaje del otro crecimiento de las ventas.
- Cambio del costo de mercancías vendidas.
- Inceare del porcentaje de los gastos de la venta y de explotación que tendrá que absorber (si hay).

Para calcular los costos durante los dos y tres años pro forma, simplemente tome el porcentaje de ventas asciende para cada costo y lo multiplica por proyectado el crecimiento de sus ventas.

Por ejemplo: Si en el año uno proyecta tener \$10,000 en ventas y su cuenta del teléfono se estima para ser 1% de ventas, después su cuenta del teléfono por el primer año sera \$100= $[10,000 \times .01]$. En el año dos esta contando un crecimiento de 10% sobre el año uno, así que su nuevo pronóstico de las ventas sera \$11,000= $[(10,000 \times .1) + 10,000]$. Si proyecta su cuenta del teléfono para ser el 1% de las ventas por el año dos, después su cuenta proyectada sera \$110= $[11,000 \times .01]$.

Estado de Cuenta

Un Estado de Cuenta es una forma que refleja la condición de sus negocios para fecha particular.

Un Estado de Cuenta es una lista de:

- Activos (cualquier cosa que dará al valor futuro a su negocio).
- Pasivos (cualquier cosa que causará los costos futuros a su negocio).
- Equidad de dueños (la diferencia entre los activos y las responsabilidades, o qué tiene menos qué debe).

Para dar un ejemplo, si su negocio comprara un automóvil nuevo que costaba \$10,000 con \$2,000 abajo y financiara el resto, crearías:

Activos de \$10,000 (el automóvil)

Pasivos de \$8,000 (el préstamo)

Equidad de dueños de \$2,000 (la diferencia)

Aviso cómo todo permanece en balance (los activos = los pasivos - la equidad de dueños). Si está actualmente en negocio, deseará incluir una copia de su Estado de Cuenta actual. Si es individual necesita incluir un Estado de Cuenta personal.

(El presupuesto bastante fondo de operaciones para asegurar su negocio mantiene un flujo de liquidez posativa y no funciona de fondos.)

Un Estado de Cuenta es una forma que refleja la condición en una fecha particular. Completar este balance proyectado para el día que abra su negocio. Su negocio particular pueda requerir categorías adicionales, y algunos de éstos enumerados no aplican. Ajustar su Estado de Cuenta por consiguiente.

Balance Sheet			
Date: _____			
Assets		Liabilities	
Current Assets		Current Liabilities	
Cash	\$ _____	Notes Payable	\$ _____
Accounts Receivable	_____	Accounts Payable	_____
Supplies	_____	Accrued Expenses	_____
Prepaid Expenses	_____		
Other Current Assets	Insert book values for all Assets	Total Current Liabilities	\$ _____
Total Current Assets	\$ _____		
Property, Plant & Equipment		Long-Term Liabilities	
Land	\$ _____	Installment Debt Payable	_____
Buildings	_____	Total Long-Term Liabilities	_____
Equipment	_____	Total Liabilities	\$ _____
Vehicles and Boats	_____		
Depreciation	_____	Owner's Equity	
Total Net Fixed Assets	\$ _____	Paid-In Capital	\$ _____
		Retained Earnings	_____
		Total Owner's Equity	Previous Net Income
Total	This is a contra-Asset: meaning its value is subtracted from the Assets	Total Liabilities and Equity	\$ _____

These two totals must equal.

Sources and Uses

This addresses how much money you need and exactly what you are going to do with it. **Sources** include venture capital, loans, mortgages, and equity. **Uses** include purchase of property, construction, equipment, inventory and operating capital. Uses usually include:

- ⑤ initial purchases of equipment and inventory,
- ⑤ advertising,
- ⑤ working capital, and
- ⑤ deposits.

On this worksheet, you must list all individual sources of funds used to start your business and the Specific uses of this money. Sources must always equal uses

Sources & Uses of Cash

Sources		\$ Amount
<u>THE NUMBER BELOW ARE JUST EXAMPLES</u>		
<i>Enter all contributed capital (money) from owners, loans, shareholders, whom ever contributes money to the company to fund the operations</i>		
Loan from bank		100,000
Personal Investment		30,000
Total Sources:		\$130,000
Uses		\$ Amount
Building	<i>All start-up or expenses that occur using money from the sources. These expenses should be one-time initial expenses to get the operation started.</i>	50,000
Initial Inventory		50,000
Equipment		10,000
<i>Working capital is the excess money that is left over when all of the Uses are subtracted from the Sources. This cash should be used to fund the company's cash flow.</i>		
Working Capital:		20,000
Total Uses:		\$130,000

Total Uses equals total sources (Add all Uses plus Working capital.)

Projected Income Statement & Cash Flows

The best way to start your projection is to enter the per-month Gross Sales amount and then enter in applicable expenses. -Your Company's Name-

Projected Income Statement

	Month 1	2	3	4	5
Gross Sales					
Sales	10,000		20,000		
Total Sales	10,000		20,000		
Cost of Sales					
Cost of Goods Sold	6,000		12,000		
Total Cost of Sales	6,000		12,000		
Gross Profit	4,000		8,000		
Expenses					
Advertising Bank	1,000	100	200	500	100
Service Charges		100	1,500	100	100
Depreciation Exp.**		100	250	600	300
Insurance Interest					
Expense-Loan Rent – Property					
Repairs and Maint.					
Supplies-Office					
Telephone Utilities					
Wages Wage					
Expense Misc	1,000	170	100	1,000	170
Total Expenses	4,370		4,418		
Other Income					
Other Expense					
Net Income (Loss)	(370)		3,582		

Notice how the Costs of Goods Sold changes with Sales

Gross Sales = Total Sales (minus) Cost of Goods Sold

Expenses are everyday costs that you will incur throughout the life of the business *Note: Startup Expenses should NOT be included.

Net Income = Gross Margin (minus) Total Expenses

-Your Company's Name- Statement of Cash Flows

Net Income (370)	(70)	3,582		
Principal on Loan	-	(900)	(902)	
Owner's Draw		(2,000)	(2,000)	
Net Cash Position =	(3,070)	880		
Previous Cash Position		20,000	16,930	
Cumulative Cash Position		16,930	17,810	

Depreciation is NOT a cash outflow. Therefore, add it back to the Cash Flow

Not applicable to corporations

Add months 1-12 to get annual Totals.

6	7	8	9	10	11	12	Total	%	Year 2	%	Year 3	%
							30,000	100%				
							30,000	100%				
							18,000	60%				
							18,000	60%				
							12,000	40%				
							2,000	6.7%				
							200	0.67%				
							400	1.3%				
							100	0.33%				
							198	0.66%				
							3,000	10%				
							200	0.67%				
							200	0.67%				
							550	1.83%				
							1,200	4%				
							2,000	6.67%				
							340	1.13%				
							200	0.67%				
							10,588	35.3%				
							3,212	10.7%				
							(400)					
							(1,802)					
							(4,000)					
							(2,990)					
							20,000					
							17,010					

The percentages are calculated by dividing each item by the Total Sales (i.e. 12,000/30,000= 0.4 or 40%)

Percentages are not applicable in the Statement of Cash Flows

Because this is the total year's cash flow, you must use the starting amount as the Previous Cash Position