



SMALL BUSINESS FINANCIAL EMPOWERMENT

Square One

Trabaja para ti mismo

Washington: (206) 324-4330 | Alaska: (907) 891-7466
Oregon: (503) 342-1032 | Idaho: (208) 608-5174

<https://businessimpactnw.org>

coaching@businessimpactnw.org



Business Impact NW

Servicios para pequeñas empresas: Asesoramiento, clases y capital para emprendedores CDFI sin fines de lucro desde 1997 sirviendo a Washington, Oregon, Idaho y Alaska.

Nuestra misión: Hacer crecer negocios que creen empleos en comunidades.

Nuestra visión: Todos los propietarios de negocios tienen igualdad de oportunidades para tener éxito.

Nuestros valores: Integridad, Comunidad, Celebración.

Nuestra área de enfoque: Dedicados a servir a emprendedores con acceso limitado a servicios bancarios; Nuestros servicios están ABIERTOS PARA TODOS. Estamos aquí para ayudar.



Financiado en parte a través de un Acuerdo Cooperativo con la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU. Todas las opiniones, conclusiones o recomendaciones expresadas son las del autor(es) y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la SBA.

Business Impact NW está financiado en parte a través de un Acuerdo Cooperativo con la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU. Para desbloquear su acceso a todas nuestras clases y obtener la capacidad de recibir asesoramiento gratuito individual, regístrese en: <https://businessimpactnw.org/grow-your-business/coaching/>

Nuestra asociación con la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU. requiere que todos los clientes se registren con una solicitud de servicio en línea. Este formulario también actúa como un Acuerdo de Confidencialidad y Código de Conducta. Toda la información del cliente se mantiene en estricta confidencialidad.



WOMEN'S BUSINESS CENTER
WASHINGTON
ALASKA
IDAHO

FOOD
& FARM
BUSINESS SERVICES
A PROGRAM OF BUSINESS IMPACT NW

CAPITAL
READINESS
A PROGRAM OF BUSINESS IMPACT NW

Para más información: Sitio web: www.businessimpactnw.org

Calendario de capacitación: En vivo y bajo demanda:
<https://businessimpactnw.org/events/>

Correo electrónico: coaching@businessimpactnw.org

¡Bienvenido a Square One: Trabaja para ti mismo!

Square One proporciona la información básica que necesitarás para iniciar tu negocio. Square One incluye estas unidades de aprendizaje clave:

Articule su idea	4
Lienzo de Modelo de Negocio	4
Refina su Concepto	8
Secciones del Plan de Negocio	8
Financie su Modelo	20
Las Cinco C del Financiamiento	20
Manual de Proyecciones Financieras para Startups	24
Programa de Capacitación en Gestión Financiera (Capital Readiness Program)	25
Lista de Verificación para Solicitud de Préstamo de Business Impact NW	25
Active su Negocio	27
Estructuras de Propiedad Empresarial	27
Lista de verificación para iniciar un negocio: Estado de Washington	31
Lista de verificación para iniciar un negocio: Alaska	32
Lista de verificación para iniciar un negocio: Oregon	33
Lista de Verificación para Iniciar un Negocio: Idaho	34
Maneje su Negocio	36
• APEX del Estado de Washington: http://www.washingtonapex.org	38
• APEX de Alaska: http://www.apexalaska.org	38
• APEX de Oregon: www.gcap.org/	38
• APEX de Idaho: http://www.idahoAPEXAccelerator.com	38
• Para localizar tu APEX local: www.aptac-us.org/find-a-ptac/	38
Opciones de Financiamiento	38
Business Impact NW y Otros Recursos	39

Articule su idea

Tiene una idea para avanzar y crear un nuevo negocio. Siente que tiene la experiencia y las credenciales necesarias para hacer funcionar su nuevo negocio. ¿Qué necesita saber y lograr para poner en marcha su nuevo negocio?

Conocer su 'por qué' es clave para el éxito futuro de su negocio. Tómese el tiempo para identificar el/los problemas que resolverá su nuevo negocio. Explique cómo su negocio resolverá ese problema. Cree significado para sus clientes enfocándose en cómo su nuevo negocio aumentará su calidad de vida, les ahorrará tiempo y esfuerzo, o corregirá algo que no está funcionando bien para ellos en este momento.

Articular su idea de negocio incluye hacerse la importante pregunta de 'por qué su idea resolverá un problema identificado con la solución correcta para futuros clientes'. A medida que se forma su idea de negocio, es importante que articule esa idea y mapee sus pensamientos.

Lienzo de Modelo de Negocio

El Lienzo de Modelo de Negocio es una herramienta utilizada para capturar sus ideas emprendedoras sobre iniciar un nuevo negocio. Usted boceta sus ideas en un lienzo en blanco y agrega detalles para poder ver su modelo de negocio emergente con perspectiva. Usar un Lienzo de Modelo de Negocio le permite inventar, describir, definir, desafiar y pivotar su idea de negocio en un modelo de negocio real. Saca todas esas grandes ideas de su cabeza y las plasma en papel.

El Lienzo de Modelo de Negocio tiene nueve áreas para ayudarlo a articular su idea y convertirla en un modelo de negocio. Estas áreas son su negocio:

- Segmentos de Clientes
- Propuesta de Valor
- Canales
- Relaciones con Clientes
- Fuentes de Ingresos
- Recursos Clave
- Actividades Clave
- Socios Clave
- Estructuras de Costos

Visite este enlace para ver una serie de seis videos que describen el uso del Lienzo de Modelo de Negocio presentado por Strategyzer (<https://youtu.be/wwShFsSfb-Y>).

Piense en usar el Lienzo de Modelo de Negocio como un paso más allá del proceso de lluvia de ideas. Una vez completado, su Lienzo de Modelo de Negocio puede usarse para convertir

una idea de negocio en realidad; ayudar a navegar un negocio establecido a través del crecimiento y el cambio; y guiar el lanzamiento de nuevos productos o servicios adicionales a su negocio. Su coach de negocios lo apoyará para desarrollar aún más su lienzo.

Use el lienzo en blanco en la siguiente página para ingresar sus respuestas comerciales. Incluya información sobre cómo su negocio abordará cada área clave. Consulte el segundo lienzo que incluye preguntas de muestra para hacerse mientras piensa y compone su Lienzo de Modelo de Negocio.

Business Model Canvas

Version:

Fecha:

Diseñado por:

Diseñado para:

Socios clave 	Actividades clave 	Propuestas de valor 	Relación con clientes 	Segmentos de clientes 
	Recursos clave 	Canales 	Fuente de ingresos 	
Estructura de costos 				

Designed by: The Business Model Foundry (www.businessmodelgeneration.com/canvas). PowerPoint implementation by: Neos Chronos Limited (<https://neoschronos.com>). License: CC BY-SA 3.0

Business Model Canvas

Diseñado para:

Empresa

Nombre1, Nombre2, ...

Diseñado por:

DD/MM/AAAA

X.Y

Socios clave  ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de los socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios? MOTIVACIONES PARA ASOCIACIONES: Optimización y economía, Reducción de riesgos e incertidumbres, Adquisición de recursos y actividades particulares.	Actividades clave  ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor? Nuestros canales de distribución? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestros flujos de ingresos? CATEGORIAS: Producción, resolución de problemas, plataforma / red	Propuestas de valor  ¿Qué valor le ofrecemos al cliente? ¿Qué problemas de los clientes estamos ayudando a resolver? ¿Qué conjuntos de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de clientes? ¿Cuáles son las necesidades del cliente que satisfacemos? CARACTERÍSTICAS: Novedad, rendimiento, personalización, "Hacer el trabajo", diseño, marca / estado, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad, conveniencia / usabilidad	Relación con clientes  ¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Qué tan costosos son?	Segmentos de clientes  ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? ¿Es nuestra clientela un mercado masivo, un nicho de mercado, una plataforma segmentada, diversificada y multifacética?
Estructura de costos  ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave son los más caros? ¿Qué actividades clave son más caras? ES SU NEGOCIO MÁS: Cost Driven (estructura de costos más ágil, propuesta de valor de bajo precio, automatización máxima, outsourcing extenso), Value Driven (enfocado en la creación de valor, propuesta de valor premium). CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA: Costos fijos (salarios, alquileres, servicios públicos), Costos variables, Economías de escala, Economías de alcance	Fuente de ingresos  ¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Para qué pagan actualmente? ¿Cómo están pagando actualmente? ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos generales? TIPOS: Venta de activos, tarifa de uso, tarifas de suscripción, préstamos / alquileres / leasing, licencias, tarifas de corretaje, publicidad PRECIOS FIJOS: Precio de lista, Depende de las características del producto, Depende del segmento de clientes, Depende del volumen PRECIOS DINÁMICOS: negociación, gestión del rendimiento, mercado en tiempo real	Canales  A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? ¿Cómo los estamos alcanzando ahora? ¿Cómo se integran nuestros canales? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cuáles son más rentables? ¿Cómo los estamos integrando con las rutinas de los clientes?		

Refina su Concepto

Un Plan de Negocio lleva su Lienzo de Modelo de Negocio aún más lejos. Una vez que tenga el bosquejo de su idea de negocio en su lienzo, es momento de escribir completamente su plan en un documento. El Plan de Negocio es una herramienta escrita importante utilizada para iniciar, lanzar y hacer crecer su negocio, y ayudará a que su negocio prospere. Piense en su Plan de Negocio como una 'hoja de ruta hacia el éxito futuro de su negocio'.

Para dirigir un negocio con éxito, necesita saber 'a dónde quiere ir, por qué quiere ir allí, cómo llegará allí, quién viajará con usted, qué está llevando consigo y cuándo llegará'. Un Plan de Negocio efectivo puede ayudarle a evitar callejones sin salida, obstáculos, desvíos y posibles precipicios en el camino. Un plan de negocio bien elaborado, preparado con pensamiento e investigación, ayuda a mantener su negocio en la autopista hacia el éxito.

Secciones del Plan de Negocio

Un Plan de Negocio incluye varias secciones importantes.

- Resumen Ejecutivo
- Descripción General de la Empresa*
- Productos y Servicios*
- Mercado y Competidores*
- Estrategia de Marketing*
- Plan de Operaciones del Negocio
- Gestión y Organización*
- Cronograma General
- Riesgos Críticos y Problemas
- Estados Financieros Personales*
- Historial Financiero*
- Plan Financiero*
- Plan Tecnológico
- Apéndices

(* Estas secciones y sus componentes deben completarse antes de solicitar un préstamo con Business Impact NW.)

Explicaremos el propósito y contenido de cada sección en su Plan de Negocio escrito

Resumen Ejecutivo

Esta sección del Plan de Negocios se redacta después de que todas las demás secciones hayan sido elaboradas y completadas. Proporciona un resumen de uno a tres párrafos de las otras secciones del plan. Haga esta sección breve y concisa. Como mínimo, debe incluir lo siguiente:

- Indique el nombre legal del negocio, dirección comercial, número de teléfono comercial, forma legal del negocio (Propietario Único, Sociedad, Sociedad de Responsabilidad Limitada (LLC), Corporación S o Corporación) y número de identificación fiscal del negocio.
- Indique el nombre del propietario (Si más de una persona posee el 20% o más de la propiedad, liste también a esta(s) persona(s))
- Explique el propósito del plan de negocios (Plan de Viabilidad, Solicitud de Financiamiento, etc.)
- Identifique las necesidades de capital del negocio (Si solicita un préstamo, indique la cantidad deseada, el plazo deseado)

Descripción General de la Empresa

Esta sección del Plan de Negocio proporciona la información básica de su empresa. Transmite los hechos, pura y simplemente. En esta sección, usted:

- Identificará la visión del negocio, la declaración de misión empresarial y los objetivos comerciales.
- Identificará la naturaleza del negocio.
- Si es un negocio existente, proporcionará una breve historia de la empresa (mantenga esta sección corta)
- Indicará el nombre del fundador del negocio y cualquier propietario anterior.
- Indicará el número actual de empleados.
- Citará los principales éxitos o logros de la empresa hasta la fecha (Por ejemplo, volumen de ventas, volumen y retención de clientes, imagen comunitaria, reputación empresarial, etc.)
- Identificará la fecha de apertura del negocio (Si fue adquirido, indique la fecha de adquisición del negocio y el tiempo que el negocio ha operado bajo su propiedad).

Productos o Servicios

Esta sección de su Plan de Negocio proporciona una descripción fácil de entender y una lista de los productos y servicios que ofrece su negocio. En esta sección, usted:

- Indicará los principales productos y/o servicios ofrecidos (Si corresponde, describa brevemente su inventario)

-
- Enumerará los precios de sus productos/servicios.
 - Definirá los niveles de calidad de sus productos/servicios.
 - Incluirá una lista de precios.
 - Explicará qué hace que sus productos/servicios sean atractivos para los clientes y compradores.
 - Identificará sus planes futuros de crecimiento o diversificación empresarial.
 - Definirá sus objetivos comerciales para el crecimiento anual de ventas y ganancias.
 - Relacionará estos objetivos con el rendimiento real pasado del negocio.
 - Definirá las características únicas de los productos o servicios de su negocio.

Mercado y Competidores

Esta sección de su Plan de Negocio define qué mercados existen para su negocio. Explica quién querrá comprar sus servicios o productos. Establece que usted conoce su mercado objetivo y está listo para ingresar a ese mercado y competir exitosamente. Esta sección tiene varios componentes y subsecciones que se describen a continuación. Es importante que realice su investigación para proporcionar un análisis sólido al preparar esta sección de su Plan de Negocio.

Industria

Esta subsección incluye la citación de la industria nacional y/o las industrias locales que representa su negocio. En esta subsección usted:

- Indicará las ventas totales en la industria (mercado)
- Proporcionará un desglose detallado de las ventas de la industria para el año actual y los últimos cinco años.
- Incluirá el costo de los bienes vendidos (COGS) y la ganancia antes de impuestos por línea de productos o servicio(s) que contribuyan más del 10% a su negocio en ganancias antes de impuestos.
- Explicará si la industria está creciendo, o no, y en qué grado.
- Citará los márgenes brutos típicos en la industria (mercado)
- Citará la rentabilidad promedio en la industria (mercado)
- Definirá las barreras para ingresar a esta industria y este mercado.
- Identificará los factores comerciales para tener éxito que hay que hacer bien para triunfar.

Competidores

Esta subsección es una comparación de sus principales competidores. Antes de escribirla, primero identificará lo que ya sabe, luego realizará una investigación exhaustiva para obtener un conocimiento más profundo sobre lo que aún no sabe, pero necesitará saber. En esta subsección, usted:

- Nombrará a sus principales competidores y su(s) ubicación(es) comercial(es)
- Identificará qué negocios adicionales compiten por sus dólares deseados (recuerde que los competidores no siempre son empresas que hacen exactamente lo mismo que usted)
- Describirá la reputación de sus competidores.
- Explicará cómo la reputación de su negocio se compara (o se comparará) con la de sus competidores.
- Definirá el nivel de lealtad de los clientes hacia los competidores.
- Explicará sus tácticas para adquirir esos mismos clientes y ganar su lealtad hacia su negocio.
- Comparará y contrastará la calidad de los competidores con la suya
- Comparará y contrastará los precios de los competidores con los suyos
- Explicará el tamaño de la participación de mercado de los competidores.
- Explicará cómo sus competidores comercializan sus negocios.
- Describirá cómo se gestionan los negocios de los competidores y, si lo hacen bien, cómo se puede notar.
- Citará las herramientas de los competidores utilizadas para administrar sus negocios (equipos, materiales, software, etc.) y la efectividad.
- Definirá por qué su producto/servicio es atractivo y/o único en comparación con el de la competencia.

Clientes y Mercados Objetivo

Esta subsección proporciona una explicación detallada de su perfil específico de cliente en el mercado. En esta subsección, usted:

- Definirá su mercado objetivo de clientes y su ubicación.
- Definirá las expectativas de sus clientes para encontrar su negocio.
- Definirá las expectativas de sus clientes para comprar sus bienes o servicios en línea, en ubicaciones físicas minoristas, o ambos.
- Explicará la sensibilidad al precio de sus clientes.
- Explicará la conciencia de calidad de sus clientes.

-
- Revelará las motivaciones principales de los clientes para comprar sus productos o servicios (como precio, calidad, cantidad, facilidad, conveniencia, confiabilidad, credibilidad, ubicación, horarios, etc.).
 - Revelará los patrones de compra de sus clientes.
 - Transmitirá cómo las necesidades y deseos de sus clientes son satisfechos a través de sus productos o servicios.
 - Proporcionará su conteo total de clientes y sus cuentas activas.
 - Transmitirá la(s) categoría(s) de clientes que representan el 80% de las ventas.
 - Describirá cualquier relación especial establecida con los clientes.

Fortalezas y Debilidades/Oportunidades y Amenazas (Análisis FODA)

Esta subsección proporciona un análisis FODA. Un análisis FODA es un examen profundo, honesto y directo de su negocio. Identifica las fortalezas internas (F) y las debilidades internas (D) de su negocio. Identifica las oportunidades externas (O) que su negocio puede aprovechar para su ventaja. Identifica las amenazas externas (A) que su negocio está enfrentando, puede enfrentar o enfrentará pronto, y que lo pondrán en desventaja en el mercado.

Las fortalezas y debilidades del negocio se consideran internas. Las oportunidades y amenazas del negocio se consideran externas. Estas diferencias se detallan a continuación, y cada una debe abordarse claramente en su Plan de Negocio.

Fortalezas

Las fortalezas internas son aquellas capacidades importantes que posee su empresa y que pueden utilizarse para obtener una ventaja sobre su competencia. Por lo general, una fortaleza se centra en la capacidad de su negocio para comprender y entregar lo que sus segmentos de clientes actuales y potenciales necesitan y desean, y hacerlo de manera ventajosa.

Ejemplos de fortalezas incluyen:

- Características únicas del producto
- Personal altamente capacitado y motivado
- Educación o certificación del personal, según corresponda
- Conocimientos técnicos
- Producción de bajo costo de sus bienes o servicios
- Conveniencia para el cliente, incluyendo una ubicación comercial privilegiada, servicio de entrega y presencia en línea
- Protección de patentes o propiedad intelectual

-
- Distribución eficiente y de bajo costo

Debilidades

Las debilidades internas son las deficiencias de su negocio y las barreras potenciales para su éxito. Las debilidades deben ser corregidas y abordadas para producir y entregar su producto o servicio deseado según lo previsto, para cumplir o superar las fuerzas competitivas y lograr la rentabilidad del negocio.

Ejemplos de debilidades incluyen:

- Falta de personal capacitado
- Baja moral o motivación de los empleados
- Gestión sin experiencia
- Inversión inadecuada en marketing
- Falta de recursos financieros para llevar a cabo los programas deseados
- Alto costo de los bienes vendidos que resulta en un bajo margen de beneficio
- Mala gestión o proyección financieras
- Incapacidad para colocar el producto en los mejores/apropiados canales de distribución.

Oportunidades

Las oportunidades externas para su negocio son eventos, condiciones o situaciones emergentes que, si se aprovechan adecuadamente, podrían permitir que su negocio mejore significativamente su posición en la industria, supere a la competencia, aumente su segmento de mercado actual o ingrese a nuevos segmentos de mercado.

Ejemplos de oportunidades incluyen:

- Un mercado de pequeñas empresas necesita términos de crédito más favorables.
- No hay competidores ubicados en un área de urbanización de alto crecimiento.
- Los consumidores están comprando más alimentos bajos en grasa.
- Un segmento de edad de la población que usted atiende está creciendo.

