

Índice de contenidos

1. **Plan de negocios**
2. **Propósitos de un plan de negocios**
3. **Objetivos de un plan de negocios**
4. **Para qué sirve un plan de negocios**
5. **Tipos de planes de negocios**
6. **Contenido de un plan de negocios**

I-PLAN DE NEGOCIOS

Básicamente, es un documento detallado que define los objetivos de una empresa, las estrategias para alcanzarlos y los recursos necesarios para su implementación. Este documento no solo guía a los emprendedores en la toma de decisiones, sino que también es vital para atraer inversores y asegurar financiamiento.

Un buen plan de negocios debe documentar el modelo de negocio, esbozar las proyecciones financieras, y establecer una hoja de ruta clara para convertir una idea de negocio en una realidad. Los planes de negocio bien estructurados proporcionan una visión integral del mercado, analizan la competencia, y delinear las estrategias de marketing y ventas necesarias para alcanzar el éxito. Sin un plan de negocio sólido, las empresas corren el riesgo de perder el rumbo y fracasar en un mercado exigente y en constante evolución.

Qué es un plan de negocios

Un plan de negocios es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión. También puede incluir el personal clave para lograr los objetivos y un cronograma.

Para qué sirve un plan de negocios

El propósito de un plan de negocios es triple: resume la estrategia de la organización para ejecutarla a largo plazo, asegura el financiamiento de los inversionistas y ayuda a pronosticar las demandas comerciales.

Un plan de negocios sirve para cimentar las bases de una organización, tener certidumbre de qué se busca y planear las acciones de la empresa para lograr la meta. Es un excelente instrumento que proporciona visibilidad y, por lo tanto, control de los escenarios, variables y factores que se conjugan para que una compañía tenga éxito.

2-PROPOSITOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.

1. Proveer una dirección clara y estructurada para alcanzar los objetivos de la empresa.

2. Demostrar la viabilidad y el potencial del negocio para asegurar financiamiento de inversores y prestamistas.

3. Facilitar decisiones informadas basadas en análisis detallados y estrategias bien definidas.

3-OBJETIVOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS

¿CUÁL ES EL OBJETIVO?

Concretar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto a mediano y largo plazo. Esto nos permitirá llegar a conclusiones y decidir si finalmente debe constituirse la empresa, asumiendo riesgos controlados, o si debe mejorarse la idea de negocio, evitando de esta manera un fracaso seguro.

Lo más probable es que alguien que esté redactando este tipo de documentos lo haga por uno o varios de los siguientes objetivos de un plan de negocios:

1. **Obtener financiamiento de inversores.**

Dado que su contenido gira en torno a cómo las empresas tienen éxito, se equilibran y obtienen ganancias, un plan de negocios se utiliza como una herramienta para obtener capital. Este

documento es la forma en que un emprendedor muestra a los posibles inversores o prestamistas cómo se utilizará su capital y cómo ayudará a que la empresa prospere.

Todos los bancos, inversores y empresas de capital de riesgo querrán ver un plan de negocios antes de proporcionar el dinero, y los inversores normalmente esperan un ROI del 10 % o más del capital que invierten en una empresa.

Por lo tanto, estos inversores necesitan saber si recuperarán su dinero (tal vez esperan ganar algo más) y cuándo. Querrán conocer el proceso y la estrategia de la empresa para alcanzar esos objetivos financieros; aquí entra en juego el contexto proporcionado por los planes de ventas, marketing y operaciones.

2. Documentar la estrategia y los objetivos de una empresa.

Un plan de negocios no debe dejar piedra sin levantar. Los planes comerciales pueden abarcar docenas o incluso cientos de páginas, lo que brinda a sus redactores la oportunidad de explicar cuáles son los objetivos de una empresa y cómo los alcanzará.

Para mostrar a los inversores potenciales que han abordado todas las preguntas y pensado en todos los escenarios posibles, los empresarios deben explicar a fondo sus estrategias de marketing, ventas y operaciones, desde la adquisición de una ubicación física para la empresa hasta la explicación de un enfoque táctico para la penetración del marketing.

Estas explicaciones deberán conducir en última instancia a un punto de equilibrio empresarial respaldado por un pronóstico de ventas y proyecciones financieras. El redactor del plan de negocios podrá aclarar las razones de fondo de todo lo que se describe en el plan.

3. Legitimar una idea de negocio.

Todos tienen una gran idea para una empresa, hasta que ponen la pluma sobre el papel y se dan cuenta de que no es exactamente factible. Un plan de negocios es la forma que tiene un emprendedor de demostrar que realmente vale la pena perseguir una idea de negocio.

A medida que los emprendedores documentan su proceso de salida al mercado, sus necesidades de capital y el retorno esperado de la inversión, es probable que se encuentren con algunos contratiempos que los hagan afinar sus estrategias y métricas, y para eso es exactamente el plan de negocios.

Asegura pasos firmes para el emprendedor antes de llevar su idea de negocio al mundo. Además, brinda certeza a los lectores que el creador del plan se toma en serio su labor y dedicó horas a pensar en la idea de negocio, desarrollando tácticas de crecimiento y calculando las finanzas y proyecciones.

4. *Obtener una A en tu clase de negocios.*

Por experiencia personal, existe la posibilidad de que estés aquí para obtener ideas de planes de negocios para tu proyecto de clase. Si ese es el caso, podría sugerirte que consultes esta publicación sobre cómo crear un plan de negocios.

4-PARA QUÉ NOS SIRVE UN PLAN DE NEGOCIOS

Permite al emprendedor llevar a cabo un exhaustivo estudio de todas las variables que pueden afectar a su idea, aportando la información necesaria para determinar la viabilidad del proyecto.

El Plan de Negocio es la carta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas como entidades financieras, inversionistas, organismos públicos, etc.

Antes de realizar un plan de negocio se debe tener clara la idea de lo que queremos emprender; por ello, los factores que deben influir en la elección del negocio para que sea una idea exitosa son:

1. Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos o de nueva creación.
2. Cuando se trata de negocios o actividades de escasa complejidad que permiten a cualquier persona establecerse por su cuenta.
3. La experiencia del emprendedor, que ha sido trabajador y que pretende independizarse.
4. Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
5. Cuando se posee un producto o servicio innovador.

7 TIPOS DE PLANES DE NEGOCIOS

- € Plan de negocios estratégico
- € Plan de negocios operativo
- € Plan de negocios de una página
- € Plan de negocios estándar
- € Plan de negocios de factibilidad
- € Plan de negocios de escenarios posibles
- € Plan de negocios de crecimiento

Estos son algunos de los tipos de planes de negocios más usuales. Los hemos dividido por enfoque (estratégico u operativo), por extensión (breve o estándar) y por los objetivos que tienen (mostrar factibilidad, enfrentarse a nuevos escenarios o prepararse para el crecimiento empresarial).

Tipos de planes de negocios por enfoque

I. Plan de negocios estratégico

El plan de negocios estratégico tiene como fin mostrar la visión del emprendedor o emprendedora, para así hablar de la rentabilidad del proyecto e inspirar confianza a los posibles inversores. Por lo regular, delinea el proyecto a largo plazo, en vez de enfocarse en un año o un periodo mediano.

Características de un plan de negocios estratégico:

Parte de ciertas metas a largo plazo.

Utiliza los objetivos a corto plazo y medibles como una forma de cumplir la visión del emprendedor o grupo de emprendedores.

Tiene como fin inspirar y mover a los inversionistas para que apuesten por un proyecto.

Son aptos tanto para pequeñas empresas como startups con un alto nivel de financiamiento. Lo relevante es tener una misión empresarial de altos estándares y saber cómo traducirla a la práctica.

Por lo regular, tiene un formato extenso que delinea las estrategias y tácticas principales a seguir.

Cuándo usar un plan de negocios estratégico:

Cuando tu enfoque está en mostrar la visión de negocio que tienes y lo que harás para lograrla, por medio de metas a largo plazo y objetivos medibles.

2. Plan de negocios operativo

Un plan de negocios operativo tiene su enfoque en la viabilidad de las operaciones y cómo deben organizarse conforme con un objetivo, casi siempre financiero. La importancia de este plan de negocios es que permite a las compañías con trayectoria asentar sus prácticas y delimitar las responsabilidades.

También es apto para los negocios que están en un balance financiero adecuado y que buscan crecer de una forma discreta, pero sostenida.

Características de un plan de negocios operativo:

Delimita los objetivos generales y por área a seguir dentro de un periodo corto o mediano.

Pone el énfasis en los indicadores a monitorizar y los responsables de que se alcancen los objetivos.

Proyecta los recursos financieros, tecnológicos y humanos de una forma precisa.

Define las fases de cumplimiento y las operaciones involucradas en cada una.

Sirve sobre todo a nivel interno y para las partes interesadas.

Cuándo usar un plan de negocios operativo:

Cuando tengas un negocio establecido que busque su rentabilidad por medio de operaciones bien definidas. Asimismo, al inicio de un proyecto que tenga un enfoque en los objetivos financieros y cómo alcanzarlos.

Tipos de planes de negocios por extensión

3. Plan de negocios de una página

Un buen ejercicio es realizar un plan de negocios de una página, en tanto que está pensando para presentarlo ante un grupo de inversionistas y convencerlos en unos pocos minutos.

Este tipo de plan ayuda a encontrar lo más relevante de la idea de negocio y debe ser lo suficientemente conciso e impactante.

Características de un plan de negocios de una página:

Es muy breve y menciona solo los puntos clave del plan.

Es útil para emocionar a la audiencia y motivarla a ser partícipe de un proyecto.

Requiere añadir detalles acerca de la inversión inicial y proyección de rendimientos para que la visión de negocio no se quede en el aire.

Puede ser presentado como un resumen ejecutivo (como la parte inicial de un plan más extenso).

Cuándo usar un plan de negocios de una página:

Cuando debes presentar tu idea de negocio ante una audiencia exigente y ocupada, que necesita saber en unas cuantas líneas por qué debería arriesgar sus recursos en lo que ofreces.

4. Plan de negocios estándar

Un plan de negocios estándar presenta de forma más extensa sus elementos. Por lo regular, su estructura contiene la definición del negocio, un estudio de mercado, análisis de inversiones, organización, recomendaciones y más elementos.

Características de un plan de negocios estándar:

Incluye todo lo necesario para comprender de un vistazo la meta a largo plazo de negocio y cómo se relaciona con ciertos objetivos.

Ayuda a las personas interesadas a sumergirse en el análisis, ya sea de los recursos financieros, recursos humanos, mercado, demanda o de otros aspectos.

Muestra a fondo la viabilidad del proyecto.

Pone el negocio en el contexto de su público y las características de la competencia.

Permite a los inversionistas más técnicos entender el trasfondo de la visión estratégica.

Cuándo usar un plan de negocios estándar:

Prácticamente, siempre. Más allá del enfoque que tenga tu plan, es necesario que realices un análisis exhaustivo que muestre los objetivos del negocio, las proyecciones financieras y las maneras en que lograrás poner en marcha sus componentes. Incluso si conquistas a las y los inversionistas con una presentación breve, este documento te servirá como referencia para tus estrategias y también para mejorarlas en el futuro.

Tipos de planes de negocio por objetivo

5. Plan de negocios de factibilidad

Un plan de negocios de factibilidad está enfocado en el mercado, posible demanda y rentabilidad futura. Por lo regular, es utilizado por startups que buscan una amplia inversión inicial, con la promesa de llevar un producto innovador al mercado.

Características de un plan de negocios de factibilidad:

Incluye un análisis de mercado preciso para responder la pregunta: ¿quién comprará esta solución?

Delinea claramente las características del mercado en el que se pretender ingresar y las posibilidades de éxito.

Muestra cuándo y cómo se alcanzarán los objetivos financieros.

Se trata de planes altamente técnicos que requieren de la intervención de analistas financieros internos e incluso de revisores externos.

Cuándo usar un plan de negocios de factibilidad:

Cuando tengas una idea de negocio innovadora que pueda atraer a personas con una alta capacidad de inversión. No solo deberás vender tu producto, sino mostrar quiénes serán tus compradores y qué tan rentable será esta base para lograr los mayores márgenes de rentabilidad.

6. Plan de negocios de escenarios posibles

Un plan de negocios de escenarios posibles, también conocido como what-if («¿y si...?») tiene por objetivo mostrar cuáles son las probabilidades y riesgos de un negocio.

Características de un plan de negocios de escenarios posibles:

Muestra dos o tres escenarios posibles derivados de una decisión de negocio: cambiar el giro principal, añadir una línea de productos original, generar una alianza estratégica a largo plazo...

Tiene como fin mostrar los niveles de riesgo y, en ocasiones, alentar a las partes interesadas a hacer movimientos empresariales menos discretos de lo usual, pero que pueden representar altas ganancias.

Ayuda en los casos en que un negocio no tiene buenos pronósticos en sus circunstancias actuales y debe arriesgarse para mantenerse a flote.

Cuándo usar un plan de negocios de escenarios posibles:

Úsalo si tu negocio está pasando por un momento delicado y se encuentra en un entorno cambiante, en tanto que te dará la pauta para correr más riesgos, con el objetivo de que la empresa se mantenga a flote e incluso pueda crecer. También es apropiado para emprendedores intrépidos que buscan renovar sus compañías de una forma poco previsible o por medio de adquisiciones o fusiones de alta inversión y riesgo.

7. Plan de negocios de crecimiento

El plan de negocios de crecimiento tiene como objetivo principal mostrar las oportunidades de un negocio si recibe el financiamiento necesario o si obtiene una alianza adecuada. Debe ser tentador para los interlocutores al mostrar qué ganarían al apostar al crecimiento de una empresa ya establecida.

Características de un plan de negocios de crecimiento:

Muestra proyecciones financieras sólidas con base en diversos niveles de financiamiento.

Pone el relieve en el valor de la empresa dentro de una asociación o fusión, en caso de que sea una posibilidad.

Define qué tipo de recursos se necesitan en cada área estratégica.

Habla de forma precisa acerca del marketing o publicidad que aumentará el reconocimiento de la empresa.

6-CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS

MÓDULO 1: ADMINISTRACIÓN

1.1 Descripción del negocio.- Nombre, clasificación, misión, visión, valores, objetivos, ventaja competitiva, normatividad, marco legal.

MÓDULO 2: MERCADOTECNIA

2.1 Clientes.- Objetivos de Mercadotecnia, características del consumidor (final, industrial, etc.); hábitos de consumo (gustos y preferencias); motivos de compra; niveles de ingreso y gasto de los consumidores; tamaño del mercado, cuantificación de la demanda; tasa de uso (consumo estacional, temporal, etc.); segmentación geográfica (región, población, clima, etc.); segmentación demográfica (edad, sexo, nivel educativo, etc.); segmentación psicográfica (estilo de vida, actividades); perspectivas de mercado; intención de compra; factores que afectan a la demanda; posibilidad de desarrollo.

2.2 Competencia. - Características de la competencia (directa, indirecta); naturaleza de la competencia (ubicación, precio, calidad); análisis de los competidores; descripción de los competidores (rivalidad, nivel); estrategias; capacidad; tamaño de la competencia; número de competidores; volumen de ventas y participación en el mercado; posicionamiento y cuantía de su patrimonio; diagnóstico preliminar; oportunidades de mercado.

2.3 Promoción y publicidad. - Definición geográfica; ventajas; naturaleza del lanzamiento (lugar); presupuesto; calendarización; participación en el mercado.

2.4 Distribución. - Métodos tradicionales (volantes y anuncios); ventajas; desventajas; relaciones de negocios; contactos establecidos; relaciones públicas; infraestructura disponible; ubicación de la empresa y costos asociados; instalaciones disponibles (inclusión de croquis); equipo móvil; fuerza de ventas; estructura; costos de operación; métodos de venta y distribución (diagrama); presupuesto contemplado.

2.5 Política de precios. - Precios de mercado; repercusión en la demanda; comparativo con la competencia; precios máximos y mínimos; precios de penetración; condiciones de pago; medio competitivo; precios de referencia (costos + utilidad bruta).

MÓDULO 3: PRODUCCIÓN

3.1 Proceso productivo. - Información preliminar; materias primas; disponibilidad de capital; disponibilidad de mano de obra.

3.2 Tecnología del producto o servicio. - Definición e importancia de la tecnología; selección de la tecnología; medios de adquisición de la tecnología; análisis de la tecnología de maquinaria y equipo; consideración de factores de maquinaria y equipo; análisis de cotización de fabricantes; elaboración de lista de materiales de producción; lista de herramientas.

3.3 Diagramas de flujo de proceso. - Maquinaria o equipo requerido en la operación; cantidades a producir; tiempo y espacio para realizar la actividad; distancia viajada / transporte; selección de métodos de producción y equipo; distribución de planta por área y espacio; necesidades de inventario; requerimientos de personal.

3.4 Proveedores. - Clasificación de materia prima e insumos; características de la materia prima; requerimientos cuantitativos de la materia prima; disponibilidad actual y a largo plazo; localización de la materia prima; condiciones de abastecimiento; criterios de evaluación de los proveedores.

3.5 Operación. - Requerimiento de espacio; distribución del edificio; decisión de construcción o compra del edificio; localización general o específica de la empresa; licencias y trámites gubernamentales; programa de implementación; inversión de equipamiento.

MÓDULO 4: PERSONAL

4.1 Reclutamiento y Selección de personal. - Identificación de las necesidades de personal; reclutamiento y guía de selección de personal.

4.2 Contratación. - Políticas operativas; tabla de sueldos.

4.3 Inducción de personal. - A la empresa; al personal; al puesto.

4.4 Evaluación del desempeño.

4.5 Capacitación. - Detección de necesidades de capacitación; programa de capacitación.

MÓDULO 5: FINANZAS

5.1 Integración de la Inversión. - Objetivo; infraestructura; equipo requerido; capital de trabajo; requerimientos de inventarios; proveedores; origen de la inversión (aportación de socios o financiamiento).

5.2 Presupuesto de Ingresos y Egresos. - Estado de costos de producción de los tres primeros años; estado de resultados de los tres primeros años; flujo de efectivo de los tres primeros años; balance general de los tres primeros años; punto de equilibrio; tasa interna de retorno; valor presente neto; razones financieras, (liquidez, endeudamiento y rendimiento de capital)

MÓDULO 6: FORMA JURÍDICA

Hay una serie de aspectos a tener en cuenta a la hora de hacer la elección de la forma jurídica a adoptar (autónomo, sociedad civil, limitada, anónima, etc.):

6.1 Tipo de actividad a ejercer. - Según la actividad a llevar a cabo hay casos en los que la normativa aplicable te obligan a una forma concreta.

6.2 Tipo de Sociedad. - Dependiendo el número de socios que vayan a constituir la empresa tendrán que adoptar una u otra forma.

6.3 Responsabilidad de los socios. - La responsabilidad puede estar limitada al capital aportado o ser ilimitada, afectando tanto al patrimonio empresarial como al personal.

6.4 Necesidades económicas del proyecto. - Existen formas jurídicas donde no piden un mínimo de capital para empezar, a diferencia de las que se los exigen y además piden una escritura notarial, por lo que su constitución es más costosa.

6.5 Aspectos fiscales. - La diferencia fundamental entre unas sociedades y otras se encuentra en la tributación con que se dé de alta la empresa ante las autoridades hacendarias.