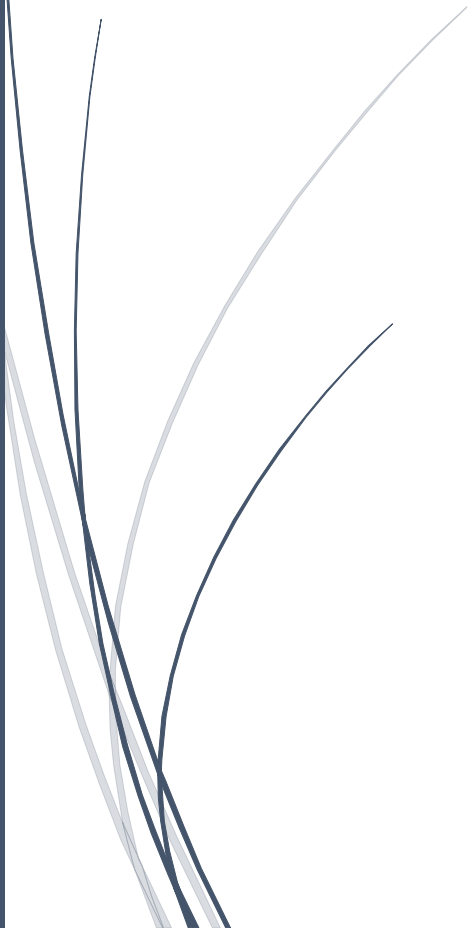




PLAN DE NEGOCIO



Un plan de negocio es un documento que posee múltiples utilidades, entre otras se pueden encontrar: herramientas de análisis de la viabilidad de un negocio; un plan a seguir para su puesta en marcha paso a paso; un documento de presentación antes otras personas (socios, financieros, administraciones públicas, clientes), información contable, etc.

Cada plan es único, y su estructura debe estudiar de forma pormenorizada los aspectos de cada negocio que sean más importantes. En todo caso, existirán una serie de requisitos informativos ineludibles como son los que se presentan a continuación.

El análisis del proyecto empresarial ha de estructurarse en los siguientes apartados (puede cambiar la denominación o el orden según el modelo de plan de empresa utilizado, pero respetando el contenido y la denominación de los apartados principales):

Nombre de la empresa

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA.

- ❖ En este apartado, deberá presentar de forma escueta su idea global de negocio, introduciendo así sus características más importantes

1.1 Breve historia de la idea

Antecedentes de la idea.

- Describa brevemente como llegó a ocurrírsele esta idea.

1.2 Denominación.

Definición de la idea de negocio

- Defina en pocas palabras su idea de negocio.

Nombre

- ¿Ha pensado qué nombre va a dar a su producto o servicio y a su empresa? Explique las razones de tal elección.

1.3 Descripción de la actividad

Definición

- Defina brevemente cuál es el producto o servicio que pretendes ofrecer en tu futura empresa. ¿A qué se dedicará su empresa?

Experiencia laboral relacionada con la empresa que pretende iniciar

- Describa su experiencia laboral en el sector en el que pretende instalar su empresa, incluida una lista de las habilidades y conocimientos que usted posee y serán necesarios en su empresa.

1.4 Identificación de los promotores

Antecedentes personales

- Enumere aquellas personas que estarán directamente relacionadas con el proyecto ya sea como socios fundadores, socios capitalistas, trabajadores, etc. y describa brevemente cual es su relación con el proyecto.

1.5. Presentación del currículo de los promotores

- Credenciales educacionales (Curriculum Vitae).

2. PLAN DE MARKETING

2.1 El producto/servicio

2.1.1 Productos/servicios

Descripción general del producto/servicio

- Describa en qué consiste su producto o servicio.
- Describa colores, formas, gamas, personalizaciones, etc.
- Describa cual será la forma de presentar su producto o servicio (en caso de productos: embalaje, embase... en caso de servicios... presentación específica al ofrecer el servicio, uniforme, imagen en general...).

Cobertura de las necesidades que satisface

- Describa la necesidad que pretende satisfacer su producto o servicio
 - ¿Está esta necesidad extendida o habrá que despertarla en los potenciales clientes?
- ¿A qué sector de la sociedad va dirigido su producto? ¿Quién va a ser su cliente?

Novedades y ventajas comparativas

- ¿El producto o servicio que piensa ofrecer es algo distinto al producto o servicio que existe en el mercado actualmente? En caso afirmativo ¿cuál es la novedad?, ¿qué ventaja crees que tiene respecto a los ya existentes?

Especificaciones y características técnicas/funcionales

- Describa las características físicas del producto o servicio.
- Señale las especificaciones técnicas del producto o servicio.
- Señale cuales son los aspectos que tienen que cumplir una cierta regulación.
- Si aplicable, ¿en qué fase de desarrollo se encuentra su producto o servicio?
- Defina cual es la evolución que sufrirá su producto a lo largo del tiempo (y el que haya sufrido hasta el presente).

Política de producto

- ¿Ofrece servicios asociados a su producto o servicio? Defínalos
 - Garantías que ofrece.
 - Servicio postventa.
 - Condiciones de mantenimiento.
 - Etc.

2.1.2 Precios

Factores y valores diferenciales – ventajas competitivas

- Explique las cualidades o circunstancias únicas del producto o servicio que ofrece que le permitirán mantener el nivel de precios previsto.
- Describa cuál será la tarifa que aplicará.
 - Si existen varios servicios o productos, presente una tarifa detallada.
 - Si sus precios pueden variar en función del cliente, presente una tarifa detallada.
- ¿Contempla la posibilidad de aplicar algún tipo de descuento?
- Describa qué condiciones de pago tiene pensado ofrecer.
 - Considere los posibles costes financieros.
- Defina su coste de fabricación.
- Defina su precio de venta.
- ¿Conoce algunos precios de referencia en el mercado?
- Defina su estrategia de fijación de precios.
- Describa su plan de ofertas (lanzamiento, rebajas, descuentos, etc.).

2.2. Mercado

2.2.1 Sector

- Explique en qué sector del mercado será introducido el servicio o producto.
- Describa cuales son las barreras de entrada al mercado.
- Describa cual es su poder de negociación sobre clientes y proveedores.
- ¿Cuáles son los productos de la competencia que pueden sustituir al suyo?
- Haga una breve descripción sobre sus principales competidores.
- Describa los riesgos inherentes al sector.
- Analice la evolución futura del sector (crecimiento del sector, aumento de demanda...)

2.2.2 Mercado potencial

Descripción del mercado y análisis de la demanda

- Haga una descripción de la estructura y tamaño del mercado en el que se desea introducir su empresa.
- Presente una estimación (o datos específicos) del volumen de facturación del mercado,
- Describa cual es la evolución del mercado en cuestión.

Análisis del entorno

- ¿Cuál ha sido su elección a la hora de ubicar su empresa en un determinado nicho del mercado?
- ¿Quiénes son las personas pertenecientes a este nicho que van a ser sus clientes?
- ¿Cuáles son las necesidades que estos clientes quieren que usted satisfaga?
- ¿Qué solución han dado sus potenciales clientes a esa necesidad hasta el momento?
- ¿Dónde se encuentran sus potenciales clientes geográficamente?

Análisis externo (mercado): Oportunidades y amenazas

- Describa brevemente las oportunidades y amenazas más importantes a las que pueda enfrentarse el negocio a constituir.

2.2.3 Estacionalidad

- ¿Afectan las diferentes épocas del año de alguna manera a su producto o servicio? (Fluctuaciones de demanda, fluctuaciones de precios, etc.)

2.2.4 Cliente tipo

Definición del público objetivo

- Describa el perfil de sus clientes y la razón por la que decidirán adquirir su producto o servicio.
- Describa la lealtad de sus potenciales clientes hacia sus proveedores.
- Describa la clasificación existente entre sus potenciales clientes.
- Describa las características y tamaño de los segmentos de clientela.
- ¿Necesitan sus clientes servicios adicionales específicos? (Distribución, mantenimiento, tutoría, etc.)

2.2.5 Competencia

Análisis de la competencia

- Describa las características de sus futuros competidores principales. Indica quienes son, cual es su volumen de ventas y el porcentaje del mercado que dominan.

COMPETIDORES		
Nombre del competidor	Volumen de ventas	Porcentaje del mercado que domina

- Haga una descripción breve de algunas de las características principales de sus competidores más importantes.
 - Producto/servicio
 - Modo de comercialización
 - Promociones, publicidad...
 - Precios
 - Puntos de venta (localización geográfica)
 - Imagen
 - Su posible reacción a la entrada de una nueva empresa
 - ¿Cómo satisfacen sus competidores a sus potenciales clientes?

- Trate de describir qué ventajas tiene su empresa sobre su competencia y cuales tiene su competencia sobre su empresa.

Ventajas de mi empresa respecto a la competencia	Ventajas de la competencia respecto de mi empresa

2.3. Ventas, Compras y Comunicación

2.3.1 Previsión ventas del primer año

- Realice una previsión de ventas del producto o servicio durante el primer año.
 - Tenga en cuenta:
 - Se tienen clientes asegurados durante el primer año.
 - Posibles reacciones de sus competidores.
- Estime la cuota de mercado a alcanzar en este primer año.
- Estime la variación de demanda de acuerdo al cliente.

2.3.2 Previsión de los tres primeros años.

- Realice una previsión de ventas del producto o servicio durante los tres primeros años.
 - Tenga en cuenta:
 - Se tienen clientes asegurados durante estos años.
 - Posibles acciones de sus competidores.
 - Otros cambios predecibles y significantes.
- Estime la cuota de mercado a alcanzar en estos tres primeros años.
- Estime la variación de demanda de acuerdo al cliente.

2.3.3 Justificación de la previsión de ventas

- Justifique la previsión de ventas y demostrando que estas sean coherentes con las acciones comerciales a desarrollar.
- Desglose su previsión entre cantidades y precio.
- Ofrezca una previsión por clientes y/o segmentos.
- Defina las condiciones de pago que ofrecerá a sus clientes.
- ¿Qué previsión puede hacerse sobre el incremento vegetativo de ventas?
- Haga una previsión del incremento de costes unidos al crecimiento de ventas.
- Describa su cuenta de pago de impuestos (IVA).

Canales de distribución.

- ¿Has pensado en cómo vas a hacer llegar tu producto/servicio hasta tus clientes? Describe cuales van a ser tus canales de distribución (venta al por menor, venta al por mayor, almacenistas, distribuidores, venta por correo, puntos de venta, etc.)

2.3.4 Comunicación y publicidad

- Describa detalladamente qué modelos de publicidad utilizará para su respectivo negocio. Ej. Comercio electrónico, promotores de venta, etc.
- Describa todos los gastos que generarán estas formas de publicidad.
- Describa los posibles riesgos incurridos en estos tipos de publicidad (falta de información, irrelevancia del cliente...)
- Defina la imagen global que quiere transmitir en su publicidad.
- Defina a qué sector de consumidores irá dirigido cada tipo de publicidad específico.
- Justifique la elección del tipo de publicidad en relación a la reacción que se quiere crear en el cliente.

2.3.5. Previsión a tres años de gastos de comunicación

- Aplique todo lo descrito en el apartado anterior en una previsión a tres años vista.
 - Tenga en cuenta:
 - Posibles variaciones de costes.
 - La situación cambiante de los recursos de la empresa.
 - Los cambios evolutivos de sus productos o servicios.
 - Necesitarán publicidad en el futuro.
 - Nuevos lanzamientos de productos o servicios.

2.3.6. Estrategias futuras de marketing

- Describa futuras estrategias de marketing.
 - Promoción del producto o servicio.

- Descuento por cantidad.
- Distribución de cupones.
- Devolución de parte de precios.
- Concursos y regalos.
- Etc.
- Trate de ofrecer una descripción por separado de cada posibilidad.
- Presupueste cual puede ser la repercusión económica de cada una de las estrategias.
 - Costes.
 - Beneficios creados por la estrategia.

3. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Proceso de fabricación/desarrollo de servicios

Especificaciones y características técnicas/funcionales

- Describa cual es la logística o infraestructura necesaria para llegar a ofrecer su producto o servicio.
 - Recepción de materiales.
 - Almacenaje de materias primas.
 - Almacenaje de producto finalizado
 - Distribución.
 - Etc.
- Describa cuáles son sus fuentes de provisiones.
- Describa el plan de puesta en marcha de la producción o del servicio.
- Describe de forma escueta las características técnicas de la fabricación de este producto o de la forma de ofrecer el servicio.
 - Ejemplos:
 - *Empresas industriales*: si el producto es flexible y permite introducir cambios para adaptarse a las necesidades del consumidor o a los cambios tecnológicos; si es fácil de manejar; si los materiales que se utilizan son o no duraderos; cómo ha sido diseñado.
 - *Empresas de servicios*: si es un sistema de venta tradicional o de autoservicio; cuál va a ser el estilo y la forma con que piensa ofrecer este servicio, etc.
- ¿Tiene pensado activar un área de I+D+I? Defina sus objetivos y relevancia en su proyecto. (I+D tiene muy altos costes, cuidado en empresas jóvenes)
- Describa la forma en que se ofrecerán los servicios asociados a su producto o servicio principal.

3.2. Empresas proveedoras

Aprovisionamiento/logística. Oferta de proveedores

- ¿Conoce quiénes son los proveedores de materias primas y de suministros necesarios, así como de servicios necesarios para su futura empresa que operan en su área geográfica? En caso afirmativo, realice una lista de los más importantes y sus características.

Nombre del proveedor	Productos que ofrece	Precios	Calidades	Condiciones de pago	Plazos de entrega

- Describa su estrategia de negociación con los proveedores.
- Describa cuales son las exigencias y condiciones de sus proveedores. ¿Van a suplirnos con seguridad?

Materiales y suministros necesarios.

- ¿Ha inventariado todos los materiales, otros productos y servicios que van a ser necesarios para la manufactura del producto o la prestación del servicio? En caso afirmativo, liste los más importantes, las cantidades que son necesarias por unidad de producto y su precio, así como las cantidades y precios totales de las previsiones de producción.

Material	Cantidad necesaria por unidad de producto	Precio	Cantidad necesaria total	Precio total

3.3. Previsión de compras del primer año

Previsión de Compras

- Describa la previsión de sus necesidades de compras durante el primer año.
- Defina claramente las cantidades y el precio unitario.
- Describa los costes inherentes a las compras.
- De la relación de proveedores que ha presentado en el punto 2.1.5, cuales serán sus proveedores durante el primer año.
- ¿Qué condiciones serán pactadas? (Forma de pago, financiación, forma de efectuar los pedidos, plazo y lugar de entrega, responsabilidades de transporte, requisitos de calidad, seguros, etc.)

3.4 Previsión compras. Tres primeros años

- Describa la previsión de sus necesidades de compras durante los tres primeros años.
- Defina claramente las cantidades y el precio unitario.
- Describa los costes inherentes a las compras.
- De la relación de proveedores que ha presentado en el punto 2.1.5, cuáles serán sus proveedores durante el primer año. ¿Cambiará alguno?
- ¿Qué condiciones serán pactadas? (Forma de pago, financiación, forma de efectuar los pedidos, plazo y lugar de entrega, responsabilidades de transporte, requisitos de calidad, seguros, etc.) ¿Cambiará alguna?

3.5 Justificación de la previsión de compras

- Justifique la previsión de compras y si existe una simetría con las ventas.
- Desglose por proveedores, productos, cantidades y precios.
- Especifique costes inducidos, pago de impuestos, etc.

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Plantilla (incluye promotores)

Antecedentes personales y credenciales educacionales (Curriculum Vitae)

- Emprendedor/es
 - Describa su experiencia previa en el sector.
 - Describa su grado de formación.
 - Describa su experiencia profesional.
 - Curriculum Vitae.
- En caso de constituirse una sociedad, describa si la empresa a constituir tendrá la participación de otros socios y cuál será el papel de los mismos dentro de la empresa (por ejemplo: consejo de administración).
- Describa la estructura de la cúpula directiva y administrativa de la empresa. ¿Quién va a ser responsable de qué?
- Describa las posibles necesidades de contratación de personal interno (administrativos, repartidores, etc.).
- Describa las características del personal interno que necesitaría contratar.
- Describa las posibles necesidades de contratación de personal externo (limpieza, contables, abogados, informáticos, etc.).
- Describa las características del personal externo que necesitaría contratar.

4.2 Descripción de los puestos de trabajo

Perfil del personal y los puestos de trabajo

- Defina cual será la estructura organizativa así como la forma de trabajo dentro de esta (individualmente, en grupo, etc.).
- Defina explícitamente cuales son las funciones y tareas a cubrir en cada puesto de trabajo.
- Defina las funciones que desempeñará cada trabajador y como estas cubren uno o varios puestos de trabajo.
- Defina cual es el grado de implicación o responsabilidad para con la empresa de cada uno de los trabajadores desde su puesto de trabajo.
- Defina la posible evolución de las funciones, tareas y responsabilidades de cada puesto de trabajo en relación al plan cronológico de la empresa.
- Defina claramente la cual será la remuneración de cada miembro de la empresa o puesto de trabajo.

Administración de personal

- Defina cual será su necesidad de contratación y por tanto su estrategia. (Contratación temporal, indefinida, etc.).
- Describa cual es el plan de jornadas laborales. (Horarios, turnos, etc.)
- Describa un plan de vacaciones para sus empleados.
- Describa las posibilidades de promoción dentro de su empresa.
- ❖ Considere la posibilidad de contratación de personal perteneciente a grupos desfavorecidos laboralmente. (INEM, personal con minusvalías, etc.)

Formación

- Especifique las necesidades de formación de los miembros de la empresa, ya sea previa o posterior a su incorporación a la empresa (si fuera necesario).

4.3 Sistemas de selección de personal

- Describa el sistema de selección de personal, y explique porque cree que es el correcto.
- Describa el grado de especialización, las capacidades e incluso la personalidad preferidas en los potenciales trabajadores (por ejemplo: polivalencia del personal).
- Explique si es necesario ofrecer formación a cada miembro de la empresa, qué tipo de formación y bajo qué condiciones.
- Outsourcing: Si es necesario contratar personal ajeno a la empresa (por ejemplo: asesores externos, contables, etc.), ¿cuál será su estrategia a la hora de buscarlo y contratarlo?
- Trate de describir como se adapta su plan de personal a la evolución de su empresa.

4.4 Costes salariales de los tres primeros años

- Describa el coste salarial de los tres primeros años (incluya: promotores y equipo directivo).
- Presente la previsión de costes de forma pormenorizada, en relación a cada puesto de trabajo y/o en relación a cada miembro de la empresa.
 - Exprese estos costes por día, mes y año; refleje las pagas extra.
- Describa detalladamente el costo salarial tomando en cuenta el pago a la Seguridad Social (IRPF).
- Trate de ofrecer una predicción de cuáles podrían ser los costes de formación.

5. PLAN JURIDICO MERCANTIL

5.1 Forma jurídica elegida.

- Especifique la forma jurídica que adoptará la empresa:
 - Entre otras, podría ser:
 - Autónomo
 - Comunidad de Bienes o Sociedad Civil
 - Sociedad Limitada Nueva Empresa
 - Sociedad Limitada
 - Sociedad Limitada Laboral
 - Sociedad Anónima
 - Sociedad Anónima Laboral
 - Cooperativa, Asociación sin ánimo de lucro
 - Etc.
- Describa, en el caso de constitución de una sociedad, la aportación inicial de cada uno de los socios.
 - Cantidad
 - Calidad
- Describa si es necesario constituir un dominio web.
- Describa si es necesario un trámite de patentes y marcas.
- Describa qué licencias son necesarias para la puesta en marcha de la empresa.

5.2 Ventajas e inconvenientes

- Describa las ventajas y desventajas que pueden aparecer por la elección de tal forma jurídica.
- Justifique en relación a lo previamente descrito, su elección.
- Presente un plan con los lugares, documentos y cronología que seguirá la creación y puesta en marcha de la empresa.

5.3 Gastos de puesta en marcha

Infraestructura e instalaciones

- Realice una lista de los equipos que pretenda utilizar, incluida una descripción de los mismos y sus costos.

Teléfonos y fax

- Describa todos los equipos telefónicos y fax y su respectivo presupuesto.

Equipos informáticos

- Describa todos los equipos de computación y su respectivo presupuesto.

Internet

- Describa los proveedores de Internet y su respectivo presupuesto para el acceso a Internet.

Otros

Máquinas, utensilios, vehículos

- ¿Tienes previsto el número y características de máquinas, utensilios, vehículos e instrumentos en general? En caso afirmativo, describe en pocas palabras cuáles son y cuál es su coste previsto.

Describe los criterios de ubicación que utilizará

- Necesidades de espacio en el Vivero de empresas.
- Necesidades futuras.
- Análisis del emplazamiento si es necesario.
- Análisis demográfico si es necesario.
- Lista de verificación de arrendamiento.
- Costo estimado del espacio como porcentaje de las ventas.
- Autorizaciones de zonificación y uso.

Localización

- ¿Por qué ha pensado instalar tu empresa en el *Vivero de Empresas Madrid Emprende*?
- ¿Qué factores has tenido en cuenta a la hora de escoger este punto y no otro?

Otras instalaciones

- ¿Con qué instalaciones piensas contar para llevar a cabo tu actividad empresarial? Describe el número de locales, su ubicación geográfica, su superficie y sus

posibilidades de suministro (energía eléctrica, agua, teléfono y comunicaciones). Especifica su precio (alquiler o compra).

6. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

- ❖ Para poder presentarse ante una entidad financiera, y lograr que su Proyecto personal de Empresa sea tomado en serio, es necesario que elabore un Plan Financiero que documente la solvencia del proyecto. Debe contener estas secciones por meses y por año, durante al menos tres años.

6.1. Balance de la situación inicial.

6.1.1 Inversión

- Especifique que cifra de inversión inicial necesitará su negocio.
- Proceda a desglosar todas aquellas inversiones de activo necesarias.
- Explique cómo se acoplan estas inversiones a su plan de marketing.
- Proponga razones que expliquen su elección.
- Elabora un plan cronológico de las inversiones a corto y largo plazo.
 - ❖ Recuerda que los gastos y compra de provisiones NO son en principio inversiones.

6.1.2 Financiación

- Describa su plan de financiación propia.
 - Orígenes de tal financiación (el emprendedor, familia, amigos, etc.)
 - Cantidades
 - Condiciones
- Describa su plan de financiación ajena.
 - Orígenes de tal financiación (entidades de crédito)
 - Cantidades
 - Condiciones
- Explica por qué has seleccionado estas fuentes de financiación.
- Presente una tabla cronológica de amortización de las deudas demostrando cuanto tiempo necesitará para reembolsar la deuda (debería existir un plazo).
- ¿Los ingresos de su negocio serán suficientes para cubrir estas sumas de dinero?
- Describa los posibles riesgos que puedan surgir con la financiación.
 - ❖ Haga pronósticos conservadores.
- ¿Tiene pensado cubrir los riesgos de alguna manera específica?

6.2 Cuenta de resultados provisionales

- Presente una cuenta de resultados provisionales detallada. (Excel)
- Ofrezca un análisis de estos datos dando información pormenorizada (ventas pro producto, por cliente, por segmento, gastos, etc...)
- Describa la relación que hay entre esta previsión y la buena marcha de su empresa.
- Describa la relación que hay entre esta previsión y el plan de marketing.
- Justifique, en lo posible, su previsión.

6.3. Presupuesto de tesorería a tres años

- Presente un plan de tesorería a tres años.
 - Describe los ingresos provenientes de las ventas.
 - Incluye préstamos obtenidos.
 - Incluye ampliaciones de capital.
 - Incluye movimientos de naturaleza fiscal (pagos, deducciones, etc.)
 - Presente una relación de gastos.
 - Agrupe costes en variables y fijos.
- Describa cual será la forma en que estarán disponibles los recursos económicos al final de cada período.

6.4 Balances iniciales

- ❖ ¿Ha calculado lo que se va a vender durante los primeros meses de su nuevo negocio? ¿Ha calculado cuáles serán sus principales gastos? ¿Ha previsto una política de amortización de sus inversiones? ¿Qué beneficio resulta de la futura explotación de su negocio?
- Responde a estas cuestiones elaborando una hoja de balances provisional para los doce primeros meses de tu nuevo negocio. (Excel)
- Adjunte la información que considere necesaria para la correcta interpretación de su hoja de balances.
- Sincronice la información de su hoja de balances con aquella proporcionada por sus planes de inversión y financiación, su cuenta de resultados y su plan de tesorería.

6.4.1 Balance de situación para los tres primeros años

- Presenta una hoja de balances previstos para los tres primeros años. (Excel)
- Siga las mismas pautas que ha seguido para presentar el balance inicial.
 - ❖ Puede resultar interesante analizar el coeficiente de solvencia neta.
 $CSN = \text{Propio} / \text{Exigible total}$.

7. PUESTA EN MARCHA

7.1 Fecha prevista de inicio de actividad

- Realice una lista siguiendo un criterio cronológico desde el primer paso necesario para iniciar la actividad, hasta el último que se debe cumplir.

7.2 Breve descripción de las tareas para la puesta en marcha

PASO	ORDEN DE IMPORTANCIA
Búsqueda de local comercial adecuado	
Alquiler del local o despacho	
Obras de acondicionamiento	
Adquisición de mobiliario	
Contactos con proveedores y distribuidores	
Cursos, seminarios a ser necesarios para una mejor especialización	
Licencia de apertura	
Alta en Hacienda y Seguridad Social	
Promoción del producto	
Etc.	

7.3 Reflexiones acerca de la viabilidad del proyecto

- Una vez fijados los pasos, debemos establecer cuál es su orden de importancia y reflexionar:
 - **Los pasos principales** serán los que son necesarios para la puesta en marcha del negocio.
 - **Los pasos secundarios** serán los que, aunque son necesarios para el funcionamiento del negocio, no son los imprescindibles para que éste se ponga en funcionamiento.
 - Los pasos críticos son aquellos que, en caso de que no se cumplieran, impedirían que se pudieran ejecutar posteriormente otros pasos (tanto principales como secundarios) y que en definitiva, el negocio se pusiera en marcha.

7.4 Conclusiones.

8. RESUMEN EJECUTIVO.

Realiza un resumen de tu plan de negocio en una sola página donde quede reflejado los aspectos más importantes de tu plan. (preste mucha importancia a este resumen puesto que muchas veces es lo primero que se lee y si no es sugerente es posible que no se siga leyendo)