



## 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

a. ¿Cuál es el tamaño del mercado objetivo en pesos?

Para calcular el tamaño de tu mercado objetivo calculá el precio unitario de tu producto o servicio y multiplícalo por la cantidad de personas que componen dicho mercado.

(FORMATO Número)

b. Justificá con información de alguna fuente oficial, estudios sectoriales, etc.

(Detalle 1300 caracteres)

c. ¿Cuál es el porcentaje de participación estimado del emprendimiento en el mercado objetivo?

(FORMATO Porcentaje)

d. Justificá dicho porcentaje de participación el mercado.

(Detalle 700 caracteres)

e. Durante los últimos doce meses, ¿la empresa ha accedido a nuevos mercados o segmentos de mercado?

SI	NO
----	----

(desplegar sí responde si)

Cuantos	(formato número)
Cuales	(700 caracteres)

f. ¿Cuáles son las barreras para entrar al mercado objetivo? SELECCIÓN MÚLTIPLE

ECONOMÍA DE ESCALA (Bajo volumen de producción y costos altos en relación a la competencia)	
ESQUEMAS DE LEALTAD (Competidores con esquemas o servicios especiales para asegurar lealtad de sus clientes)	
ACCESO A PROVEEDORES (Concentración de uno, o varios, insumos en manos de un proveedor)	
ACCESO A MATERIA PRIMA (Dificultad para acceder a la materia prima necesaria para la elaboración del producto)	
ACCESO A CANALES DE DISTRIBUCIÓN (Concentración y control de los canales de distribución)	
DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO (Altos costos de	



inversión en publicidad y marketing para posicionar el producto)	
REQUERIMIENTOS LEGALES/NORMATIVOS (Requerimiento de una normativa específica o aprobación de parte de un organismo estatal)	
El producto no tiene un mercado probado	
Mercado protegido por una patente	
Alta necesidad de capital /inversión /capital intensivo	
Ninguna de los anteriores	

Ubicarlas en orden de importancia (máximo 3)

1°	(desplegar las mismas opciones de pregunta f)
2°	
3°	

g. ¿Quién es el usuario o consumidor?

Consumidores Finales	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)
Empresas	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)
Gobiernos	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)
Instituciones (escuelas, clubes etc)	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)
Otro/s	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)

h. ¿Quién es el cliente / potencial cliente?

Personas	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)
Gobiernos	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)



Empresas	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)
Instituciones	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)
Otro/s	SI / NO	Detalle (Campo Abierto) (400 caracteres)

i. Durante los últimos doce meses, ¿cuántos clientes en promedio han sido mensualmente atendidos por la empresa?

Número	Detalle (400 caracteres)
--------	--------------------------

j. ¿Quiénes son los competidores directos e indirectos? (detallar información disponible de los mismos)(en orden de importancia)  
(tablas obligatoria 1 - Máximo 10)

Nombre / Razón Social(texto)	Directo o Indirecto	descripción (300 caracteres)	link al sitio del competidor (si lo tiene/conoce) (no obligatorio)
------------------------------	---------------------	------------------------------	---

k. ¿Cómo te vas a diferenciar de la competencia?

Por precio	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Por calidad del producto/servicio	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Por tipo de producto / servicio	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Por forma de producir (ej, formas sustentables de producción)	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Por utilizar diferentes canales de comunicación	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Por utilizar diferentes canales de comercialización	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Por la marca	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Por utilizar diferentes medios de pago	Si / No	DETALLE (300 caracteres)
Si desea ampliar: (no obligatorio)	DETALLE (300 caracteres)	



I. ¿Quiénes son los proveedores de tu producto o servicio? Enumeralos y justificá su elección (SELECCIÓN MÚLTIPLE)  
(Nombre, ítem que provee, nivel de importancia, porqué)

Proveedor 1 (Texto) (30 caracteres)	Importancia	Ítem que provee (100 caracteres)	Por cercanía
Proveedor 2 (Completar)	Muy	(Texto)	Por características técnicas
Proveedor 3 (Completar)	importante		Por calidad de insumos
Proveedor 4 (Completar)	poco		Por precios
Proveedor 5 (Completar)			Por condiciones de venta
Proveedor 6 (Completar)			Por plazos
Proveedor 10 (máximo)			Por cantidad y disponibilidad de insumos

## 2. ESTRATEGIA COMERCIAL

### 1. COMUNICACIÓN

a. ¿Cuáles son los canales de comunicación y las herramientas de promoción que usas o vas a usar para dar a conocer el producto y atraer a los potenciales clientes? (SELECCIÓN MÚLTIPLE)

	Utilizo	Voy a Utilizar								
<b>Sitio Web</b>	<table border="1"><tr><td>SEO (Search Engine Optimization)</td></tr><tr><td>Google AdWord</td></tr><tr><td>E-mail marketing</td></tr><tr><td>Banner (en sitio web de tercero)</td></tr></table>	SEO (Search Engine Optimization)	Google AdWord	E-mail marketing	Banner (en sitio web de tercero)	<table border="1"><tr><td>SEO</td></tr><tr><td>Google AdWord</td></tr><tr><td>E-mail marketing</td></tr><tr><td>Banner (en sitio web de tercero)</td></tr></table>	SEO	Google AdWord	E-mail marketing	Banner (en sitio web de tercero)
SEO (Search Engine Optimization)										
Google AdWord										
E-mail marketing										
Banner (en sitio web de tercero)										
SEO										
Google AdWord										
E-mail marketing										
Banner (en sitio web de tercero)										



<b>Medios de comunicación tradicionales</b>	Radio	Radio
	TV	TV
	Periódicos	Periódicos
	Vía Pública	Vía Pública
	Otros	Otros
<b>Facebook</b>	Anuncios pagos	Anuncios pagos
	Concurso	Concurso
	Sorteo	Sorteo
	Juego	Juego
	Influencer	Influencer
	Cupones de Descuento	Cupones de Descuento
	Evento Promocional	Evento Promocional
	Campañas de Descuento	Campañas de Descuento
	Auspicio/ Publicidad	Auspicio/Publicidad
	Otros	Otros
<b>Instagram</b>	Idem	Idem
<b>Twitter</b>	Idem	Idem
<b>YouTube</b>	Idem	Idem
<b>Marketing Directo</b>	SMS	SMS
	WhatsApp	WhatsApp
	Telegram	Telegram
	Otro	Otro
<b>Eventos y Experiencias</b>	Eventos deportivos	Eventos deportivos



	<table border="1"> <tr><td>Entretenimiento</td></tr> <tr><td>Exposiciones</td></tr> <tr><td>Visitas a la fábrica/empresa</td></tr> <tr><td>Otro</td></tr> </table>	Entretenimiento	Exposiciones	Visitas a la fábrica/empresa	Otro	<table border="1"> <tr><td>Entretenimiento</td></tr> <tr><td>Exposiciones</td></tr> <tr><td>Visitas a la fábrica/empresa</td></tr> <tr><td>Otro</td></tr> </table>	Entretenimiento	Exposiciones	Visitas a la fábrica/empresa	Otro				
Entretenimiento														
Exposiciones														
Visitas a la fábrica/empresa														
Otro														
Entretenimiento														
Exposiciones														
Visitas a la fábrica/empresa														
Otro														
<b>Relaciones Públicas</b>	<table border="1"> <tr><td>Boletín de Prensa</td></tr> <tr><td>Publicaciones</td></tr> <tr><td>Relaciones con la Comunidad</td></tr> <tr><td>Revistas de la empresa</td></tr> <tr><td>Comunicados de Prensa</td></tr> <tr><td>Otro</td></tr> </table>	Boletín de Prensa	Publicaciones	Relaciones con la Comunidad	Revistas de la empresa	Comunicados de Prensa	Otro	<table border="1"> <tr><td>Boletín de Prensa</td></tr> <tr><td>Publicaciones</td></tr> <tr><td>Relaciones con la Comunidad</td></tr> <tr><td>Revistas de la empresa</td></tr> <tr><td>Comunicados de Prensa</td></tr> <tr><td>Otro</td></tr> </table>	Boletín de Prensa	Publicaciones	Relaciones con la Comunidad	Revistas de la empresa	Comunicados de Prensa	Otro
Boletín de Prensa														
Publicaciones														
Relaciones con la Comunidad														
Revistas de la empresa														
Comunicados de Prensa														
Otro														
Boletín de Prensa														
Publicaciones														
Relaciones con la Comunidad														
Revistas de la empresa														
Comunicados de Prensa														
Otro														

b. ¿Tenés alguna estrategia de marketing y comunicación para estas acciones?

Difundir tu marca?	SI	NO	DETALLE (400 caracteres)
Posicionar tu marca?	SI	NO	DETALLE(400 caracteres)
Captar nuevos clientes?	SI	NO	DETALLE (400 caracteres)
Fidelizar clientes?	SI	NO	DETALLE (400 caracteres)
Servicios de Postventa?	Si	NO	DETALLE (400 caracteres)

## 2. CANALES DE VENTA

a. ¿Qué canales de venta utilizas o vas a utilizar para vender tu producto o servicio? (Incluí los links de los canales que utilices que sean online) (SELECCIÓN MÚLTIPLE)

	Uso	LINK al	Voy a
--	-----	---------	-------



		sitio (no obligatorio)	usar
Instalación comercial (showroom, local comercial a la calle, tienda multimarca, ferias, etc.)		(100 caracteres)	
Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc)			
Marketplace (Mercadolibre, Dafiti, Netshoes, etc)			
Sitio web propio (e-commerce, Tienda nube)			
Mayorista			
Minorista			
Venta telefónica			
Ninguna de las anteriores			

b. ¿Cómo vendes tu producto o servicio?

Venta por cuenta propia	SI/NO (En caso de si desplegable con número de integrantes del equipo de ventas).
Comercialización tercerizada	SI/NO
En consignación	SI/NO
Otro	DETALLE (200 caracteres)

c. ¿Cuál es tu estrategia de precios actual? ¿Por qué?

Se denomina estrategia de precios a todos aquellos recursos de marketing que una empresa puede desarrollar en relación a la modificación de los precios de sus productos.

Precios similares a la competencia	SI /NO	DETALLE (solo para SI) (300 caracteres)
Precios "primados" (Productos / Servicios con precios superiores a la competencia que intentan dar una		DETALLE



imagen de calidad )		
Precios “descontados” (Productos/Servicios cuyos precios son inferiores a la competencia porque intentan penetrar el mercado y generar rápidamente demanda)		DETALLE

d. ¿Qué medios de pago aceptas o vas a aceptar?  
(SELECCIÓN MÚLTIPLE)

	Uso	Voy a usar
Efectivo		
Tarjeta de Débito		
Tarjeta de Crédito		
Transferencia Bancaria		
Medio de Pagos Digitales		
Cheque		
Otro		

### 3. FINANCIAMIENTO

a. ¿Cómo financiaste tu proyecto hasta ahora?

DETALLE (400 caracteres)

¿Qué otras fuentes de financiamiento vas a utilizar en tu proyecto en el próximo año además de Fondo Semilla?

Tipo de financiamiento	Marque con una X la que corresponda (puede ser más de una)
Ahorro personal propio o de socios	Monto   Porcentaje
Reinversión de ganancias	



Programas del Estado (sin FS)	
Préstamos de terceros	
Créditos personales de bancos	
Créditos empresariales de bancos	
Créditos de proveedores	
Inversión Ángel / Venta acciones (equity)	
Inversión de una Aceleradora	
Inversor de un Fondo de Capital Emprendedor	
Inversor de un Fondo de Capital Emprendedor Corporativo	

#### 4. ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS (PLAN FINANCIERO)

a. Monto solicitado de AF: \$XXXXXXXXXX (100%)

Otros Ingresos (Detalle 50 caracteres)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fondo Semilla (Traer lo solicitado en a)					
2					
3					



4					
5					

b. Plan de ventas para los próximos 5 años

Producto: _____ (en el caso de ser más de un producto que se pueda agregar un cuadro por cada uno)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de venta estimada	Q				
Precio de venta s/IVA al cliente	P				
Ingreso por venta s/IVA	=P*Q				

c. Proyección de costos de los próximos 5 años de toda la producción.

Tipo de costo del Producto 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Insumos/ materia prima	A				
Mano de obra	B				
Alquileres	C				
Otros	D				
Subtotal costos de producto 1	=sum(A:D)				
Subtotal de Costos Variables					
<b>COSTOS FIJOS</b>					
<b>Costos de Comercialización y Marketing de todos los Productos</b>					
Publicidad					
Distribución					
Honorarios profesionales (promoción)					
Alquileres					
Otros					
Subtotal costos de comercialización y MKT					
<b>Costos de Administración de todos los productos</b>					



Sueldos administrativos					
Seguros (incendio, responsabilidad civil)					
Otros (resmas de hojas)					
Subtotal costos de administración					
Subtotal de Costos Fijos					
<b>Otros Egresos</b>					
Devolucion del prestamo					
TOTAL COSTOS	CV de cada Prod + Costos fijos totales				

d. Estado de Resultados de los próximos 5 años

La idea es que el cuadro del FF se complete de manera semi automáticamente con el contenido de los cuadros "plan de ventas y proyección de costos"

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas (+)					
Otros ingresos (+)					
Costos variables y costos fijos (-)					
Otros Egresos (-)					
<b>FLUJO DE FONDOS</b>					

e. Indicá el monto estimado en pesos de ventas según el cual alcanzará el punto de equilibrio del proyecto.

El momento en que la empresa logra cubrir su costos fijos y variables y su beneficio es igual a 0.

(Solo celda para responder con número)

f. ¿En cuántos meses la empresa alcanzaría el punto de equilibrio?



### 5. FORMULARIO PLAN DE INVERSIONES Y ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO:

a. ¿Qué tipo de previsión tenés para posibles demoras, incumplimientos o cambios de escenario general? ¿Cuál sería la solución? Describir una estrategia para superarlo.

DETALLE (400 caracteres)

b. Etapas del Proceso Productivo y plan de inversiones

Número	Etapa del Proceso	Etapa del proceso/ Descripción	Proceso Interno o Tercerizado	Equipamiento/ Capacidad que utiliza actualmente.	¿Con que % de este etapa contás?	¿Utilizará parte del FS para financiar esta etapa?	% de la Asistencia Financiera	Monto estimado del mismo
1 2 3 20	Selección	Detalle  Descripción (200 caracteres)	Selección  Interno  Tercerizado  Mixto	Selección múltiple		0-100  x %  SI/NO	Limitar al 100%  x %	Campo calculado  x
	Producción			Activos Fijos	Maquinarias			
	Comercialización				Equipos			
	Formalización				Mobiliarios			
					Obras Civiles Edilicias			
				Activos Intangibles	Patentes			
					Marcas			
					Habilitaciones			
				Capital de Trabajo	Insumos			
					Materia Prima			
					Mano de Obra Contratada			
					Servicios Profesionales / Consultorías			



--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

## 6. PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO

### 1. EMPLEO

a. Indicá la cantidad de empleados a contratar en los próximos 5 años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Perfiles	a) Dirección b) Producción c) Marketing y Ventas d) Administración				
Totales					

### 2. EXPORTACIONES

a). ¿Tu empresa cuenta con capacidad ociosa o tiene capacidad de abastecer un mayor volumen de órdenes de compra? (Si tu empresa puede aumentar rápidamente la producción o incorporar personal para brindar los servicios, contesta "Si").

SI	NO
----	----

b. ¿Qué porcentaje de tus ventas son al exterior?

(formato número)

(Incluir la opción "no vendo" al exterior)

**Para los que ya exportan**



b-¿A cuáles mercados exportas?

África	
América Central y el Caribe	
América del Norte	
América del Sur	
Asia	
Europa	
Oceanía	

Países: (Desplegable de acuerdo al continente que selecciona)

c- ¿Has participado en actividades de promoción de exportaciones?

SÍ	NO
----	----

(DESPLEGABLE DE ACUERDO A LA RESPUESTA QUE ELIJA)

Ferias	(Sí/No)
Misiones comerciales	
Agendas	
Ronda de negocios	
Otros	(sin detalle)

f. ¿Tu empresa cuenta con una agenda de participación en actividades de promoción comercial internacional?

SI	NO
----	----



(DESPLEGABLE DE ACUERDO A LA RESPUESTA QUE ELIJA)

g. ¿Cuáles? (SELECCIÓN MÚLTIPLE)

Ferías	(si no)
Misiones comerciales	
Agendas	
Ronda de negocios	
Otros	(sin detalle)

### 3. ESCALABILIDAD

a. ¿Cuál es la escala actual tu emprendimiento? (selección única)

Local	Localidad	
	Ciudad mediana	
	Ciudad grande	
Provincial		
Regional		
Nacional		
Internacional		
Aún no lo sé		

b. ¿Cuál es la escala potencial de tu emprendimiento para los próximos 5 años?

Local	Localidad pequeña	
	Ciudad mediana	
	Ciudad grande	



Provincial	
Regional	
Nacional	
Internacional	
Aún no lo sé	

c. ¿Tenés planes de internacionalizar tu empresa en los próximos 12 meses? (TAMBIÉN EN CASO DE QUE HAYA RESPONDIDO QUE NO EXPORTA) (ver con 2A)

No	
Sí, en los próximos 6 meses	
Sí, en los próximos 6-12 meses	
Sí, en los próximos 12-24 meses	

d. ¿A través de qué acción? (SELECCIÓN MÚLTIPLE en caso de Responder algún SI)

Exportación	
Inversión en el extranjero	
Adquisición de / fusión con empresas en el extranjero	
Alianzas estratégicas con empresas extranjeras	
Franquicias / licencias en el exterior	

## 7. TRIPLE IMPACTO



1. Tu proyecto presenta impacto ambiental o social positivo?

SI	NO
----	----

**En caso que SI:**

1. Identificá en qué ejes temático se da el impacto:

(Selección múltiple)

ACCIÓN POR EL CLIMA / MEDIO AMBIENTE	
AGUA	
CONSUMO Y PRODUCCIÓN	
DISEÑO	
EDUCACIÓN	
ENERGÍA / ENERGÍAS RENOVABLES	
RESIDUOS	
RECURSOS NATURALES	
SECTOR AGROPECUARIO	
TRANSPORTE Y MOVILIDAD / MOVILIDAD SUSTENTABLE	
VIVIENDA Y CONSTRUCCIÓN / HABITAT SOCIAL	
SALUD	
INCLUSIÓN SOCIOECONÓMICA	



INCLUSIÓN FINANCIERA

Detalle cómo se genera ese Impacto.

DETALLE (1000 caracteres)

2. a) ¿Medís alguna de las siguientes variables que ayuden a fortalecer una política emprendedora sustentable?

MIDE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO Y CALCULA LA HUELLA DE CARBONO DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS	SI / NO
MIDE LA GENERACIÓN DE RESIDUOS	SI / NO
MIDE EL CONSUMO DE AGUA y/o HUELLA HÍDRICA ASOCIADA A SUS PRODUCTOS	SI / NO
MIDE EL CONSUMO ENERGÉTICO	SI / NO

2.b) **En caso de responder SI**

¿Cuál es un plan de acción o estrategia para reducir el impacto generado asociado a esa variable?

Detalle (500 caracteres)

3.¿Dentro de su propuesta de valor, aborda algunas de las siguiente variables asociadas a la promoción del bienestar social?:

Buenas prácticas laborales	SI / NO
Relaciones con los clientes	SI / NO



Relación con la comunidad	SI / NO
Relación con los proveedores	SI / NO
Otros ¿cuál?	Detalle (130 caracteres)

4.¿Mediante cual de las siguientes metodologías, métricas y/o indicadores se registra el impacto ambiental positivo enunciado anteriormente?

Objetivos de Desarrollo Sostenible	SI / NO
Análisis de Ciclo de Vida	SI / NO
Evaluación de Impacto B	SI / NO
Métricas IRIS	SI / NO
Otras ¿cuál?	Detalle (130 caracteres)

5.¿Qué innovación presenta como propuesta de valor de su emprendimiento que favorezca la generación de impacto ambiental y social positivo?

Detalle (caracter max 1000)
-----------------------------

*\*Para mayor información sobre los conceptos enunciados en esta sección del formulario, referirse al Manual de Métricas e Indicadores para Emprendimientos Sustentables:*

<https://www.argentina.gob.ar/ambiente/sustentabilidad/innovacion-para-el-desarrollo/proesus/metricas-indicadores>