Amenazas

Las amenazas externas para su negocio se identifican como factores en la ubicación, comunidad, industria, mercado, región, país y mundo que podrían bloquear, alterar o dañar el éxito de su negocio.

Ejemplos de amenazas incluyen:

- Las ventas de temporada muestran una tendencia a la baja debido al desempleo.
- Los problemas de salud impiden que las comunidades se reúnan en grupos.
- La construcción de la ciudad bloquea su anterior acceso fácil a la calle.

-
- El competidor abre una nueva ubicación que reducirá las ventas.
 - El competidor introduce entrega gratuita.
 - El gobierno promulga una ley que resulta en mayores costos de materias primas que aumentará su COGS.
 - La huelga laboral ralentiza el transporte de bienes o productos.

Estrategia de Marketing y Publicidad

Esta sección de su Plan de Negocio define cómo su empresa llevará sus productos o servicios a la atención de los compradores y clientes a través de la publicidad y el marketing. Explica los enfoques estratégicos de marketing y publicidad, las tácticas y las herramientas que su empresa implementará para generar ventas e ingresos comerciales. Su Marketing y Publicidad debe apoyar su Estrategia Competitiva.

Esta sección del Plan de Negocio proporciona información sobre el enfoque de su empresa para dar a conocer a sus clientes potenciales los productos o servicios de su empresa, atraer su interés y, en última instancia, lograr que compren para impulsar las ventas y los ingresos de su empresa.

En esta sección, usted:

- Establecerá sus objetivos de marketing en términos de mantener o aumentar las ventas, adquirir un número específico de nuevos clientes, asegurar un porcentaje de ventas repetidas, etc.
- Definirá cómo contactará y atraerá a sus clientes: marketing directo, marketing indirecto o una combinación.
- Detallará su campaña publicitaria con el presupuesto de gastos asociado (por ejemplo, monto del presupuesto asignado a telemarketing, correo directo, eventos especiales, boletines para clientes, sitio web, correos electrónicos, folletos, volantes, puerta a puerta, etc.)
- Definirá cómo obtendrá nuevos clientes o hará que los clientes existentes regresen y gasten más dinero.
- Describirá cómo abordará la publicidad a través de una presencia web/en línea o una ubicación física.
- Detallará su estrategia de precios (consulte su lista de precios anterior en la sección de Productos y Servicios) y explicará por qué estableció estos niveles de precios.

Plan de Operaciones

Esta sección de su Plan de Negocio define cómo funcionará su negocio diaria, semanal, mensual y anualmente. Explica cómo su negocio funcionará y operará. Esta sección detalla

cómo 'mantendrá las puertas del negocio abiertas y accesibles' para atender a sus clientes y compradores, ya sea que haga negocios en línea o a través de una ubicación física.

En esta sección, usted:

- Identificará la ubicación de su negocio y cualquier ubicación satélite.
- Describirá la presencia física de su negocio, y explicará por qué esto es importante para sus clientes.
- Describirá la ubicación de su negocio en un centro comercial, centro comercial tipo strip mall, área del centro o suburbana, etc.
- Identificará el cumplimiento de la ADA y la accesibilidad hacia y dentro de la estructura física del negocio.
- Describirá la disponibilidad de estacionamiento, incluyendo espacios pagados, no pagados, en la calle, lote, garaje y espacios que cumplen con la ADA.
- Describirá la proximidad de la ubicación a autopistas, paradas de autobús, calles, accesibilidad peatonal.
- Identificará la visibilidad del edificio y la señalización.
- Describa la presencia en línea y la ubicación virtual de su negocio y explique por qué esto es importante para sus clientes.
- Identificará cómo los clientes encontrarán su presencia en línea y la facilidad de encontrar su negocio en línea.
- Describirá la popularidad de su nombre de negocio en línea y si aparece en los motores de búsqueda.
- Identificará el grado de facilidad de uso en su presencia en línea.
- Describirá su identidad en línea y la inclusión de dirección física en los materiales de marketing de su negocio, materiales colaterales (papelería, sobres, tarjetas) y señalización exterior.
- Explicará cómo tanto la presencia en línea como la presencia física coinciden y reflejan el tono de su negocio.
- Listará las horas de operación diarias.

Información del Sistema de Gestión

Esta sección de su Plan de Negocios define cómo su empresa gestionará su información y sus sistemas relacionados en contabilidad, nómina, gestión financiera, comunicaciones, sistemas de relación con el cliente, registros de empleo, etc.

En esta sección, usted:

- Enumere la información que su empresa necesita rastrear, almacenar, archivar y proteger para su recuperación, como registros contables, registros financieros, registros fiscales, cuentas por cobrar y por pagar, registros de clientes, registros de empleo, registros de comunicación, etc.
- Indique el sistema utilizado para registrar, almacenar, proteger, compartir, recuperar y utilizar esta información
- Indique el plan de contingencia o respaldo si su sistema falla.
- Indique cuándo utilizará la información almacenada.
- Indique quién más en su empresa tendrá acceso a la información, incluyendo el cómo y por qué.
- Cite sus métodos de comunicación con socios comerciales, empleados, clientes, vendedores, compradores y proveedores.
- Identifique sus medios de comunicación primarios y secundarios (por ejemplo, teléfono, correo electrónico, texto u otros).

Gestión y Organización

Esta sección de su Plan de Negocio define cómo se organizará su empresa y quién tendrá las responsabilidades de gestionar la organización y sus unidades operativas. Explica el 'quién, qué, cuándo, dónde y por qué' del organigrama de su empresa.

En esta sección, usted:

- Indicará el nombre(s) y dirección(es) del propietario(s) e incluirá miembros de la Junta Directiva si es una corporación.
- Indicará el porcentaje de propiedad para cada persona listada.
- Indicará quién administra el negocio en el día a día.
- Incluirá la estructura organizativa del negocio (típicamente, un organigrama)
- Proporcionará las responsabilidades generales de cada una de las personas clave en el negocio y sus salarios por hora o anuales.
- Listará otro personal, títulos, deberes y responsabilidades generales (solo una breve descripción), y sus salarios por hora o anuales
- Indicará las horas de trabajo de cada empleado tanto para puestos exentos como no exentos (los empleados exentos no reciben pago por horas extras)
- Indicará los antecedentes educativos, experiencia laboral previa y/u otras habilidades relevantes para el negocio de todo el personal clave.
- Listará e indicará los roles de consultores/asesores externos (por ejemplo, contador, abogado, banquero, agente de seguros, miembros de la Junta Asesora, miembros de la Junta Directiva) y, cuando corresponda, incluirá sus habilidades, conocimientos y capacidades.

Cronograma General

Esta sección de su Plan de Negocio proporciona un cronograma para eventos importantes como la contratación de empleados, expansión comercial a nuevos mercados o territorios, construcción, instalación de nuevo equipo, celebraciones de la empresa, etc.

En esta sección, usted:

- Citará el cronograma de inicio del negocio.
- Indicará planes y fechas para contratar empleados.
- Indicará las descripciones de trabajo y títulos de los nuevos empleados.
- Indicará los salarios por hora o anuales de los nuevos empleados.
- Establecerá planes y fechas para agregar nuevos productos y servicios.
- Establecerá planes y fechas para expandir mercados objetivo.
- Establecerá planes y fechas para ingresar a nuevos territorios.
- Establecerá planes y fechas para adquirir otro negocio.
- Citará planes y fechas para mudanzas a nueva(s) ubicación(es)
- Citará planes y fechas para construcción.
- Citará planes y fechas para compras importantes de equipos/instalaciones.
- Indicará fechas para reuniones anuales de empleados.
- Indicará fechas para eventos o reuniones de clientes.
- Indicará fechas para reuniones de la Junta Directiva, si corresponde.
- Indicará fechas para reuniones de la Junta Asesora, si corresponde.

Riesgos y Problemas Críticos

Esta sección de su Plan de Negocios proporciona una descripción de alto nivel de los riesgos y problemas conocidos que su empresa enfrentará o podría enfrentar.

En esta sección, usted:

- Describa los tres riesgos o problemas más críticos en su negocio.
- Identifique cómo se manejará o superará cada riesgo o problema, si ocurre.

Historial Financiero del Negocio

Esta sección de su Plan de Negocio aplica solo a negocios existentes. Si su negocio es una empresa nueva, no necesitará incluir esta sección.

En esta sección, usted:

- Proporcionará el historial financiero y la condición actual de la empresa si tiene un negocio existente.
- Proporcionará estados financieros trimestrales, incluyendo el Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias
- Describirá su procedimiento de cobro para cuentas vencidas.
- Describirá los principios contables del negocio con respecto a la depreciación, impuestos, etc.
- Proporcionará los activos del negocio a costo y valor de mercado para respaldar una solicitud de préstamo.
- Describirá cómo se manejará el mantenimiento de registros de su negocio en el día a día, incluyendo el software de contabilidad que se utilizará.
- Indicará si utiliza o utilizará los servicios de un contador.

Proyecciones Financieras del Negocio

Esta sección de su Plan de Negocio se utiliza tanto para nuevas empresas como para empresas existentes para indicar el flujo proyectado de dinero que entra y sale de su negocio.

En esta sección, usted:

- Incluirá una Proyección de Pérdidas y Ganancias del negocio mes a mes durante los primeros 12 meses.
- Incluirá un Balance General del negocio tanto al momento del inicio como al final de los 12 meses.
- Incluirá una Proyección de Flujo de Caja del negocio mes a mes para los próximos 12 meses.
- Incluirá un Análisis de Punto de Equilibrio del negocio calculado para 12 meses.
- Listará todos los supuestos claves utilizados para calcular sus proyecciones.
- Incluirá una descripción completa de cualquier cosa que pueda influir en sus proyecciones financieras, como por ejemplo cómo calcula sus cifras de ventas.

Plan Tecnológico del Negocio

Esta sección de su Plan de Negocio se utiliza para describir cómo el uso de la tecnología ayudará a alcanzar sus objetivos empresariales.

En esta sección, usted:

- Describirá cómo utilizará hardware y software informático en su negocio.
- Definirá los costos para implementar el hardware y software informático requerido.
- Definirá los costos para mantener, actualizar y proporcionar seguridad (mediante firewall, antivirus, etc.) para su sistema.
- Identificará el cronograma para actualizaciones de hardware y software.
- Identificará los costos de capacitación asociados con la implementación del sistema y cualquier actualización.
- Identificará los usuarios principales del sistema y su nivel de acceso.
- Explicará su sitio web, y cómo será desarrollado y alojado.
- Identificará los costos asociados con el desarrollo, alojamiento y mantenimiento del sitio web.
- Analizará las reducciones de costos empresariales que se incurrirán al usar tecnología (por ejemplo, disminución de requisitos de personal y/o aumento de productividad del personal/gerentes existentes)
- Analizará los aumentos de ingresos empresariales que se incurrirán al usar tecnología (por ejemplo, crear un sistema de pedidos más eficiente; marketing y ventas por internet; obtener más clientes, etc.).

Apéndices del Plan de Negocios

Esta sección de su Plan de Negocios se utiliza para incluir cualquier dato adicional y pertinente relacionado con su negocio. Estos elementos pueden ser demasiado voluminosos para incluirlos en el texto escrito de las secciones de su Plan de Negocios, o pueden no encajar gráficamente en su plan escrito. Esta sección sirve como material complementario.

En esta sección, puede elegir incluir, según sea relevante:

- Proyecciones financieras y supuestos
- Currículums de propietarios y personal clave
- Copias de licencias y permisos comerciales requeridos para el negocio (ciudad, estado, etc.)
- Si está incorporado, una copia de los artículos de incorporación.
- Si es una sociedad, una copia del acuerdo de sociedad

-
- Si es una compañía de responsabilidad limitada (LLC), una copia de los acuerdos
 - Contratos con cualquier consultor(es) externo(s)
 - Copia de contratos de arrendamiento
 - Copia de contratos (por ejemplo, contratos gubernamentales, contratos con clientes, contratos con proveedores, etc.)
 - Copia de contratos de franquicia y documentos de respaldo
 - Copia de planes de diseño arquitectónico o construcción
 - Cualquier otra información adicional que respalde el plan.

Financie su Modelo

Las Cinco C del Financiamiento

Las cinco C del financiamiento incluyen: Carácter, Capacidad, Capital, Colateral y Flujo de Efectivo (Cash-flow en inglés). Cada una de las cinco es importante individualmente, pero un prestamista analiza el riesgo general que presentas para determinar si calificas para un préstamo.

Carácter - Un prestamista potencial quiere saber si:

- Tienes un deseo demostrado de pagar las deudas.
- Tienes la capacidad de hacer lo que dices que vas a lograr.

Se revisan los puntajes de crédito personal de cada propietario que posee el 20% o más del negocio. Si el préstamo está respaldado por una garantía de la SBA, cualquier propietario del 20% o más debe garantizar el préstamo.

Recomendamos revisar su informe de crédito de TRW, Equifax, Experian y TransUnion para corregir problemas antes de acudir a los bancos. Los problemas incluyen cobros, pagos atrasados y bancarrotas.

Si hay pagos lentos o cobros, debe:

- Pagar la deuda, o
- Pagar según lo acordado durante aproximadamente 12-18 meses.

Si hay una bancarrota y se canceló alguna deuda federal, no es elegible para una garantía de la SBA.

Ejemplos de cancelaciones de deuda federal incluyen:

- Préstamo hipotecario VA/FHA
- Préstamo estudiantil
- Préstamos SBA

-
- Préstamos comerciales e industriales.

Además, no debe tener impuestos atrasados sin pagar.

Razones potencialmente aceptables para la bancarrota incluyen:

- Disolución matrimonial
- Pérdida de trabajo
- Enfermedad catastrófica sin seguro adecuado.

Capacidad- Un prestamista potencial quiere saber si:

- Tienes la capacidad de lograr el desempeño en el negocio.
- Tienes experiencia específica en la industria directamente relacionada con el negocio inicial para el cual buscas financiamiento.
- Si no la tienes, tienes un plan de mitigación (en tu Análisis FODA) para iniciar el negocio ya sea con un consultor en ese campo particular o un socio que tenga suficiente experiencia en la industria.

Un prestamista potencial quiere ver y revisar los currículos de:

- Cada propietario que estará activo en el negocio
- Empleados que son críticos para el negocio
- La base de habilidades de cada persona identificada en relación con su historial laboral, educación, capacitación, capacitación de franquicia ofrecida, y que los hará exitosos en este negocio específico.

Capital- Un prestamista potencial quiere saber si:

- Tienes una inyección de capital/patrimonio adecuada para calificar para el préstamo.

El capital es el efectivo o activos en especie que los propietarios aportan al negocio.

El capital se identifica en la sección de patrimonio del Balance General, de muchas formas dependiendo de la estructura legal del negocio. Por ejemplo, como una Sub 'S' o Corporación 'C' habrá Acciones Comunes, capital pagado, ganancias retenidas.

El apalancamiento es la cantidad de tu deuda versus la cantidad de tu patrimonio (ratio deuda-patrimonio). Para negocios nuevos, estos son montos de préstamos de \$100,000 o menos, con un ratio deuda-patrimonio de hasta 4:1/5:1. En otras palabras, por cada dólar de patrimonio, puedes tener \$4 a \$5 en deudas. Para montos de préstamos superiores a \$100,000, el ratio deuda-patrimonio es 2:1.

Colateral- Un prestamista potencial quiere saber si:

Hay suficiente colateral para asegurar completamente el préstamo.

El objetivo deseado es proporcionar colateral adecuado para cubrir el 100% del monto del préstamo con el valor de liquidación del colateral.

La Fórmula de Anticipo es el porcentaje de valor asignado a diferentes tipos de colateral para determinar el valor de liquidación/valor colateral.

Las Fórmulas de Anticipo pueden variar de banco a banco, pero las fórmulas de anticipo de la SBA son consistentes.

Los no propietarios pueden comprometer colateral en tu nombre. Estas partes deben completar una solicitud de préstamo, proporcionar un estado financiero personal y proporcionar las declaraciones de impuestos de los últimos tres años.

Flujo de Efectivo - Un prestamista potencial quiere saber si:

- El negocio tiene la capacidad de generar efectivo adecuado para pagar el préstamo solicitado
- Las proyecciones de ventas y el tiempo del flujo de efectivo son alcanzables.

El Análisis de Flujo de Efectivo se basa en proyecciones. Las preguntas analíticas típicas incluyen:

- ¿Cómo son alcanzables estas proyecciones de ventas/ingresos?
- ¿Por qué estas proyecciones de ventas/ingresos pueden no ser alcanzables?
- ¿Cómo se han probado estas proyecciones de ventas/ingresos mediante consultas?
- ¿Cuál es el ticket promedio de venta por cliente?
- ¿Cuál es el cargo promedio por hora?
- ¿Cuántos días de operación ocurren por mes?
- ¿Cuánto tiempo toma cobrar las cuentas por cobrar del negocio (pagos que te deben)?
- ¿Por qué y cómo son razonables los costos de los bienes?
- ¿Cuál es el margen de ganancia para la industria?
- ¿Cuántos vendedores y proveedores se requieren para las operaciones comerciales?
- ¿Cuándo se realizan los pagos de las cuentas por pagar comerciales y se emiten a los vendedores, proveedores y otros del negocio?
- ¿Cómo se calculan los gastos operativos generales? ¿Es esta cifra razonable?
- ¿Cuáles son los cálculos para los gastos relacionados con el número de empleados versus los costos salariales? ¿Es esto razonable?

-
- ¿Cuáles son los cálculos para el plan de marketing y costos de publicidad? ¿Es esto razonable?
 - ¿Cuáles son los cálculos para el arrendamiento de espacio de oficina o alojamiento web? ¿Es esto razonable?
 - ¿Cuáles son los cálculos para gastos de asesores profesionales incluyendo abogados o contadores? ¿Es esto razonable?
 - ¿Cuál es el monto de impuestos adeudados trimestral y anualmente?
 - ¿Cuál es el monto para seguros comerciales y otros relacionados con la protección del negocio y el propietario? ¿Es esto razonable?

Manual de Proyecciones Financieras para Startups

Puede encontrar un útil Manual de Proyecciones Financieras para Startups en los recursos en línea en: businessimpactnw.org/services/resources

Allí, bajo Preparación para Préstamos para Pequeñas Empresas, podrá acceder a los elementos que necesitará para comenzar a preparar su solicitud de préstamo. El Manual de Proyecciones Financieras para Startups es una herramienta fácil de usar que le ayuda a examinar todos los aspectos de sus proyecciones para ver cuál será su posición de efectivo al final de cada mes y mostrará cómo serán sus primeros 12 meses (o los próximos 12 meses).

Ejemplo:

CASH FLOW PROJECTION

(Start this sheet with the amount of CASH you have in your business or amount you can put towards your project not including any loan amounts)

	Beginning Position -	Mar-23	Apr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Aug-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dec-23	Jan-24	Feb-24	
CASH ON HAND (BEGINNING OF THE MONTH)	10,000	9,500	8,402	7,741	7,373	7,206	7,569	6,477	6,118	5,779	5,630	6,027	7,330	10,000
CASH INFLOWS														
Cash sales		1,975	2,725	4,075	4,075	5,300	6,000	6,925	7,750	8,825	9,375	11,500	12,475	81,000
														0
Total Cash In	0	1,975	2,725	4,075	4,075	5,300	6,000	6,925	7,750	8,825	9,375	11,500	12,475	81,000
Total Cash Available (Before Cash Out)	10,000	11,475	11,127	11,816	11,448	12,506	13,569	13,402	13,868	14,604	15,005	17,527	19,805	91,000
CASH PAID OUT														
Start-Up Expenses														
Equipment Purchases	8,000													
Signage	500													
Pre-Opening Marketing	500													
Beginning Inventory	500													
Accountant & Lawyer for Startup	1,000													
	0													
	0													
	0													
	0													
	0													
	0													
Monthly Operating Expenses (from Profit and Loss)		498	516	747	547	581	2,452	2,274	2,294	2,745	2,558	2,947	3,319	21,479
Cost of Goods Sold (from Profit and Loss)		755	1,050	1,575	1,575	2,035	2,320	2,690	2,975	3,410	3,600	4,430	7,660	34,075
Owner Draws		1,500	1,500	1,800	1,800	2,000	2,000	2,000	2,500	2,500	2,500	2,500	3,000	25,600
														0
														0
														0
TOTAL CASH PAID OUT	10,500	2,753	3,066	4,122	3,922	4,616	6,772	6,964	7,769	8,655	8,658	9,877	13,979	81,154
Cash Position Before Loan Advance or Payment	-500	8,722	8,061	7,693	7,526	7,889	6,797	6,438	6,099	5,950	6,347	7,650	5,826	9,846
LOAN ADVANCES														
SBA Loan	10,000	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	0
TOTAL LOAN ADVANCES	10,000	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	-320	0
TOTAL ENDING CASH (MONTH END)	9,500	8,402	7,741	7,373	7,206	7,569	6,477	6,118	5,779	5,630	6,027	7,330	5,506	9,846
LOAN Outstanding	10,000	9,680	9,360	9,040	8,720	8,400	8,080	7,760	7,440	7,120	6,800	6,480	6,160	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Programa de Capacitación en Gestión Financiera (Capital Readiness Program)

Nuestro Programa de Capacitación en Gestión Financiera (CRP) ayuda a emprendedores de poblaciones tradicionalmente poco atendidas en Washington, Oregón, Alaska e Idaho a asegurar financiamiento, fortalecer su conocimiento financiero, mejorar el flujo de efectivo y la rentabilidad, y tomar decisiones financieras acertadas. Proporciona asesoramiento personalizado y capacitación sobre préstamos comerciales para ayudar a los emprendedores a acceder al capital necesario para iniciar y hacer crecer sus negocios.

Brindamos apoyo para reducir las barreras al financiamiento a través de asesoría empresarial, asesoría financiera, planificación financiera, consejería de crédito, preparación de solicitudes de préstamos, capacitaciones y conexiones con prestamistas y sus productos. Además, contamos con centros en el condado de Pierce y el área metropolitana de Portland para atender a las empresas en esas regiones.

Nuestros asesores certificados, altamente capacitados y con amplio conocimiento, trabajarán personalmente contigo para iniciar o hacer crecer un negocio sostenible. El Programa de Capacitación en Gestión Financiera también ofrece asesoría gratuita y personalizada a empresas que necesitan apoyo en la gestión financiera y la obtención de financiamiento. Estas empresas pueden haber enfrentado barreras o haber sido rechazadas para financiamiento. Nuestros asesores certificados evalúan las necesidades y situaciones únicas de cada negocio mientras brindan capacitación especializada en préstamos comerciales.

Para obtener más información sobre el Programa de Capacitación en Gestión Financiera, visita <https://businessimpactnw.org/capital-readiness-program/> o envíanos un correo electrónico a coaching@businessimpactnw.org para asistencia en español.

Lista de Verificación para Solicitud de Préstamo de Business Impact NW

Para preparar y luego enviar una Solicitud de Préstamo a Business Impact NW, debe completar los siguientes elementos en la Lista de Verificación de Solicitud de Préstamo.

Use esta lista de verificación para preparar su Solicitud de Préstamo.

☐ Solicitud de Préstamo Completa y Firmada

Necesidad del Préstamo: Enumere sus requisitos de préstamo comercial, sea lo más específico posible. Incluya la cantidad de efectivo que necesita para cubrir 3-6 meses de gastos operativos; una lista detallada con el costo de su inventario, muebles, accesorios, equipo, mejoras al local arrendado, vehículo y requisitos de materiales publicitarios y de marketing. Nota: Esta será una lista más detallada que la que habrá completado en la solicitud de préstamo y puede incluir fotos, etc.

Garantía: Enumere todos sus activos personales y comerciales que están disponibles para garantizar su solicitud de préstamo. Incluya todos los activos comerciales al costo y todos

los activos personales a valor de mercado. Si se utilizará bienes raíces como garantía, incluya el último valor tasado.

- Plan de Negocios Completo (para una empresa nueva) o Plan de Marketing Completo (para una empresa existente)
- Currículum: Describa su capacidad, como solicitante del préstamo, para operar exitosamente su negocio, e incluya una descripción de las habilidades comerciales adquiridas de experiencia laboral previa, capacitación y educación para cada persona que posea el 20% o más de su negocio.
- Estado Financiero Personal Completado y Firmado (para cada persona con 20% o más de propiedad en el negocio)
- Estados Financieros y Proyecciones del Negocio: Si están disponibles, proporcione los últimos tres años de estados fiscales (deben estar dentro de los 45-60 días de la fecha de solicitud). Todos los documentos deben estar firmados y fechados incluyendo:
 - ✓ Balance General: Incluya un balance general actual y/o inicial que explique el uso de los fondos del préstamo y el monto del préstamo.
 - ✓ Estado de Resultados: Un estado actual y de doce meses que refleje los meses abordados en la proyección de flujo de efectivo
 - ✓ Proyecciones de Flujo de Efectivo: Proyecciones mes a mes para los próximos 12 meses de operación. Incluya supuestos clave (descripción completa de cualquier problema que afecte las proyecciones financieras). Las proyecciones deben basarse en el supuesto de que su solicitud de préstamo será aprobada.
- Declaraciones de Impuestos Personales: Proporcione tres años de declaraciones de impuestos personales completas para cada persona con 20% o más de propiedad, firmadas y fechadas, incluyendo todos los anexos de respaldo.
- Declaraciones de Impuestos del Negocio: Si están disponibles, proporcione los últimos 3 años.
- Licencias: Proporcione una copia de sus licencias comerciales estatales y municipales, si está en el negocio, y copias de todas las licencias profesionales.
- Incluya una copia de su contrato de arrendamiento sin firmar, si está disponible.
- Acuerdos corporativos, de sociedad o de operación de LLC.

Active su Negocio

Antes de decidir la forma de propiedad adecuada para su negocio, hable con un contador o abogado fiscal experto. Hay varios aspectos a considerar al hacer una elección, incluyendo:

- Su visión sobre el tamaño final y la naturaleza de su negocio
- El nivel de control que desea tener
- La vulnerabilidad del negocio a demandas
- La cantidad de ganancias (o pérdidas) que generará el negocio
- Las implicaciones fiscales de las diferentes estructuras de propiedad

Estructuras de Propiedad Empresarial

Hay varios tipos de estructuras empresariales para considerar al iniciar su nuevo negocio. Cada tipo se define a continuación, y se proporcionan sus ventajas y desventajas relativas.

Empresa Unipersonal

La mayoría de las pequeñas empresas están organizadas como empresas unipersonales. Estas empresas son propiedad de un solo individuo que también administra el negocio. Una empresa unipersonal no se considera una organización separada, sino que es inseparable de la persona que la posee.

Ventajas: La estructura empresarial más fácil y menos costosa de organizar, la estructura de empresa unipersonal permite que el propietario tenga el control completo y reciba todos los ingresos generados por el negocio para mantener o reinvertir. Las ganancias del negocio fluyen directamente a la declaración de impuestos personal del propietario y el negocio es fácil de disolver.

Desventajas: Los propietarios de empresas unipersonales tienen responsabilidad ilimitada y son legalmente responsables de todas las deudas y juicios legales contra el negocio. Todos los activos del propietario están en riesgo. Las empresas unipersonales pueden estar en desventaja para recaudar fondos y a menudo se limitan a usar fondos de ahorros personales o préstamos al consumidor. Los empleados de alto calibre que desean poseer una parte del negocio pueden encontrar poco atractiva una empresa unipersonal, y algunos beneficios para empleados (como las primas de seguro médico) no son deducibles de los ingresos del negocio.

Sociedad

Una sociedad es una estructura legal en la que dos o más personas comparten la propiedad de un solo negocio. Para las sociedades, como las empresas unipersonales, la ley no distingue entre el negocio y sus propietarios. Los socios determinan de antemano cuánto tiempo y dinero contribuirá cada uno al negocio y, además, deben acordar cómo se tomarán las decisiones, se compartirán las ganancias, se resolverán las disputas y se admitirán futuros socios en la sociedad. Los expertos recomiendan encarecidamente que los socios tengan un

abogado que redacte un acuerdo legal que establezca claramente estos y otros detalles importantes.

Ventajas: Las sociedades son relativamente fáciles de establecer. Aparte de la necesidad de que los propietarios redacten un acuerdo de sociedad, las sociedades son tan simples de establecer como las empresas unipersonales. El negocio puede beneficiarse de socios con habilidades complementarias, y dado que hay más de una persona involucrada, la capacidad de recaudar fondos puede aumentar. Las ganancias del negocio fluyen directamente a las declaraciones de impuestos personales de los socios y los posibles empleados pueden sentirse atraídos por el negocio si se les da incentivos para convertirse en socios.

Desventajas: Los socios son conjunta e individualmente responsables de las acciones de otros socios; las ganancias deben compartirse con otros; las decisiones se comparten y, por lo tanto, pueden surgir desacuerdos; algunos beneficios para empleados no son deducciones comerciales legítimas de los ingresos del negocio. Una sociedad tiene una vida limitada: puede terminar con el retiro o muerte de un socio.

Compañía de Responsabilidad Limitada

Una compañía de responsabilidad limitada (LLC) es un tipo relativamente nuevo de estructura empresarial híbrida que ahora está disponible en la mayoría de los estados. Está diseñada para proporcionar la característica de responsabilidad limitada de una corporación y la eficiencia fiscal y flexibilidad operativa de una sociedad. La formación de una LLC es más formal y compleja que la formación de una sociedad general.

Ventajas: Una estructura LLC combina la tributación directa de una empresa unipersonal con la responsabilidad limitada de una corporación. Por lo tanto, no hay impuestos federales impuestos a la LLC como entidad. Las LLC proporcionan responsabilidad limitada personal a los miembros, y hay mayor flexibilidad en la gestión y responsabilidades. Los ingresos a los miembros se pueden distribuir con más flexibilidad.

Desventajas: Las ganancias de la mayoría de las LLC generalmente están sujetas a impuestos de trabajo por cuenta propia. Una LLC que se considera una sociedad no puede aprovechar las opciones de acciones de incentivo, y las empresas que operan en más de un estado pueden recibir un tratamiento inconsistente.

Hay otras estructuras específicas (por ejemplo, Corporaciones de Propósito Social/Corporaciones B, etc.) que puede desear considerar a través de consultas con un abogado comercial y/o fiscal experto.

Corporación C

Una corporación C es considerada por la ley como una entidad única, separada y aparte de quienes la poseen. Como un individuo, una corporación C puede ser gravada; puede ser demandada; puede celebrar acuerdos contractuales con otros. Una corporación C tiene vida propia y no se disolverá cuando cambie la propiedad. Los propietarios de una corporación C son sus accionistas. Estos individuos tienen el derecho de elegir una Junta Directiva para la corporación que represente el interés de los accionistas en la supervisión de las principales

políticas y decisiones tomadas por los funcionarios de la empresa. En pequeñas empresas, es común que los accionistas, directores y funcionarios de la empresa sean las mismas personas.

Ventajas: Los accionistas tienen responsabilidad limitada por las deudas o juicios contra la corporación C. Generalmente, los accionistas solo pueden ser responsables por la cantidad que han invertido en las acciones de la empresa (aunque los funcionarios y otros pueden ser personalmente responsables de sus acciones, como el incumplimiento de retener y pagar impuestos sobre el empleo). La corporación C tiene la oportunidad de recaudar fondos adicionales a través de la venta de acciones. La corporación C puede deducir los costos de muchos de los beneficios que ofrece a sus funcionarios y empleados, y tiene una vida ilimitada: sus operaciones no cesarán con la muerte o ausencia de su fundador o accionistas individuales.

Desventajas: El proceso de incorporación requiere más tiempo y dinero que el involucrado en establecer una empresa unipersonal o sociedad y generalmente requiere la asistencia de un abogado. Las corporaciones C son monitoreadas por agencias estatales y federales y, como resultado, pueden requerir más papeleo para cumplir con las regulaciones. La incorporación puede resultar en impuestos más altos en general. La mayoría de las corporaciones C son gravadas como una entidad separada, y pueden deducir salarios y beneficios para funcionarios y otros empleados. Sin embargo, los dividendos pagados a los accionistas no son deducibles de los ingresos comerciales de la corporación C. Como resultado, algunos ingresos generados por una corporación C pueden ser gravados dos veces: primero a nivel corporativo, luego nuevamente a nivel individual si se paga a los accionistas como dividendos.

Corporación S

Las corporaciones S tienen una ventaja significativa para los propietarios de pequeñas empresas. A diferencia de las corporaciones C, las corporaciones S son gravadas de manera similar a las sociedades, con todas las ganancias comerciales y otros elementos específicos pasando a las declaraciones de impuestos federales personales de los accionistas. Una empresa debe cumplir con ciertos requisitos para ser aceptada como una corporación S. Si una empresa desea ser una corporación S, debe hacer una solicitud específica al IRS durante el proceso de incorporación, de lo contrario, la empresa será asignada un estado de corporación C.

Ventajas: Las pérdidas corporativas pueden pasarse a los accionistas. Se proporciona la protección de responsabilidad personal limitada sin tener que pagar impuestos corporativos. Los impuestos de trabajo por cuenta propia y FICA se pueden reducir ya que las ganancias, como accionista, no se gravan de esta manera. Es más fácil recaudar capital para una corporación S que en una empresa unipersonal o una sociedad.

Desventajas: Numerosas regulaciones se aplican a una corporación S, incluido un límite en el número de accionistas. Todos los accionistas deben ser ciudadanos estadounidenses. Los beneficios como el seguro de salud o accidentes para los accionistas empleados no son deducibles. Una corporación S debe seguir las formalidades corporativas. El IRS examinará

de cerca a los empleados accionistas para asegurarse de que hayan recibido una compensación razonable antes de que se realicen distribuciones no salariales.

Lista de verificación para iniciar un negocio: Estado de Washington

- Planifica tu negocio
- Elige una estructura (empresa unipersonal, sociedad, corporación, LLC)
 - Colegio de Abogados del Estado de Washington - www.wsba.org/
 - Colegio de Abogados del Condado de King - www.kcba.org/
 - Communities Rise - communities-rise.org/microenterprise-services/
- Elige un nombre que sea único. Haz tu investigación.
 - ✓ Secretaría de Estado - <https://www.sos.wa.gov/corps/>
 - ✓ Base de datos de licencias comerciales del Departamento de Ingresos - <https://dor.wa.gov/businesses>
 - ✓ Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (marcas comerciales) - <http://www.uspto.gov>
 - ✓ Nombre de dominio - Empresas privadas que son registradores de nombres de dominio - GoDaddy; Name.com; BlueHost; iPage; DreamHost, etc.
 - ✓ Búsqueda en Internet y Redes Sociales
- Corporación/LLC: Registra tu negocio y presenta tus documentos de formación con la Secretaría de Estado y obtén tu Número de Identificación Comercial Unificado (UBI) - <https://www.sos.wa.gov/corps/>
- **Todos los negocios:** Solicita la licencia comercial del Estado de WA: Departamento de Ingresos - <https://dor.wa.gov/businesses>
 - ✓ Las empresas unipersonales y sociedades generales obtendrán un Número de Identificación Comercial Unificado (UBI)
 - ✓ Registrarás tu negocio con el Departamento de Ingresos de WA durante este proceso - <https://secure.dor.wa.gov/>
 - ✓ Registrarás tu Nombre Comercial/DBA (Haciendo Negocios Como) durante este proceso. ¿Necesitas ayuda? Usa el Asistente de Licencias Comerciales <https://secure.dor.wa.gov/gteunauth/?Link=wiz>
- Obtén la licencia comercial de la ciudad: Contacta la oficina de la ciudad (Por ejemplo, sitio web de la ciudad de Kirkland Washington: www.kirklandwa.gov)
 - Información sobre licencias e impuestos de WA para ciudades y pueblos <https://access.wa.gov/topics/business/City/Business/License.html>
- Asegúrate de que todas las licencias profesionales u otros tipos de licencias requeridas estén vigentes - Departamento de Licencias del Estado de WA <https://www.dol.wa.gov/listoflicenses.html>
- Obtén el Número de Identificación del Empleador Federal EIN: <https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/employer-id-numbers>
- Abre tu cuenta bancaria comercial

Lista de verificación para iniciar un negocio: Alaska

- Planifica tu negocio
- Elige una estructura (propietario único, sociedad, corporación, LLC)
 - ✓ Colegio de Abogados del Estado - <https://alaskabar.org/>
 - ✓ Servicios Legales de Alaska <https://www.alsc-law.org/>
- Elige un nombre único. Haz tu investigación
 - ✓ Estado de Alaska - <https://www.commerce.alaska.gov/web/cbpl/>
 - ✓ Licencias Comerciales - <https://www.commerce.alaska.gov/web/cbpl/BusinessLicensing.aspx>
 - ✓ Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (marcas comerciales) - <http://www.uspto.gov>
 - ✓ Nombre de Dominio - Empresas privadas que son registradores de nombres de dominio GoDaddy; Name.com; BlueHost; iPage; DreamHost, etc.
 - ✓ Búsqueda en Internet y Redes Sociales
- Corporaciones/LLC: Registra tu corporación/entidad en la Sección de Corporaciones del Estado de Alaska para recibir un número de entidad de Alaska
<https://www.commerce.alaska.gov/web/cbpl/Corporations/ObtainEntityNumber.aspx>
- Todos los Negocios: Solicita la Licencia Comercial del Estado de AK
<https://www.commerce.alaska.gov/web/cbpl/BusinessLicensing/NewBLOnline.aspx>
 - ✓ Verifica los requisitos de licencia comercial local
 - [Municipality of Anchorage](#) (Municipalidad de Anchorage)
 - [Bethel](#)
 - [Fairbanks](#)
 - [City and Bureau of Juneau](#) (Ciudad y Oficina de Juneau)
 - [Ketchikan](#)
 - [Nome](#)
 - [Palmer](#)
 - [Petersburg](#)
 - [City and Bureau of Sitka](#) (Ciudad y Oficina de Sitka)
 - [Utqiagvik](#) (anteriormente conocido como Barrow)
 - [Valdez](#)
 - [Wasilla](#)
 - [City and Bureau of Wrangell](#) (Ciudad y Oficina de Wrangell)
- Asegúrate de que todas las licencias profesionales u otros tipos de licencias requeridas estén vigentes - División de Corporaciones, Licencias Comerciales y Profesionales
<https://www.commerce.alaska.gov/web/cbpl/ProfessionalLicensing.aspx>
- Obtener el Número de Identificación del Empleador Federal EIN
<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/employer-id-numbers>
- Abrir tu cuenta bancaria comercial

Lista de verificación para iniciar un negocio: Oregon

- Planifica tu negocio.
- Elige una estructura (propietario único, sociedad, corporación, LLC)
 - ✓ Colegio de Abogados del Estado de Oregon - <https://www.osbar.org/public/ris/index.html>
 - ✓ Colegio de Abogados de Multnomah- <https://mbabar.org/>
 - ✓ Clínica Legal para Pequeñas Empresas
https://law.lclark.edu/centers/small_business_legal_clinic/
- Elige un nombre único. Haz tu investigación.
 - ✓ Secretaría de Estado - <https://sos.oregon.gov/business/Pages/find.aspx>
 - ✓ Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (marcas comerciales) <https://www.uspto.gov>
 - ✓ Nombre de Dominio - Empresas privadas que son registradores de nombres de dominio GoDaddy; Name.com; BlueHost; iPage; DreamHost, etc.
 - ✓ Búsqueda en Internet y Redes Sociales
- Todos los negocios: Regístrate con la Secretaría de Estado de Oregon: Corporación Comercial, Corporación sin Fines de Lucro, Compañía de Responsabilidad Limitada, Sociedad de Responsabilidad Limitada y Nombre Comercial Asumido
<https://sos.oregon.gov/business/Pages/register.aspx>
 - ✓ El estado de Oregon no emite licencias comerciales generales.
 - ✓ Las corporaciones y negocios con empleados deben recibir un Número de Identificación Comercial (BIN) del Departamento de Ingresos de Oregon
<https://secure.sos.state.or.us/cbrmanager/index#stay>
 - ✓ Inicia sesión en el Registro de Negocios de Oregon, haz clic en Iniciar, luego obtén BIN. Sigue las indicaciones desde allí. Si no planeas ser empleador o hacer tu propia nómina, no necesitas un BIN a menos que se requiera por otros motivos.
 - ✓ Para registrarte con el Departamento de Ingresos de Oregon:
<https://www.oregon.gov/dor/programs/businesses/Pages/default.aspx>
 - ✓ ¿Necesitas ayuda? El Estado de Oregon tiene un sitio web oficial con recursos:
<https://www.oregon.gov/business/pages/index.aspx>
- Obtener licencia comercial de la ciudad. Las ciudades y condados también pueden requerir que los negocios tengan una licencia o permiso. Verifica con tu gobierno de ciudad y condado para determinar los requisitos de licencia, permiso o zonificación.
- Ejemplo: Ciudad de Portland: Los negocios que operan dentro de la Ciudad de Portland y/o Condado de Multnomah deben registrarse para una cuenta fiscal de la División de Ingresos:
<https://www.portland.gov/revenue/business-tax>
 - El Estado de Oregon ofrece un Directorio de Licencias en línea con búsqueda:
<https://apps.oregon.gov/SOS/LicenseDirectory/>
- Muchas ocupaciones y actividades comerciales requieren licencias, permisos o certificaciones de agencias o juntas estatales. Asegúrate de que todas las licencias profesionales u otros tipos de licencias requeridas estén vigentes - <https://www.oregon.gov/business/Pages/start.aspx#apply-for-your-trade-licenses>
- Obtener el Número de Identificación del Empleador Federal EIN:
<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/employer-id-numbers>
- Abrir tu cuenta bancaria comercial.

Lista de Verificación para Iniciar un Negocio: Idaho

- Planifica tu negocio
- Elige una estructura (empresa unipersonal, sociedad, corporación, LLC)
 - ✓ Para información sobre los tipos de entidades reconocidas en Idaho - Estructura Legal - Legal Structure » Business.Idaho.gov
 - ✓ Colegio de Abogados del Estado de Idaho <https://isb.idaho.gov/>
 - ✓ La Clínica de Derecho Empresarial (ELC) <https://www.uidaho.edu/law/academics/experiential-learning/clinics/entrepreneurship-law-clinic>
- Elige un nombre único. Haz tu investigación.
 - ✓ Secretaría de Estado - <https://sosbiz.idaho.gov/search/business>
 - ✓ Búsqueda de Marcas de Idaho - <https://sosbiz.idaho.gov/search/trademark>
 - ✓ Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (marcas comerciales) - <http://www.uspto.gov>
 - ✓ Nombre de Dominio: Empresas privadas que son registradores de nombres de dominio: GoDaddy; Name.com; BlueHost; iPage; etc.
 - ✓ Búsqueda en Internet y Redes Sociales
- Registro de Negocio: Todos los negocios excepto los propietarios únicos que usan su nombre completo como nombre comercial necesitan registrar un nombre y tipo de entidad con la oficina del Secretario de Estado de Idaho ([Idaho Secretary of State's](#)). Servicios empresariales en Línea: [Online Business Services | Idaho Secretary of State](#)
 - ✓ Idaho no tiene una licencia comercial estatal. Registrar tu negocio es un registro, no una licencia.
 - ✓ Si el negocio será una LLC o corporación, el nombre se registra como parte del registro de la entidad.
 - ✓ Las empresas unipersonales y sociedades registran un Nombre Comercial Asumido, también llamado DBA ([Assumed Business Name](#)).
- Regístrate con las Agencias Estatales. Si el negocio tendrá empleados, realiza ventas minoristas o proporciona alojamiento, también debe registrarse con la Comisión Fiscal del Estado de Idaho ([Idaho State Tax Commission](#)) la Comisión Industrial de Idaho ([Idaho Industrial Commission](#)), y el Departamento de Trabajo de Idaho ([Idaho Department of Labor](#)) presentando el formulario [IBRS](#) (Sistema de Registro Empresarial de Idaho, en inglés: Idaho Business Registration System).
 - ✓ Este formulario debe completarse después de registrar el nombre comercial y la estructura legal.
 - ✓ Si no tendrás empleados, no realizas ventas minoristas o no estás involucrado en la industria del alojamiento, no completes este formulario.
 - ✓ Ciertos negocios pueden necesitar registrarse con otras agencias estatales y locales. Visita <https://idahobizhelp.idaho.gov/> para más información.

-
- Obtén una licencia comercial municipal. Las ciudades y condados también pueden requerir que los negocios tengan una licencia o permiso. Consulta con tu gobierno municipal y del condado para determinar los requisitos de licencia, permiso o zonificación.
 - ✓ Ejemplo: Un negocio de Idaho puede estar sujeto a regulaciones municipales y/o del condado específicas de tu ubicación. Contacta a tu Secretario Municipal local o la oficina del Secretario del Condado para averiguar si necesitas una licencia comercial local u otros permisos locales.
 - ✓ Consulta aquí para una lista de oficinas de Secretarios Municipales en Idaho: [City Clerk's offices in Idaho](#).
 - Muchas ocupaciones y actividades comerciales requieren licencias, permisos o certificaciones de agencias o juntas estatales. Asegúrate de que todas las licencias profesionales u otros tipos de licencias requeridas estén vigentes.
 - ✓ La información sobre licencias y permisos específicos de la industria y ocupación se encuentra en el Asistente Empresarial [Business Wizard](#), - <https://business.idaho.gov/business-wizard/?view=section-1>
 - Después de responder algunas preguntas, recibirás una lista personalizada de agencias para contactar con enlaces a sus sitios web.
 - ✓ Si tu actividad comercial, profesión, producto o servicio no está listado en el Asistente Empresarial, puedes verificar si tu negocio está sujeto a requisitos especiales de licencia o impuestos contactando a la oficina del secretario de tu ciudad o condado, tu abogado o tu contador.
 - Obtener el Número de Identificación del Empleador Federal EIN: <https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/employer-id-numbers>
 - Abre tu cuenta bancaria comercial

Maneje su Negocio

Hay muchos recursos disponibles para ayudarle a manejar su negocio. A continuación, encontrará recursos para ayuda o preguntas en el camino hacia el éxito.

Asistencia de la Biblioteca Pública

Los sistemas de bibliotecas locales y regionales proporcionan una gran cantidad de información para los propietarios de pequeños negocios. A continuación, se encuentra la información de contacto de algunos sistemas de bibliotecas seleccionados (los materiales variarán según el sistema de biblioteca).

No dude en contactar a su Bibliotecario de Negocios local o Bibliotecario de Investigación para obtener ayuda con la investigación de su negocio.

Estado de Washington

- Sistema de Biblioteca del Condado de King - www.kcls.org
- Sistema de Biblioteca Pública de Seattle - www.spl.org
- Sistema de Biblioteca Pública Sno-Isle - <https://www.sno-isle.org/>
- Biblioteca del Condado de Pierce - <https://jbc.mypcls.org/>
- Biblioteca de la Escuela de Negocios Foster de la Universidad de Washington - <https://www.lib.washington.edu/business/>

Alaska

- Biblioteca Pública de Anchorage - <https://www.anchoragelibrary.org/>
- Bibliotecas Públicas de Alaska - <https://publiclibraries.com/state/alaska/>

Oregon

- Bibliotecas Públicas de Oregon:
<https://libguides.osl.state.or.us/c.php?g=932784&p=6808799>

Idaho

- Bibliotecas Públicas de Idaho: <https://libraries.idaho.gov/idaho-library-directory/>

Asistencia Financiera y Técnica

Comience con estas organizaciones para asegurarse de todas las oportunidades.

Business Impact NW: www.businessimpactnw.org - 203-324-4330

Business Impact NW es una Institución Financiera de Desarrollo Comunitario (CDFI) sin fines de lucro dedicada a servir a empresarios con acceso limitado a la banca. Proporcionamos asesoramiento, clases y acceso a capital para pequeñas empresas comunitarias, con énfasis

en trabajar con poblaciones tradicionalmente desatendidas - empresarios de ingresos bajos/moderados, mujeres, BIPOC, veteranos, inmigrantes o miembros de la comunidad LGBTQ+. Hemos estado sirviendo a la comunidad desde 1997. Nuestros servicios están abiertos a todos.

Nuestro departamento de préstamos ofrece servicios de préstamo en el Estado de Washington, Oregón y Alaska. Ofrecemos servicios de apoyo empresarial (capacitación y clases gratuitas y de bajo costo, y asesoramiento empresarial individual gratuito) en los estados de Washington, Oregón, Idaho y Alaska a través de varios programas de asistencia técnica, incluyendo:

- Centro de Negocios para Mujeres:
 - Washington: www.businessimpactnw.org/washington-womens-business-center/
 - Alaska: www.businessimpactnw.org/awbc/
 - Idaho: www.businessimpactnw.org/iwbc/
- Centro de Asistencia para Negocios de Veteranos: www.businessimpactnw.org/veterans-business-outreach-center/
- Servicios para Negocios de Alimentos y Agricultura: <https://businessimpactnw.org/food-farm-business-services/>
- Programa de Capacitación en Gestión Financiera: <https://businessimpactnw.org/capital-readiness-program/>
- Agencia de Desarrollo de Negocios Minoritarios de Oregón: www.businessimpactnw.org/oregon-minority-business-development-agency/

Si tiene alguna pregunta, no dude en contactarse con nosotros: coaching@businessimpactnw.org (contamos con Staff que habla español).

Mentoría Empresarial SCORE

- Trabaja con la Administración de Pequeños Negocios en las sedes locales de la SBA
- Ofrece seminarios web y talleres empresariales gratuitos y de bajo costo y mentoría empresarial gratuita individual o en equipo para negocios existentes y nuevos.
- SCORE Washington: Seattle: www.score.org/seattle
- SCORE Alaska: www.score.org/alaska
- SCORE Oregon: Portland www.score.org/portlandor
- SCORE Idaho: Treasure Valley <https://www.score.org/treasurevalley>
- Para localizar su oficina local de SCORE: www.sba.gov/local-assistance

Centros de Desarrollo de Pequeños Negocios Estatales

- Los Centros de Desarrollo de Pequeños Negocios proporcionan asesoramiento y capacitación a pequeñas empresas, incluyendo el trabajo con la SBA para desarrollar y proporcionar herramientas informativas para apoyar el inicio de negocios y la expansión de negocios existentes.
- Centros de Desarrollo de Pequeños Negocios del Estado de Washington www.wsbdc.org
- Centros de Desarrollo de Pequeños Negocios del Estado de Alaska www.aksbdc.org
- Centros de Desarrollo de Pequeños Negocios del Estado de Oregón www.oregonsbdc.org
- Centros de Desarrollo de Pequeños Negocios del Estado de Idaho <https://idahosbdc.org/>

Centro de Asistencia Técnica de Adquisiciones

APEX Accelerator asesora a las empresas sobre cómo ganar contratos y subcontratos gubernamentales. La asistencia técnica personalizada incluye revisiones de ofertas, asistencia de marketing, desempeño de contratos, certificaciones para pequeñas empresas y más.

- APEX del Estado de Washington: <http://www.washingtonapex.org>
- APEX de Alaska: <http://www.apexalaska.org>
- APEX de Oregón: www.gcap.org/
- APEX de Idaho: <http://www.idahoAPEXAccelerator.com>
- Para localizar tu APEX local: www.aptac-us.org/find-a-ptac/

Opciones de Financiamiento

Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU.

Programa de Préstamos de la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU.:

<https://www.sba.gov/funding-programs/loans>

Cómo la SBA ayuda a las pequeñas empresas a obtener préstamos: La Administración de Pequeñas Empresas de EE.UU. ayuda a las pequeñas empresas a obtener financiamiento estableciendo pautas para préstamos y reduciendo el riesgo del prestamista. Estos préstamos respaldados por la SBA facilitan que las pequeñas empresas obtengan el financiamiento que necesitan.

Para obtener un préstamo respaldado por la SBA:

- Visita la página de Préstamos para encontrar el préstamo que mejor se adapte a tu necesidad: <https://www.sba.gov/funding-programs/loans>
- Ingresa tu Código Postal en Lender Match para encontrar un prestamista en tu área: <https://www.sba.gov/funding-programs/loans/lender-match>
- Solicita un préstamo a través de tu prestamista local.
- Los prestamistas aprobarán y te ayudarán a gestionar tu préstamo.

La SBA solo otorga préstamos directos en el caso de empresas y propietarios de viviendas que se recuperan de un desastre declarado.

Business Impact NW y Otros Recursos

Business Impact NW:

www.businessimpactnw.org - 203-324-4330

Business Impact NW es una Institución Financiera de Desarrollo Comunitario (CDFI) sin fines de lucro dedicada a servir a empresarios con acceso limitado a la banca. Nuestro departamento de préstamos ofrece servicios de préstamos en los estados de Washington, Oregon y Alaska. Ofrecemos servicios de apoyo empresarial (capacitación y clases gratuitas y de bajo costo, y asesoramiento empresarial individual gratuito) en los estados de Washington, Oregon, Idaho y Alaska.

Financiamiento Colectivo

El financiamiento colectivo es la recaudación de dinero en pequeñas cantidades de una amplia audiencia. Hay muchos sitios web que ayudan a conectar financiadores con el proyecto o empresa a financiar, y diferentes sitios funcionan de diferentes maneras. Quizás el más conocido es Kickstarter.com, que destaca una forma de recaudar fondos: está basado en proyectos (financiar un proyecto que realiza tu empresa en lugar de financiar la empresa en sí) y los contribuyentes no reciben capital. En cambio, en este estilo de financiamiento colectivo, los contribuyentes reciben "regalos" o "beneficios" como agradecimiento por su contribución.

- Kauffman Sketchbook - "The Wizard of Fundz" - <https://youtu.be/fTE5uZ7HZPg>
- Resources:
 - Kickstarter: www.kickstarter.com
 - IndieGoGo: www.indiegogo.com

Inversores - Ángeles, Capitalistas de Riesgo

Un propietario puede carecer de capital suficiente y necesitar buscar inversores adicionales en la empresa. Estos inversores invierten capital y no esperan ser reembolsados de manera constante como un prestamista. Tampoco exigen pagos de intereses. Sin embargo, los

inversores esperan un mayor retorno de su inversión que el interés requerido por un prestamista. Los inversores pueden ser "ángeles" o capitalistas de riesgo.

Es importante obtener asesoramiento legal al vender parte de tu empresa como capital, ya que hay muchas reglas y regulaciones que rigen la venta de capital. La Comisión de Valores y Bolsa administra estas leyes. Los inversores también están muy interesados en la capacidad del equipo directivo de la empresa para hacer crecer la empresa con éxito. Los capitalistas de riesgo a menudo reemplazan al equipo directivo con gerentes que tienen historial probado en la industria.

Recursos:

- Comisión de Valores y Bolsa de EE.UU. - Información para Inversores en Etapa Temprana - US Securities and Exchange Commission - [Early Stage Investors information](#)
- Alliance of Angels (Seattle): <https://www.allianceofangels.com/>

Subvenciones

Las subvenciones no son comúnmente proporcionadas para pequeñas empresas.

La Administración de Pequeñas Empresas de EE.UU. no proporciona subvenciones para iniciar y expandir un negocio. La SBA proporciona subvenciones limitadas para pequeñas empresas y subvenciones a estados y organizaciones comunitarias elegibles para promover el emprendimiento. Visita www.sba.gov para acceder a la sección de información sobre subvenciones bajo Programas de Financiamiento en su página de inicio

- Administración de Pequeñas Empresas: Subvenciones SBIR/STTR: <https://www.sbir.gov/about>

Recursos Privados para Subvenciones a Pequeñas Empresas (Sujeto a cambios):

- Hello Alice: <https://helloalice.com/funding/grants/>
- Subvención Amber para Mujeres Empresarias: <https://ambergrantsforwomen.com/>
- Recurso de Subvenciones de la Cámara de Comercio de EE.UU.: Programas de Subvenciones para Pequeñas Empresas - US Chamber Grant Resource: Grant Programs for Small Business



CAPITAL READINESS

CAPACITACIÓN EN GESTIÓN FINANCIERA

A PROGRAM OF BUSINESS IMPACT NW

SERVICIOS DE ASESORÍA CREDITICIA

Nuestros Asesores de Crédito Certificados brindan asesoramiento gratuito, confidencial y de apoyo en las áreas de crédito al consumidor, administración de dinero y deudas, y elaboración de presupuestos. Los asesores discuten su situación financiera con usted y lo ayudan a desarrollar un plan personalizado para alcanzar sus metas financieras personales y comerciales.

LO QUE OFRECEMOS:

- ✓ **Orientación Financiera Personalizada:**
Nuestros asesores de crédito trabajarán en colaboración con usted para comprender su situación financiera y brindarle asesoramiento personalizado.
- ✓ **Mejora del Puntaje de Crédito:**
Aprenda estrategias para mejorar su puntaje de crédito y mejorar su perfil financiero.
- ✓ **Gestión de Deudas:**
Obtenga información sobre cómo administrar y reducir su deuda de manera efectiva.
- ✓ **Técnicas Presupuestarias:**
Descubra técnicas prácticas de elaboración de presupuestos para alcanzar sus objetivos financieros.
- ✓ **Educación Financiera:**
Acceda a valiosos recursos y talleres para mejorar su educación financiera.

POR QUÉ ELEGIRNOS:



Confidencialidad:

Usted y su información están seguros y se mantienen estrictamente confidenciales.



Experiencia:

Nuestro equipo cuenta con experiencia en asesoría crediticia y educación financiera.



Enfoque Centrado en el Cliente:

Priorizamos su bienestar financiero y adaptamos nuestros servicios para satisfacer sus necesidades.

Para más información:



Christine Buckley

Directora del Centro de Preparación Para Préstamos

(206) 324-4330 Ext. 119

christineb@businessimpactnw.org

Languages: English & Spanish



www.businessimpactnw.org



SMALL BUSINESS FINANCIAL EMPOWERMENT

¡Regístrate para recibir
entrenamiento y asesoría
empresarial con Business
Impact NW! (Sirviendo a WA,
OR, ID y AK)
businessimpactnw.org

Notas: