**PLANTILLA DE RÚBRICA DEL PLAN DE NEGOCIOS **

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TÍTULO DEL PLAN** |  |  |  | **FECHA** |
|  |  |  |  |   |
| **NOMBRE DEL REVISOR** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **RÚBRICA** | **PUNTAJE** |  | **ESCALA DE PUNTUACIÓN** | **TOTAL** |
| Expectativas superadas | **4** |  | **EJEMPLAR** | **25 – 28** |
| Expectativas cumplidas | **3** |  | **ACEPTABLE** | **21 – 24** |
| Pautas cumplidas | **2** |  | **NECESITA MEJORAR** | **16 – 20** |
| Pautas cumplidas de alguna manera | **1** |  | **INADECUADA** | **0 – 15** |
| Incompleta; Información no disponible | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CRITERIOS** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **RESUMEN EJECUTIVO** |  |  |  |  |  |
| Esto proporciona una descripción general concisa y exhaustiva y describe de manera efectiva los puntos principales del plan. |  |  |  |  |  |
| **DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA** |  |  |  |  |  |
| Esto transmite claramente la idea de negocio. Incluye un motivo detallado del lanzamiento, así como una descripción detallada del servicio o el producto ofrecido. Describe la visión, la misión, el enfoque y la propuesta de valor de la empresa.  |  |  |  |  |  |
| **ANÁLISIS DEL SECTOR** |  |  |  |  |  |
| Esto identifica el tamaño del sector, los segmentos, la madurez, las tendencias y las perspectivas; detalla las posibilidades, amenazas y posibles obstáculos de entrada. Proporciona un análisis competitivo integral. Define el mercado objetivo y la demografía de los consumidores. También proporciona las ventajas competitivas y únicas.  |  |  |  |  |  |
| **PLAN DE GESTIÓN** |  |  |  |  |  |
| Esto define la forma de propiedad de la empresa y proporciona el razonamiento del formulario elegido. También proporciona un organigrama con los nombres, roles y cualificaciones de los miembros. Define a las partes interesadas adicionales y a los servicios profesionales solicitados.  |  |  |  |  |  |
| **PLAN DE MARKETING** |  |  |  |  |  |
| Esto transmite claramente la estrategia de marketing general y proporciona el presupuesto. También proporciona los planes para las siguientes áreas: precios, distribución, promoción, publicidad, medios de comunicación, relaciones públicas, ventas y gestión de ventas.  |  |  |  |  |  |
| **PLAN OPERATIVO** |  |  |  |  |  |
| Esto describe y aborda cualquier necesidad de recursos humanos, instalaciones e infraestructura tecnológica. Identifica todas las necesidades logísticas y de distribución. También proporciona cronogramas de implementación y procesos de seguimiento del progreso. |  |  |  |  |  |
| **PLAN FINANCIERO** |  |  |  |  |  |
| Esto incluye un informe completo de costos de puesta en marcha. También identifica las posibles fuentes de financiación inicial. Proporciona las previsiones de ventas, las proyecciones de ingresos, los estados financieros proforma, el análisis de ruptura y el presupuesto de capital. |  |  |  |  |  |
| **TOTALES DE COLUMNAS** |  |  |  |  |  |
| **PUNTAJE TOTAL** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **RENUNCIA**Todos los artículos, las plantillas o la información que proporcione Smartsheet en el sitio web son solo de referencia. Mientras nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos declaraciones ni garantías de ningún tipo, explícitas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, los artículos, las plantillas o los gráficos relacionados que figuran en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que usted deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |