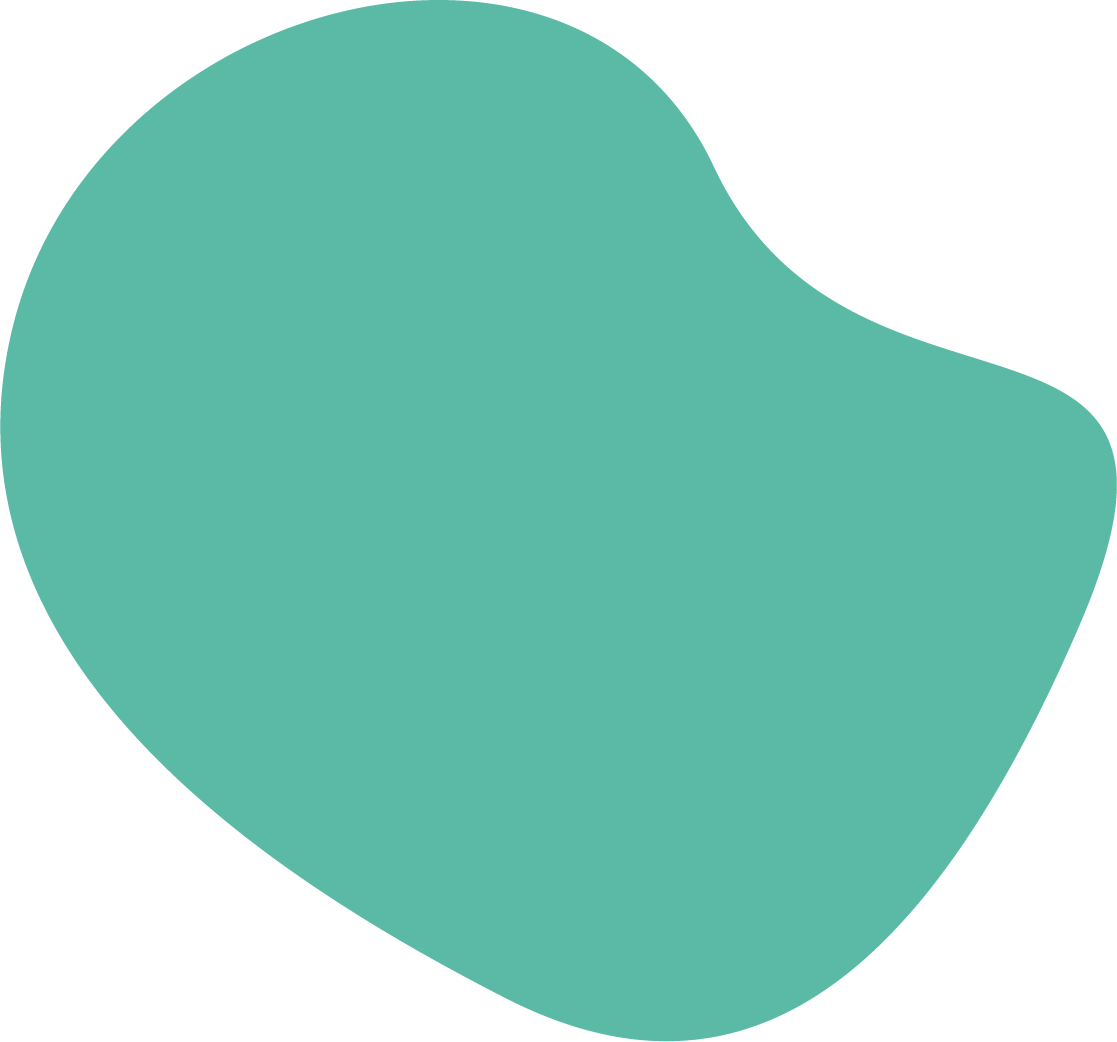
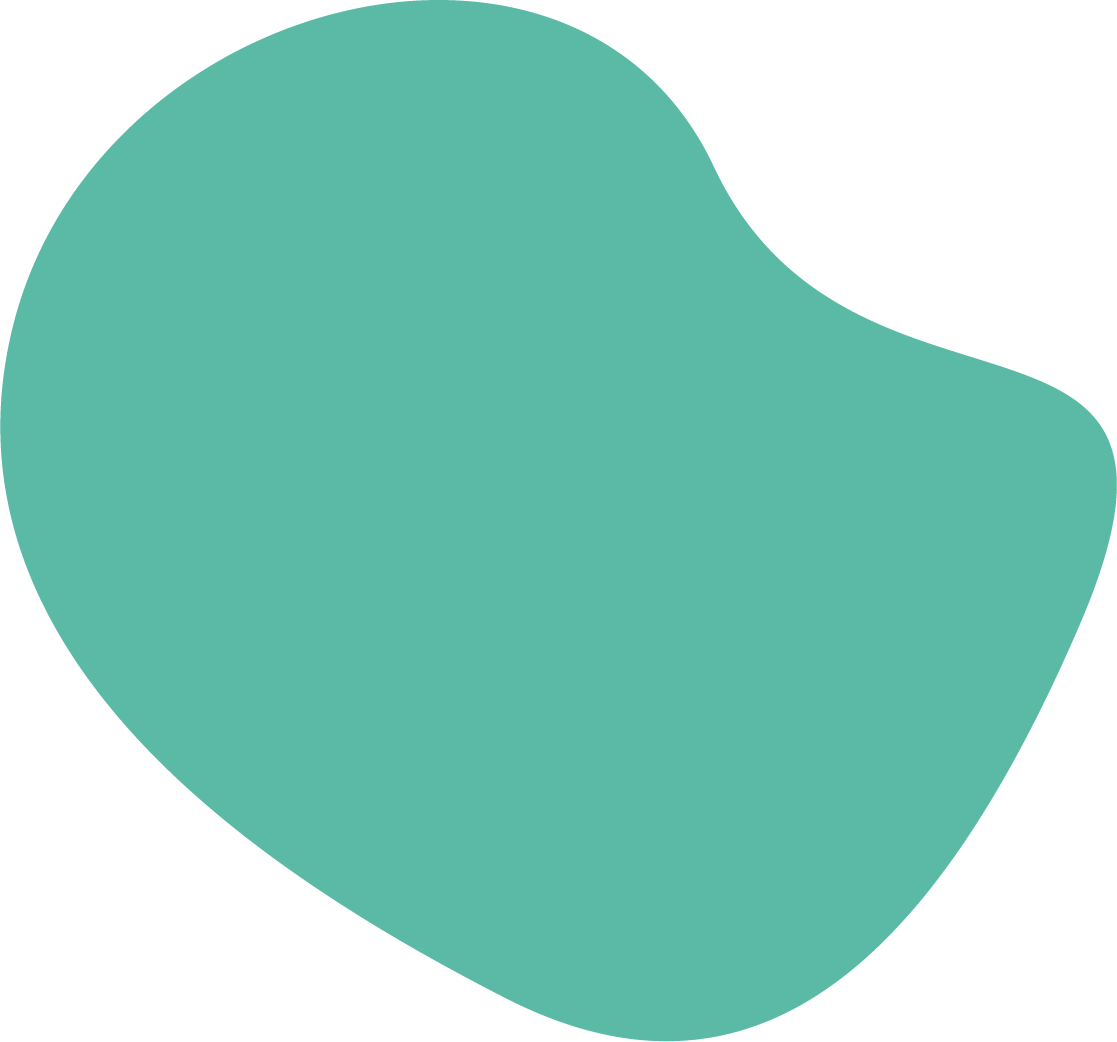


| **Plantilla para** **un plan de negocio** |
| --- |

****

Para editar tu propia versión, puedes hacer lo siguiente:

1. Modificar esta versión directamente.
2. Ir a Archivo > Descargar > Microsoft Word para descargar el documento.

**Cómo usar esta plantilla**

Puedes usar esta plantilla como punto de partida para elaborar el plan de negocio de tu empresa.

Incluye secciones que se utilizan en la mayoría de los planes de negocio e indicaciones sobre cómo completar la información necesaria, y está organizada en tres apartados:

1. Una plantilla de texto sin formato que puedes personalizar como quieras.
2. Una plantilla prediseñada para cuando tus recursos gráficos sean limitados.
3. Un plan de ejemplo que muestra la apariencia que tendría una vez terminado.

Al finalizar, podrás compartir este plan con inversores potenciales, con el equipo directivo o con quien creas conveniente.

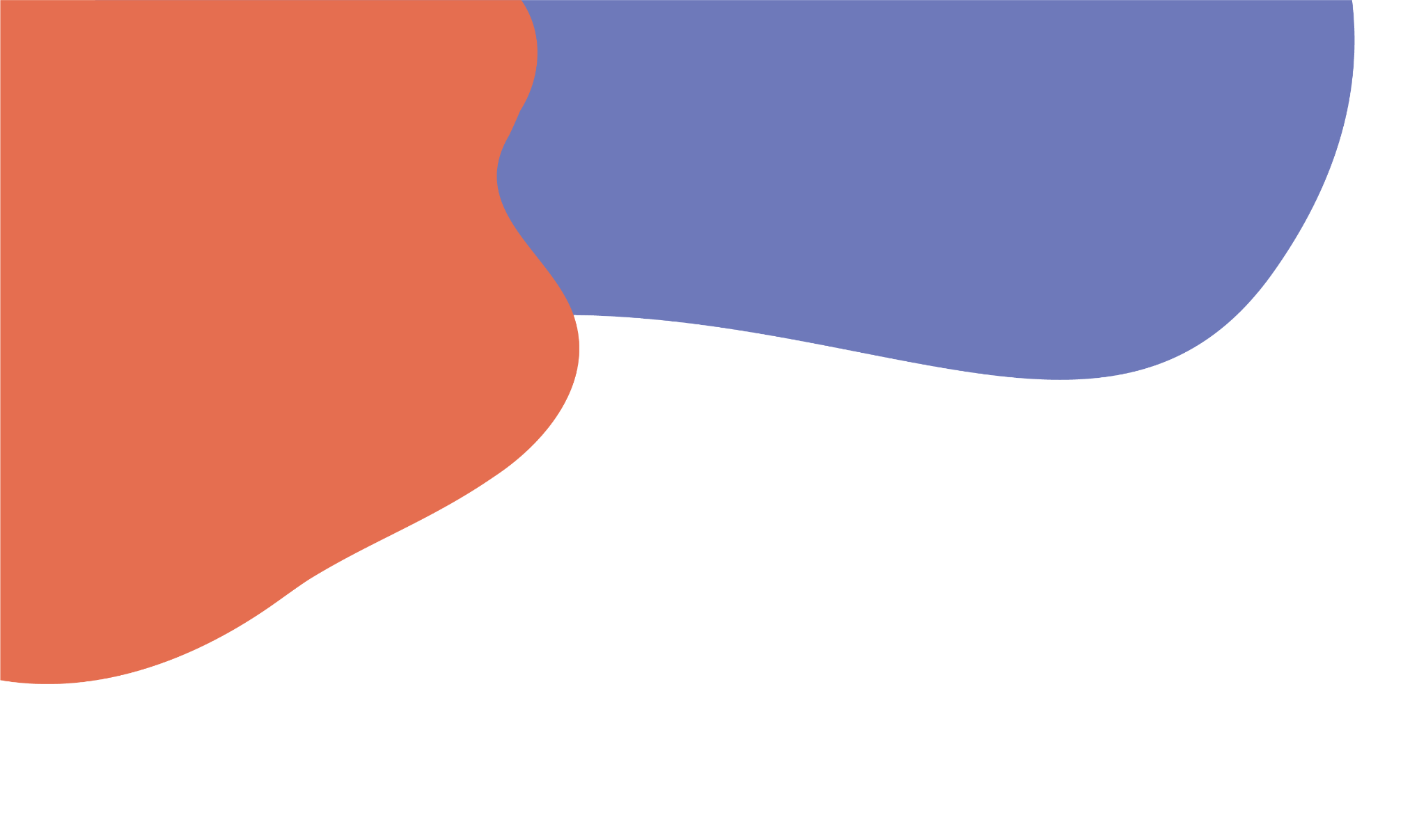
Ten en cuenta que esta plantilla está diseñada para que tu empresa pueda personalizarla por completo. Si consideras que es necesario omitir o incluir secciones, haz los cambios que quieras para adaptarla a tus necesidades.

| [Ir a la plantilla de texto sin formato](#crixhzfr5b2t) | [Ir a la plantilla prediseñada](#tyjcwt) | [Ir al plan de ejemplo finalizado](#48pi1tg) |
| --- | --- | --- |

| **Haz crecer tu negocio con el CRM de HubSpot.**  Nuestro software líder del sector te proporcionará toda la información que necesitas sobre tus clientes. | |  | |
| --- | --- | --- | --- |
|  | [**Obtener el CRM gratuito**](https://www.hubspot.es/products/crm) | |  |
|  | | | |

*Sigue bajando para ver las plantillas*

↓↓↓



|  |
| --- |
| **Plantilla para un plan de negocio**  ***Versión de texto sin formato*** |
|  |

*Logotipo de la empresa*

*[Nombre de la empresa]*

*[Dirección de la empresa]*

*[Número de teléfono de la empresa]*

*Elaborado por:*

*[Tu nombre]*

*[Tu cargo]*

*[Tu correo electrónico]*

Índice

1. Resumen ejecutivo……………………………………………………………………….##

2. Descripción de la empresa y el negocio……………….…….…….…….…...………##

3. Línea de productos y servicios………………………....…………………….….……..##

4. Análisis del mercado…………………………………………….…...….….…….……...##

5. Plan de marketing…………...………………………………………………….………..##

6. Plan de ventas…………………....……………………………….…….…….…….……##

7. Información legal………….....…………………………………………………………..##

8. Consideraciones financieras…………….….….………………………………………..##

9. Anexo……………………………….……………………………………………………..##

Resumen ejecutivo

*[Describe tu negocio en una o dos páginas y destaca la información más importante para los lectores. Los resúmenes ejecutivos son descripciones breves que suelen incluir:*

* *Una declaración de la misión de la empresa*
* *La historia de la empresa y su modelo directivo*
* *Un resumen de las ventajas competitivas*
* *Proyecciones financieras*
* *Objetivos de la empresa*
* *Una propuesta para los posibles inversores]*

Descripción de la empresa y el negocio

Propósito de la empresa

*[Describe tu empresa en uno o dos párrafos y destaca qué tipos de productos o servicios ofrecerás, cuál es tu mercado objetivo y por qué crees que obtendrás buenos resultados con tu plan de negocio actual.]*

Declaración de la misión o de la visión de la empresa

*[Incluye aquí la declaración de la misión o de la visión de tu empresa.]*

Valores fundamentales

*[Resume los valores fundamentales de tu empresa y explica por qué los elegiste.]*

Estructura organizativa y de los equipos

*[Incluye una descripción general de la estructura de tu empresa. ¿Qué personas ocupan cargos directivos clave y qué experiencia aportan? ¿Cómo estructurarás tu empresa?]*

Línea de productos y servicios

Oferta de productos

*[Describe tu línea de productos con mayor detalle, si procede. Enumera cada producto y su funcionalidad.]*

Oferta de servicios

*[Describe tu línea de servicios con mayor detalle, si procede. Enumera cada servicio y explica por qué lo ofreces.]*

Modelo de precios

*[¿Cuánto cobrarás por cada uno de tus productos y servicios? ¿Cuáles serán tus márgenes de beneficios y por qué? (Si necesitas ayuda para definir tu modelo de precios,* [*prueba nuestra calculadora*](https://offers.hubspot.es/calculadora-precios-de-ventas)*).]*

Análisis del mercado

Mercado objetivo

*[Explica cuál es tu mercado objetivo y por qué. Destaca el tamaño total del mercado, así como sus aspectos demográficos y psicográficos.]*

Buyer personas

*[¿A quiénes te diriges? Un buyer persona es una representación semificticia de tu cliente ideal, elaborada a partir de investigaciones de mercado y datos reales sobre los clientes que ya tienes. Describe estos clientes ideales en esta sección. Si necesitas crearlos desde cero, puedes usar nuestra herramienta gratuita para* [*crear buyer personas*](https://www.hubspot.es/make-my-persona)*.]*

Análisis de la ubicación de la empresa

*[Explica por qué has elegido la ubicación propuesta y qué ventajas esperas que te aporte.]*

Análisis de la competencia

*[Explica cómo está la competencia en tu sector. Si quieres, puedes añadir un* [*análisis FODA*](https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda) *o un* [*análisis de las cinco fuerzas de Porter*](https://blog.hubspot.es/marketing/fuerzas-de-porter)*, ya sea en esta sección o en el anexo.*

*Para resumir esta información, haz una lista de tus principales competidores e incluye la siguiente información sobre cada uno de ellos:]*

* **Puntos fuertes frente a la competencia:** *¿Qué recursos tiene tu empresa que este competidor no tiene?*
* **Puntos débiles frente a la competencia:** *¿En qué ámbitos o atributos te superan tus competidores?*
* **Argumentos:** *Si se menciona un punto débil en las negociaciones de ventas, ¿qué argumentos pueden usarse para rebatirlo?*

| **Nombre del competidor** | Puntos fuertes | Puntos débiles | Argumentos |
| --- | --- | --- | --- |
| **Competidor A** |  |  |  |
| **Competidor B** |  |  |  |
| **Competidor C** |  |  |  |

Plan de marketing

Estrategia de posicionamiento

*[¿Por qué van a interesarse por tu producto los compradores potenciales? ¿Cómo abordarás los principales objetivos y desafíos de tus buyer personas? ¿Cómo usarás tu página web para conseguir resultados?]*

Canales de adquisición

*[¿Cuáles son tus principales canales de adquisición de clientes (por ejemplo, marketing en buscadores, marketing de eventos, publicación de blogs, marketing colaborativo o de pago) y cuáles piensas priorizar este año?]*

Herramientas y tecnología

*[¿Con qué sistemas trabajará tu equipo de marketing? ¿Usarás un* [*CMS*](https://www.hubspot.es/products/cms)*, un software de automatización del marketing o un software de publicación en blogs? De ser así, enuméralos.]*

Plan de ventas

Metodología de ventas

*[¿Cómo llegarás a tus leads y cómo interactuarás con ellos? ¿Piensas seguir una estrategia de ventas inbound o outbound? ¿Por qué tu empresa ha elegido una determinada estrategia de captación de prospectos?]*

Estructura organizativa de ventas

*[¿Quién se encargará de vender tus productos o servicios? ¿Cómo colaborarán los equipos de ventas y de marketing? ¿Cuál será la jerarquía de cargos?]*

Canales de ventas

*[¿Qué canales usarás para vender tus productos? ¿Venderás online, en tiendas físicas o a través de representantes de ventas? ¿Venderás tus productos en tu propia tienda o los distribuirás a otros establecimientos?]*

Herramientas y tecnología

*[Explica qué herramientas de ventas utilizarás, como un chat en directo, un sitio web e integraciones de venta electrónica, un* [*software de CRM*](https://www.hubspot.es/products/crm) *o un software de llamadas, y cómo te ayudarán a lograr tus objetivos.]*

Información legal

Marco legal

*[Explica cuál será el marco legal de tu empresa.]*

Consideraciones jurídicas

*[¿Qué consideraciones jurídicas debe tener en cuenta tu empresa en sus procedimientos operativos clave? Enumera todos los registros gubernamentales, códigos sanitarios, requisitos de seguros y leyes de zonificación que debes cumplir, y explica qué medidas de cumplimiento vas a implementar.]*

Consideraciones financieras

Gastos iniciales

*[Enumera todos los gastos iniciales como elementos independientes, seguidos del gasto total de cada uno. También puedes incluir una lista más detallada de gastos en el anexo, donde puedes especificar detalles sobre los proveedores y las fechas de pago.]*

Previsiones de ventas

*[Incluye tus previsiones de ventas para los próximos trimestres o años. También puedes incluir un resumen de las previsiones con sus respectivas métricas de resultados, y luego remitir a una hoja de cálculo más detallada en el anexo.]*

Análisis del punto de equilibrio

*[Detalla en qué momento y tras cuántos dólares o unidades de ventas llegarás al punto de equilibrio.* También puedes incluir un análisis más detallado en el anexo si este apartado acaba resultando demasiado complejo.]

Pronóstico de ganancias y pérdidas

*[Detalla qué ganancias y pérdidas esperas tener durante al menos un año. Si esperas obtener ganancias al cabo de poco más de un año, incluye la fecha en este apartado. Si no, remite a los lectores al pronóstico completo de ganancias y pérdidas del anexo.]*

Requisitos de financiación

*[¿Qué financiación necesitarás en el futuro inmediato para que tu empresa consiga buenos resultados?]*

Anexo

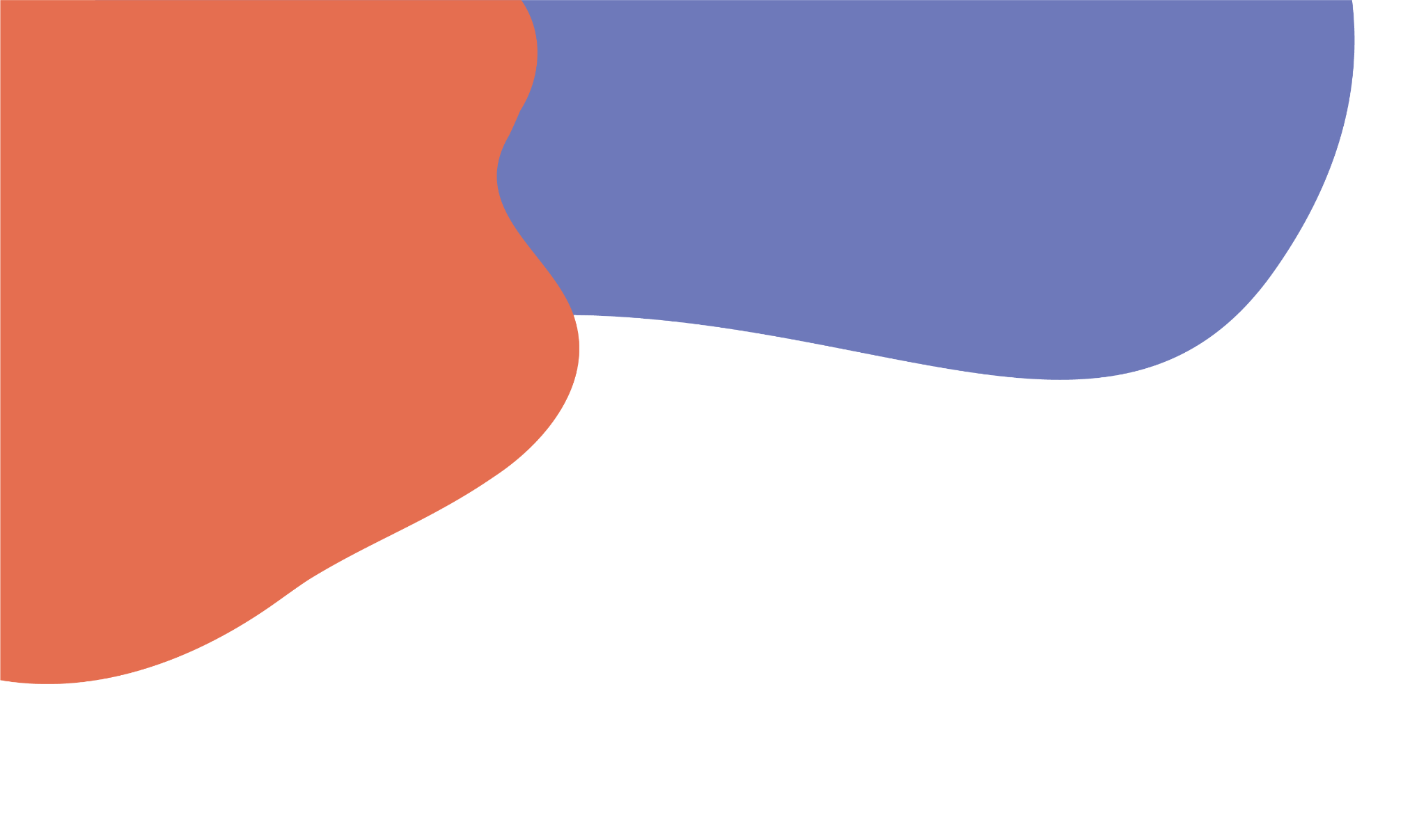
*[Los siguientes apartados son opcionales y puedes añadir o eliminar cualquier gráfica o dato que creas oportuno.*

* *Planos*
* *Patentes*
* *Organigrama*
* *Gráficos financieros]*

**¿Falta algo?**

*Agrega otra sección aquí si es necesario.*

# 



|  |
| --- |
| **Plantilla para un plan de negocio**  ***Versión con diseño*** |
|  |

### 

### 

### Nombre de la empresa

**Título del documento**

### 

### 

### 

### 

### Fecha





| **Índice** | Resumen ejecutivo | # |
| --- | --- | --- |
| Descripción de la empresa y el negocio | # |
| Línea de productos y servicios | # |
| Análisis del mercado | # |
| Plan de marketing | # |
| Plan de ventas | # |
| Información legal | # |
| Consideraciones financieras | # |
| Anexo | # |
|  |  |
|  |  |

# 

# **Resumen ejecutivo**

### 

Describe tu negocio en una o dos páginas y destaca la información más importante para los lectores. Los resúmenes ejecutivos son descripciones breves que suelen incluir:

* Una declaración de la misión de la empresa
* La historia de la empresa y su modelo directivo
* Un resumen de las ventajas competitivas
* Proyecciones financieras
* Objetivos de la empresa
* Una propuesta para los posibles inversores

*[Introduce aquí el resumen ejecutivo.]*

|  | **Consejo** Antes de redactar este apartado, termina el plan de negocio. De esta forma, podrás resumir lo que ya has escrito. |
| --- | --- |

# **Descripción de la empresa y el negocio**

### 

### Propósito de la empresa

Describe tu empresa en uno o dos párrafos y destaca qué tipos de productos o servicios ofrecerás, cuál es tu mercado objetivo y por qué crees que obtendrás buenos resultados con tu plan de negocio actual.

*[Describe aquí tu empresa]*

### Declaración de la misión o de la visión de la empresa

*[Añade aquí la declaración de la misión o de la visión de la empresa]*

|  | **Consejo** ¿Necesitas ideas para redactar tu misión? Consulta nuestra [guía con 100 ejemplos y plantillas](https://offers.hubspot.es/mision-y-vision). |
| --- | --- |

#### 

### Valores fundamentales

Los valores fundamentales de tu empresa definen tu propósito. Resume los valores fundamentales de tu negocio, explica por qué los elegiste y cómo los personifica tu empresa.

[*Enumera aquí tus valores fundamentales*]

|  | **Consejo** Si todavía no has decidido tus valores, en [esta publicación de blog](https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-valores-empresa) encontrarás ejemplos de los valores fundamentales más comunes. |
| --- | --- |

#### 

### Estructura organizativa y de los equipos

Incluye una descripción general de la estructura de tu empresa. ¿Qué personas ocupan cargos directivos clave y qué experiencia aportan? ¿Cómo estructurarás tu empresa?

*[Incluye aquí el organigrama de tu empresa]*

|  | **Recurso gratuito** Si necesitas ayuda para representar el organigrama de tu empresa, consulta [la guía sobre estructuras organizacionales de HubSpot](https://offers.hubspot.es/guia-estructuras-organizacionales). |
| --- | --- |

#### 

# **Línea de productos y servicios**

### 

### Oferta de productos

Describe tu línea de productos con mayor detalle, si procede. Enumera cada producto y su funcionalidad.

*[Indica aquí tus ofertas de productos]*

### Ofertas de servicios

Describe tu línea de servicios con mayor detalle, si procede. Enumera cada servicio y explica por qué lo ofreces.]

*[Indica aquí tus ofertas de servicios]*

### Modelo de precios

¿Cuánto cobrarás por cada uno de tus productos y servicios? ¿Cuáles serán tus márgenes de beneficios y por qué?

*[Incluye aquí el modelo precios]*

|  | **Recurso gratuito** Si necesitas ayuda para definir tu modelo de precios, [prueba nuestra calculadora](https://offers.hubspot.es/calculadora-precios-de-ventas). |
| --- | --- |

# Análisis del mercado

### 

### Mercado objetivo

Explica cuál es tu mercado objetivo y por qué. Destaca el tamaño total del mercado, así como sus aspectos demográficos y psicográficos.

*[Añade tu mercado objetivo aquí]*

### Buyer personas

¿A quiénes te diriges? Un buyer persona es una representación semificticia de tu cliente ideal, elaborada a partir de investigaciones de mercado y datos reales sobre los clientes que ya tienes.

*[Indica aquí quiénes son tus buyer personas]*

|  | **Recurso gratuito** Si todavía no has creado ninguna, echa un vistazo a las [plantillas para crear buyer personas de HubSpot](https://offers.hubspot.es/buyer-personas). |
| --- | --- |

### Análisis de la ubicación de la empresa

Explica por qué has elegido la ubicación propuesta y qué ventajas esperas que te aporte.

*[Añade aquí un análisis de la ubicación]*

### Análisis de la competencia

Explica cómo está la competencia en tu sector. Si quieres, puedes añadir un [análisis FODA](https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda) o un [análisis de las cinco fuerzas de Porter](https://blog.hubspot.es/marketing/fuerzas-de-porter), ya sea en esta sección o en el anexo.

Para resumir esta información, haz una lista de tus principales competidores e incluye la siguiente información sobre cada uno de ellos:

* Puntos fuertes frente a la competencia: ¿Qué recursos tiene tu empresa que este competidor no tiene?
* Puntos débiles frente a la competencia: ¿En qué ámbitos o atributos te superan tus competidores?
* Argumentos: Si se menciona un punto débil en las negociaciones de ventas, ¿qué argumentos pueden usarse para rebatirlo?

*[A continuación, añade el análisis de la competencia]*

|  | **Puntos fuertes** | **Puntos débiles** | **Argumentos** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Competidor** **A** |  |  |  |
| **Competidor** **B** |  |  |  |
| **Competidor** **C** |  |  |  |

|  | **Recurso gratuito** Con [las 10 plantillas de HubSpot para analizar la competencia](https://offers.hubspot.es/kit-de-investigacion-de-mercado) podrás analizar en mayor detalle a tus principales competidores. |
| --- | --- |

# **Plan de marketing**

|  | **Recurso gratuito** Si quieres desarrollar un plan detallado de tu estrategia de marketing, echa un vistazo a [esta plantilla gratuita de HubSpot](https://offers.hubspot.es/plantilla-plan-marketing). |
| --- | --- |

### Estrategia de posicionamiento

¿Por qué van a interesarse por tu producto los compradores potenciales? ¿Cómo abordarás los principales objetivos y desafíos de tus buyer personas? ¿Cómo usarás tu página web para conseguir resultados?

*[Indica aquí tu estrategia de posicionamiento]*

### Canales de adquisición

¿Cuáles son tus principales canales de adquisición de clientes (por ejemplo, marketing en buscadores, marketing de eventos, publicación de blogs, marketing colaborativo o de pago) y cuáles piensas priorizar este año?

[*Indica aquí los canales de adquisición*]

### Herramientas y tecnología

¿Con qué sistemas trabajará tu equipo de marketing? ¿Usarás un CMS, un software de automatización del marketing o un software de publicación en blogs? De ser así, enuméralos.

*[Indica aquí qué herramientas y tecnología vas a usar]*

|  | **Consejo** HubSpot tiene software gratuito de marketing, ventas y servicio al cliente que puedes [empezar a usar hoy mismo](https://www.hubspot.es/pricing/crm). |
| --- | --- |

# **Plan de ventas**

|  | **Recurso gratuito** Si tu equipo de ventas necesita concretar su estrategia y sus objetivos, echa un vistazo a [esta plantilla de HubSpot para elaborar un plan de ventas](https://offers.hubspot.es/plantilla-plan-ventas). |
| --- | --- |

### Metodología de ventas

¿Cómo llegarás a tus leads y cómo interactuarás con ellos? ¿Piensas seguir una estrategia de ventas inbound o outbound? ¿Por qué tu empresa ha elegido una determinada estrategia de captación de prospectos?

*[Explica aquí tu metodología de ventas]*

### Estructura organizativa de ventas

¿Quién se encargará de vender tus productos o servicios? ¿Cómo colaborarán los equipos de ventas y de marketing? ¿Cuál será la jerarquía de cargos?

*[Indica aquí la estructura organizativa de ventas]*

### Canales de ventas

¿Qué usarás para vender tus productos? ¿Venderás online, en tiendas físicas o a través de representantes de ventas? ¿Venderás tus productos en tu propia tienda o los distribuirás a otros establecimientos?

*[Enumera aquí los canales de ventas]*

### Herramientas y tecnología

Explica qué herramientas de ventas utilizarás, como un chat en directo, un sitio web e integraciones de venta electrónica, un software de CRM o un software de llamadas, y cómo te ayudarán a lograr tus objetivos.

*[Indica aquí qué herramientas y tecnología vas a usar]*

|  | **Consejo** HubSpot tiene software gratuito de ventas que puedes [empezar a usar hoy mismo](https://www.hubspot.es/pricing/crm). |
| --- | --- |

# **Información legal**

### 

### Marco legal

¿Cuál será el marco legal de tu empresa?

*[Explica aquí el marco legal]*

|  | **Consejo** Tu marco legal debe cumplir con los requisitos de la oficina fiscal de tu país . |
| --- | --- |

### Consideraciones jurídicas

¿Qué consideraciones jurídicas debe tener en cuenta tu empresa en sus procedimientos operativos clave? Enumera todos los registros gubernamentales, códigos sanitarios, requisitos de seguros y leyes de zonificación que debes cumplir, y explica qué medidas de cumplimiento vas a implementar.

[*Incluye aquí las consideraciones jurídicas*]

# **Consideraciones financieras**

### 

### Gastos iniciales

Enumera todos los gastos iniciales como elementos independientes, seguidos del gasto total de cada uno. También puedes incluir una lista más detallada de gastos en el anexo, donde puedes especificar detalles sobre los proveedores y las fechas de pago.

*[Incluye aquí un desglose de los gastos iniciales]*

### Previsiones de ventas

Incluye tus previsiones de ventas para los próximos trimestres o años. También puedes incluir un resumen de las previsiones con sus respectivas métricas de resultados, y luego remitir a una hoja de cálculo más detallada en el anexo.]

*[Incluye aquí tus previsiones de ventas]*

|  | **Recurso gratuito** Si necesitas ideas para crear tus previsiones de ventas, echa un vistazo a la [plantilla gratuita de HubSpot para aumentar las tasas de conversión](https://offers.hubspot.es/aumento-tasas-conversion). |
| --- | --- |

### Análisis del punto de equilibrio

Detalla en qué momento y tras cuántos dólares o unidades de ventas llegarás al punto de equilibrio. También puedes incluir un análisis más detallado en el anexo si este apartado acaba resultando demasiado complejo.

[*Añade aquí el análisis del punto de equilibrio*]

### Pronóstico de ganancias y pérdidas

Detalla qué ganancias y pérdidas esperas tener durante al menos un año. Si esperas obtener ganancias al cabo de poco más de un año, incluye la fecha en este apartado. Si no, remite a los lectores al pronóstico completo de ganancias y pérdidas del anexo.

*[Incluye aquí el pronóstico de ganancias y pérdidas]*

### Requisitos de financiación

¿Qué financiación necesitarás en el futuro inmediato para que tu empresa consiga buenos resultados?

[*Añade aquí los requisitos de financiación*]

# **Anexo**

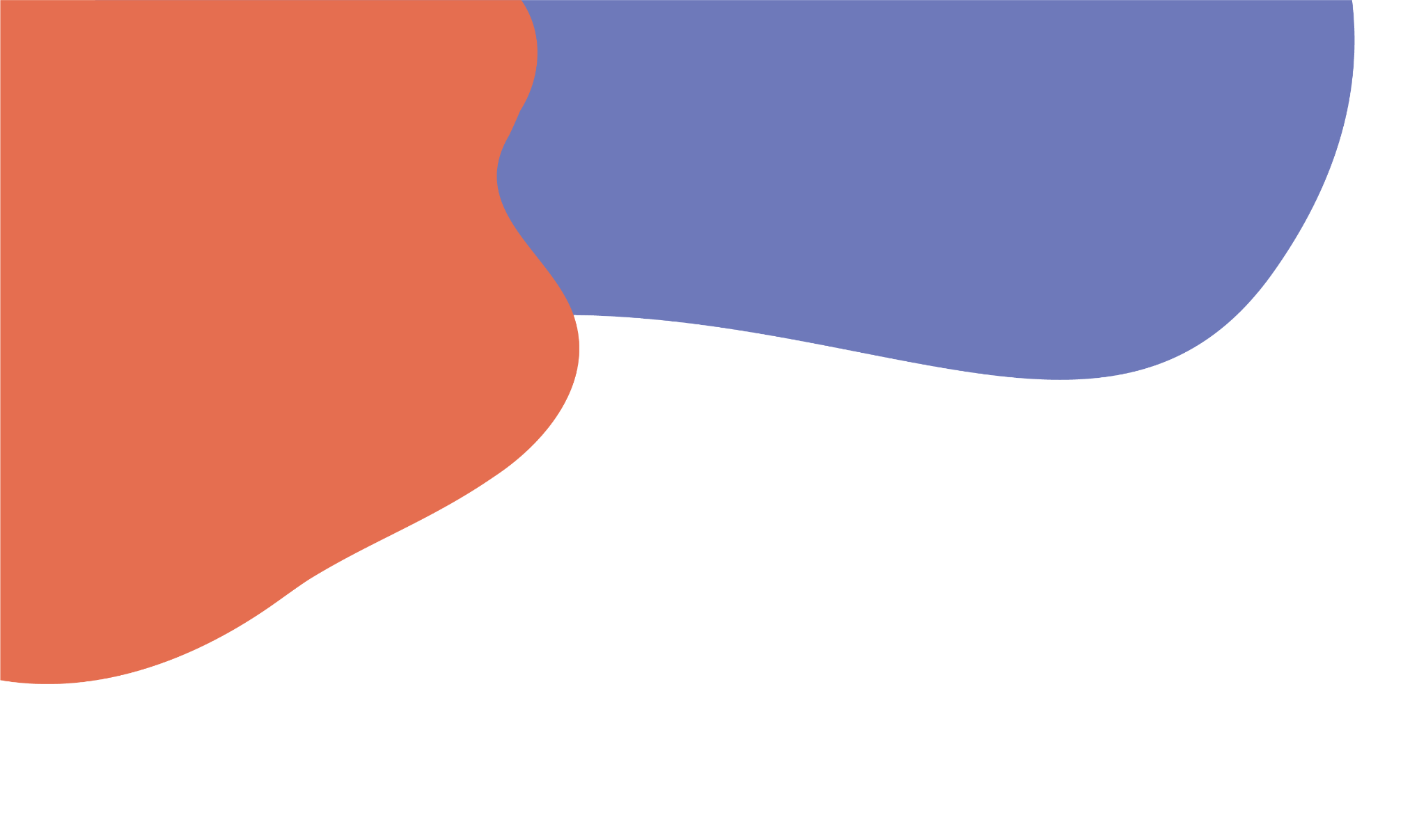
Los siguientes apartados son opcionales y puedes añadir o eliminar cualquier gráfica o dato que creas oportuno.

* Planos
* Patentes
* Organigrama
* Gráficos financieros

*[Incluye aquí el anexo]*

# **¿Falta algo?**

Agrega otra sección aquí si es necesario.



|  |
| --- |
| **Plantilla para un plan de negocio**  ***Versión*** *de* ***ejemplo*** |
|  |

### 

### 

### Productos Ecológicos Tierra Madre

**Plan de negocio**

### 

### 

### 

### 

### 2023





| **Índice** | Resumen ejecutivo | 1 |
| --- | --- | --- |
| Descripción de la empresa y el negocio | 2 |
| Línea de productos y servicios | 4 |
| Análisis del mercado | 5 |
| Plan de marketing | 7 |
| Plan de ventas | 8 |
| Información legal | 9 |
| Consideraciones financieras | 10 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# 

# **Resumen ejecutivo**

Productos Ecológicos Tierra Madre es el único proveedor de alimentos ecológicos producidos por y para los habitantes de Veracruz. Trabajamos exclusivamente con ganaderos y proveedores locales para ofrecer a los restaurantes y negocios de hostelería los mejores productos, ingredientes y la carne de mayor calidad de la región. Nuestros clientes, por su parte, están encantados de poder servir productos locales que no necesitan transportarse en avión ni cruzar el país en camión, sino que proceden de granjas cercanas.

Por este motivo, nuestra misión es convertirnos en el referente de la comunidad hostelera de Veracruz y distribuir productos locales de primera calidad con tres valores fundamentales en mente: comunidad, sostenibilidad y autenticidad.

Tras analizar nuestro mercado, hemos llegado a la conclusión de que podremos obtener ingresos superiores a los **2,5 millones de USD** a finales de este año. Pensamos combinar estrategias inbound y outbound para lograr más de un 30% de la cuota de mercado de los restaurantes de Veracruz, y también obtendremos un beneficio al conectar a los restaurantes de la zona con sus clientes.

Para impulsar nuestro crecimiento y conseguir nuestros objetivos, necesitamos una inversión de 1.000.000 de USD. Con esta suma, podríamos cubrir nuestros gastos iniciales y tendríamos aproximadamente un año de capital operativo hasta recuperar la inversión inicial, con vistas a alcanzar el punto de equilibrio en dos años.

# **Descripción de la empresa y el negocio**

### 

### Propósito de la empresa

Productos Ecológicos Tierra Madre ofrece a los restaurantes y a las empresas de servicios alimenticios ingredientes de calidad con un valor sin precedentes. Tierra Madre, que se centra en dar respuesta a las necesidades de los establecimientos de Veracruz y sus alrededores, provee con alimentos y bebidas locales a restaurantes, hoteles, colegios, cervecerías y otros establecimientos.

Además de estar registrados en Veracruz, operamos únicamente en esta región y sus alrededores para llevar los productos autóctonos de mayor calidad a los establecimientos locales. De esta forma, al conectar a los productores de Veracruz con los restaurantes locales, contribuimos a fomentar un sentimiento de comunidad a través de la producción ecológica. Creemos que esta filosofía nos ayudará a atraer a los restaurantes de la zona y a desarrollar un negocio auténtico y de gran valor.

### Declaración de la misión o de la visión de la empresa

Nuestra misión es ofrecer a los restaurantes de Veracruz alimentos ecológicos locales de primera calidad.

#### 

### Valores fundamentales

**Comunidad:** fundamos esta empresa porque queremos contribuir al sentimiento de comunidad y promocionar los negocios locales, a la vez que ayudamos a los restaurantes de la zona a conseguir los mejores ingredientes.

**Sostenibilidad:** como trabajamos solo con productos ecológicos locales, ayudamos a reducir la huella de carbono propia del transporte internacional de productos.

**Autenticidad:** colaboramos con ganaderos y proveedores que valoran la producción natural y cuidadosa de los ingredientes, y queremos que en la cocina de nuestros clientes solo haya los mejores productos.

### Estructura organizativa y de los equipos

Joaquín Delgado es el director ejecutivo de Tierra Madre, que como puedes ver en este organigrama, consta de tres divisiones.

#### 

# **Línea de producto**

### 

### Oferta de productos

Tierra Madre ofrece a empresas de restauración locales una amplia gama de alimentos ecológicos, como los siguientes:

* Verduras y hortalizas
* Carne
* Productos lácteos
* Bebidas
* Condimentos y especias
* Pan

Además, Tierra Madre distribuye utensilios básicos de cocina, como herramientas y recipientes.

### Modelo de precios

Tenemos una estrategia de precios progresiva que incentiva los pedidos de gran tamaño. Tenemos tres niveles de precios y, según los ingredientes, el precio por unidad baja si se supera un determinado umbral. Por ejemplo, hasta los 1000 USD vendemos la pechuga de pollo a 2,50 USD por cada medio kilo. En pedidos de entre 1000 USD y 2000 USD, el precio es de 2 USD por cada medio kilo, y cualquier pedido que supere los 2000 USD tendrá un precio de 1,75 USD por cada medio kilo.

Con este modelo, animamos a nuestros clientes a realizar pedidos de cantidades considerables y aumentamos nuestros ingresos por cada envío.

# 

# Análisis del mercado

### 

### Mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo son los restaurantes de la zona de Veracruz y sus alrededores. Nuestros productos llegan a restaurantes de Córdoba, Xalapa e incluso Tehuacán.

Ante todo, nuestros productos atraen a restaurantes que acaban de abrir o que llevan abiertos menos de dos años. Como nos centramos en los productos locales y en el desarrollo de un sentimiento de comunidad, queremos llegar a los negocios que todavía no tienen una manera fija de operar ni una relación con los grandes proveedores de alimentos. De esta forma, nuestro mercado objetivo abarca un total de 15.000 restaurantes en la zona o cercanos a ella.

### Buyer persona



### Análisis de la ubicación de la empresa

Como estamos ubicados en Heroica Veracruz, podemos llegar con facilidad a la mayoría de nuestros destinos, como a Córdoba, Xalapa y Tehuacán.

### Análisis de la competencia

|  | **Puntos fuertes** | **Puntos débiles** | **Argumentos** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nacional Alimenticia** | Tierra Madre se centra principalmente en Veracruz y en la distribución de alimentos locales. | Nacional Alimenticia ofrece precios mucho más bajos porque opera a nivel nacional. | Con Tierra Madre, pagas por alimentos más frescos y de mayor calidad, procedentes de tu comunidad. |
| **Cárnica Tradicional** | Tierra Madre no ofrece solo carne, por lo que contribuye a simplificar los pedidos. | La carne de Cárnica Tradicional se consideran la mejor del país. | Tierra Madre promueve el consumo de carne local producida con métodos sostenibles, algo que Cárnica Tradicional no hace. |
| **Suministros** **El Dorado** | Los alimentos que suministramos son más frescos y de mayor calidad que los de El Dorado. | El Dorado tiene una mayor magnitud y, por lo tanto, más capital e influencia, y precios más bajos. | Nosotros nos centramos principalmente en Veracruz y su comunidad. |

# 

# **Plan de marketing**

### Estrategia de posicionamiento

Al posicionarnos como promotores de Veracruz, de sus habitantes y de su escena gastronómica, nuestro mercado empezará a identificarnos fácilmente con los restaurantes de la zona.

Como proveedores de una línea variada de alimentos ecológicos, nuestros clientes se ahorran el estrés de tener que trabajar con distintos proveedores, por no mencionar que ofrecemos productos frescos y locales a nuestros clientes. De esta forma, los restaurantes con los que trabajamos pueden centrarse en ofrecer la mejor experiencia a sus comensales sin preocuparse por cuándo llegará el próximo envío.

### Canales de adquisición

Estos son nuestros principales canales de adquisición:

* **Marketing de eventos:** asistiremos a conferencias y eventos de restaurantes locales para promocionar nuestros productos en Veracruz y sus alrededores.
* **Marketing de pago:** invertiremos en SEM en Google para mostrarnos en los resultados de palabras clave relacionadas con el suministro de alimentos, y nos centraremos en la zona de Veracruz y sus alrededores.
* **Marketing del sitio web:** optimizaremos nuestro sitio web para agregar palabras clave relevantes y perfeccionaremos la ruta de conversión para que los visitantes permanezcan en el sitio.

### Herramientas y tecnología

Para gestionar nuestra presencia digital, emplearemos las siguientes herramientas tecnológicas:

* [CMS de HubSpot](https://www.hubspot.es/products/cms): gestionaremos nuestro sitio web con HubSpot y publicaremos nuestro contenido a través de esta plataforma.
* [Software de automatización de marketing](https://www.hubspot.es/products/marketing/marketing-automation): utilizaremos herramientas de automatización para interactuar con nuestros leads mediante workflows.
* [CRM de HubSpot](https://www.hubspot.es/products/crm): usaremos el CRM de HubSpot para hacer seguimiento de nuestros contactos y mantener la relación con ellos.

# **Plan de ventas**

### Metodología de ventas

Nuestra estrategia será en parte inbound y en parte outbound. La estrategia inbound se llevará a cabo a través de los canales de adquisición citados en el apartado del plan de marketing.

En lo referente a la estrategia outbound, trabajaremos con ventas basadas en cuentas. Queremos entablar relaciones con los restaurantes más importantes de Veracruz y, para ello, debemos tener iniciativa a la hora de establecer estas conexiones.

### Estructura organizativa de ventas

Tenemos dos representantes comerciales en plantilla que trabajarán en el embudo inbound y outbound desde la oficina. También tenemos tres representantes de ventas outbound que harán contactos y responderán a solicitudes en persona.

El equipo está liderado por nuestro vicepresidente de ventas, cuyo superior es el director general de ingresos.

### Herramientas y tecnología

Utilizaremos [HubSpot Sales](https://www.hubspot.es/products/sales) para gestionar el ciclo de ventas y la información de nuestros prospectos. Este software también genera nuestros informes de ventas, hace un seguimiento de los ingresos y nos ayuda a analizar nuestros objetivos.

# **Información legal**

### 

### Marco legal

Tierra Madre es una empresa de responsabilidad limitada y cuenta con todas las licencias necesarias.

### Consideraciones jurídicas

Prestamos especial atención a las normas de la entidad reguladora de nuestro sector. Colaboramos estrechamente con profesionales locales para que el suministro, el almacenamiento y las entregas sean seguros y cumplan con las correspondientes normativas. También respetamos todas las normativas de las regiones colindantes para cubrirnos las espaldas a medida que nuestra empresa crece.

# **Consideraciones financieras**

### 

### Gastos iniciales

| Descripción | Precio |
| --- | --- |
| Marketing | 50.000 USD |
| Locales y almacenamiento | 400.000 USD |
| Inventario | 20.000 USD |
| Camiones de reparto | 80.000 USD |
| Gastos de contratación | 200.000 USD |
| **Total** | 750.000 USD |

### Previsiones de ventas

Prevemos obtener unos ingresos de **2,5 millones de USD** a finales de año, lo que supondrá un crecimiento intermensual del 4%.

### Requisitos de financiación

Para impulsar nuestro crecimiento, necesitamos 1.000.000 de USD que complementen los 250.000 USD que aportó la empresa.

# 

| **Haz crecer tu negocio**  **con el CRM de HubSpot**  El CRM gratuito de HubSpot ayuda a las empresas en expansión a conectar con sus contactos y aumentar su cartera de clientes. | |  | |
| --- | --- | --- | --- |
|  | [**Obtener el CRM gratuito**](https://www.hubspot.es/products/crm) | |  |
|  | | | |