

PLAN DE TRABAJO

¿QUÉ ES?

DEFINICIÓN DE
OBJETIVOS

TAREAS Y
RESPONSABLES

CRONOGRAMA

¿QUE ES?

Metas claras a corto, mediano y largo plazo.

¿QUE ES?

asignación de funciones específicas a cada miembro del equipo.

¿QUÉ ES?

- Tiempos estimados para cada etapa del proyecto.

MARKETING

¿QUÉ ES?

ANÁLISIS DEL
MERCADO

ESTRATEGIAS DE
POSICIONAMIENTO

PUBLICIDAD Y
PROMOCION

¿QUE ES?

Estudio de la competencia, clientes potenciales y tendencias.

¿QUE ES?

cómo diferenciar el producto o servicio.

¿QUÉ ES?

Herramientas de comunicación (redes sociales, flyers, promociones, etc.).

Por: Elizabeth Hernandez

PRODUCCIÓN

¿QUÉ ES?

PROCESO
PRODUCTIVO

RECURSOS
NECESARIOS

CONTROL DE
CALIDAD

¿QUE ES?

descripción paso a paso de cómo se elabora el producto o servicio.

¿QUE ES?

materiales, insumos, herramientas y tecnología.

¿QUÉ ES?

estándares para garantizar un producto o servicio confiable.

ORGANIZACIÓN

¿QUÉ ES?

ORGANIGRAMA

PERFIL DEL
PERSONAL

ROLES Y
FUNCIONES

¿QUE ES?

representación visual de los niveles de autoridad.

¿QUE ES?

habilidades y experiencia requeridas.

¿QUÉ ES?

descripción de las tareas de cada miembro.

COSTOS Y GASTOS

COSTOS FIJOS

¿QUE ES?

gastos que no cambian con el nivel de producción (alquiler, sueldos, etc.).

COSTOS VARIABLES

¿QUE ES?

gastos que dependen del volumen de producción (materia prima, energía).

COSTOS DIRECTOS

¿QUÉ ES?

vinculados directamente a la producción (mano de obra directa, materiales).

INVERSIONES

ACTIVOS FIJOS

¿QUE ES?
compra de equipos, infraestructura, vehículos, mobiliario.

CAPITAL DE TRABAJO

¿QUE ES?
dinero necesario para operar en el corto plazo (inventario, sueldos, servicios).

AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN

¿QUÉ ES?
cómo se distribuye el costo de los activos a lo largo del tiempo.

RESUMEN EJECUTIVO

SÍNTESIS DEL PROYECTO

ASPECTOS CLAVES

UTILIDAD

¿QUE ES?

visión general del plan de negocios.

¿QUE ES?

puntos más importantes como el mercado objetivo, propuesta de valor y viabilidad económica.

¿QUÉ ES?

se utiliza para atraer inversionistas o socios interesados.

CONTENIDO DEL RESUMEN EJECUTIVO

NATURALEZA DEL PROYECTO

Tipo de empresa, sector económico y propósito del negocio.

Misión, visión y valores.

EL MERCADO

Descripción del público objetivo (edad, hábitos, ubicación).

Tamaño del mercado, tendencias, oportunidades y amenazas.

ORGANIZACION

- Tipo de estructura: funcional, jerárquica, por proyectos.
- Equipo de trabajo y experiencia de los fundadores.

MODELO DE NEGOCIO

PROPUESTA DE VALOR

qué ofrece la empresa y qué problema resuelve.

SEGMENTOS DE CLIENTES

quiénes son los usuarios o compradores.

SOCIOS ESTRATÉGICOS

aliados, proveedores o distribuidores importantes.