****

**PLAN DE LANZAMIENTO AL MERCADO PARA STARTUPS**

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

NOMBRE DE LA EMPRESA

Dirección de la calle

Ciudad, Estado y Zip

webaddress.com

Versión 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PREPARADO POR | TÍTULO | FECHA |
|  |  |  |
| CORREO ELECTRÓNICO | TELÉFONO |
|  |  |
| APROBADO POR | TÍTULO | FECHA |
|  |  |  |

tabla de contenidos

[1.RESUMEN EJECUTIVO4](#_Toc22671329)

[2.DECLARACIÓN DE MISIÓN5](#_Toc22671330)

[3.DECLARACIÓN DE VISIÓN5](#_Toc22671331)

[4.ANÁLISIS SITUACIONAL6](#_Toc22671332)

[4.15C ANÁLISIS6](#_Toc22671333)

[4.1.1EMPRESA6](#_Toc22671334)

[4.1.2COLABORADORES6](#_Toc22671335)

[4.1.3CLIENTES6](#_Toc22671336)

[4.1.4COMPETIDORES6](#_Toc22671337)

[4.1.5CLIMA6](#_Toc22671338)

[4.2ANÁLISIS DE TEJIDOS7](#_Toc22671339)

[5.CAPACIDADES PRINCIPALES8](#_Toc22671340)

[6.OBJETIVOS9](#_Toc22671341)

[6.1OBJETIVOS A CORTO PLAZO9](#_Toc22671342)

[6.1.1FINANCIAL9](#_Toc22671343)

[6.1.2PRODUCTO9](#_Toc22671344)

[6.1.3RECURSOS HUMANOS9](#_Toc22671345)

[6.1.4MARKETING9](#_Toc22671346)

 [6.2OBJETIVOS A LARGO PLAZO10](#_Toc22671347)

[6.2.1FINANCIAL10](#_Toc22671348)

[6.2.2PRODUCTO10](#_Toc22671349)

[6.2.3RECURSOS HUMANOS10](#_Toc22671350)

[6.2.4MARKETING10](#_Toc22671351)

[7.MERCADO OBJETIVO11](#_Toc22671352)

[7.1RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN11](#_Toc22671353)

[7.2PUNTOSPAIN11](#_Toc22671354)

 [7.3SOLUCIONES12](#_Toc22671355)

[7.4PERSONA COMPRADOR12](#_Toc22671356)

[8.ESTRATEGIA DE MARKETING13](#_Toc22671357)

[8.1CICLO DE COMPRA DEL COMPRADOR13](#_Toc22671358)

[8.2PROPUESTA DE VENTA ÚNICA (USP) 13](#_Toc22671359)

[8.3MARCAJE14](#_Toc22671360)

[8.4 MEZCLA DE MARKETING – 4Ps14](#_Toc22671361)

[8.4.1PRODUCTO14](#_Toc22671362)

[8.4.2PRECIO14](#_Toc22671363)

[8.4.3PLACE15](#_Toc22671364)

[8.4.4PROMOCIÓN15](#_Toc22671365)

[8.5CANALES DE COMERCIALIZACIÓN15](#_Toc22671366)

 [8.6PRESUPUESTARIO16](#_Toc22671367)

[9.NORMAS DE RENDIMIENTO Y MÉTODOS DE MEDICIÓN17](#_Toc22671368)

[9.1NORMAS DE RENDIMIENTO17](#_Toc22671369)

[9.2PUNTOS DE BANCO17](#_Toc22671370)

[9.3MÉTRICAS DE MARKETING PARA MEDIR EL ÉXITO18](#_Toc22671371)

[9.4MÉTODOS DE MEDICIÓN18](#_Toc22671372)

[10.RESUMEN FINANCIERO19](#_Toc22671373)

[10.1PRESIONES FINANCIERAS19](#_Toc22671374)

[10.2ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO19](#_Toc22671375)

[10.3 ESTADOS FINANCIEROS20](#_Toc22671376)

[10.3.1DECLARACIÓN DE INGRESOS20](#_Toc22671377)

[10.3.2PROYECCIÓN DE FLUJO EN EFECTIVO20](#_Toc22671378)

[10.3.3BALANCETA20](#_Toc22671379)

[11.APÉNDICE21](#_Toc22671380)

[11.1RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN21](#_Toc22671381)

[11.2ESPECIFICACIONES E IMÁGENES DEL PRODUCTO21](#_Toc22671382)

# RESUMEN EJECUTIVO

|  |
| --- |
|  |

# DECLARACIÓN DE OBJETIVOS

|  |
| --- |
|  |

# DECLARACIÓN DE VISIÓN

|  |
| --- |
|  |

# ANÁLISIS SITUACIONAL

## ANÁLISIS 5C

### COMPAÑÍA

|  |
| --- |
|  |

### COLABORADORES

|  |
| --- |
|  |

### CLIENTELA

|  |
| --- |
|  |

### COMPETIDORES

|  |
| --- |
|  |

### CLIMA

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISIS DAFO

|  |
| --- |
| FACTORES INTERNOS |
| FORTALEZAS (+) | DEBILIDADES (-) |
|  |  |
| FACTORES EXTERNOS |
| OPORTUNIDADES (+) | AMENAZAS (-) |
|  |  |

# CAPACIDADES PRINCIPALES

CAPACIDAD UNO

|  |
| --- |
|  |

CAPACIDAD DOS

|  |
| --- |
|  |

CAPACIDAD TRES

|  |
| --- |
|  |

# METAS

## OBJETIVOS A CORTO PLAZO

### FINANCIERO

|  |
| --- |
|  |

### PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

### RECURSOS HUMANOS

|  |
| --- |
|  |

### MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## OBJETIVOS A LARGO PLAZO

### FINANCIERO

|  |
| --- |
|  |

### PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

### RECURSOS HUMANOS

|  |
| --- |
|  |

### MARKETING

|  |
| --- |
|  |

# MERCADO OBJETIVO

## RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## PUNTOS DÉBILES

|  |
| --- |
|  |

## SOLUCIONES

|  |
| --- |
|  |

## BUYER PERSONA

|  |
| --- |
|  |

# ESTRATEGIA DE MARKETING

## CICLO DE COMPRA DEL COMPRADOR

|  |
| --- |
|  |

## PROPUESTA DE VENTA ÚNICA (USP)

|  |
| --- |
|  |

## BRANDING

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING MIX – 4Ps

### PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

### PRECIO

|  |
| --- |
|  |

### LUGAR

|  |
| --- |
|  |

### PROMOCIÓN

|  |
| --- |
|  |

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## PRESUPUESTO

|  |
| --- |
|  |

# ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO Y MÉTODOS DE MEDICIÓN

## NORMAS DE ACTUACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## REFERENCIA

|  |
| --- |
|  |

## MÉTRICAS DE MARKETING PARA MEDIR EL ÉXITO

|  |
| --- |
|  |

## MÉTODOS DE MEDICIÓN

|  |
| --- |
|  |

# RESUMEN FINANCIERO

## PREVISIONES FINANCIERAS

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO

|  |
| --- |
|  |

## ESTADOS FINANCIEROS

### CUENTA DE RESULTADOS

|  |
| --- |
|  |

### PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA

|  |
| --- |
|  |

### BALANCE

|  |
| --- |
|  |

# APÉNDICE

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## ESPECIFICACIONES E IMÁGENES DEL PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **RENUNCIA**Cualquier artículo, plantilla o información proporcionada por Smartsheet en el sitio web es solo para referencia. Si bien nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos representaciones o garantías de ningún tipo, expresas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, artículos, plantillas o gráficos relacionados contenidos en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |