

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

¿Qué es un plan de negocios?

Es la forma ordenada de entender todo lo que compete a tu negocio. Corresponde en sí a información contenida en algún documento donde explicamos y describimos todo sobre nuestro futuro negocio, esto incluye aspectos como los objetivos, las estrategias, los medios a utilizar, la forma de operar, la estructura del negocio e incluso una proyección de ganancias y gastos.

¿Cómo definimos el concepto de Negocio dentro de una empresa?

Consiste en un primer análisis de los elementos básicos que determinan a una empresa. *(Rafael Armando Méndez Lozano_ Formulación y evaluación de proyectos: Enfoque para emprendedores.)*

Para este propósito, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos: observar el comportamiento de las principales variables del entorno en el que va a llevar a cabo sus actividades la futura empresa, identificar los grupos de población por atender (clientes), así como los proveedores y los competidores potenciales.

Evolución de los negocios en el país y en el mundo.

La historia de los negocios dice que la gestión de mercadeo es una filosofía de la organización al servicio al cliente para satisfacer sus necesidades y lograr los objetivos de la empresa. También la historia de los negocios, relata que el concepto de marketing implica acción para conquistar los mercados, análisis para comprenderlos, y una ideología para la construcción de la sociedad de consumo, para ello la gerencia de mercadeo debe cumplir responsabilidades como el análisis de las oportunidades de mercadeo, establecimiento de objetivos, organización del mercadeo, recursos de mercadeo para la mezcla, creación de la oferta y evaluación y control de actividades de marketing.

Conforme va pasando la historia de los negocios, el mercadeo ha evolucionado y pasado por diferentes etapas como la autosuficiencia económica, el comunismo primitivo, el trueque, los mercados locales, la etapa de economía monetaria, la de capitalismo primitivo, la de producción en masa, la sociedad próspera de mercadeo, la del mercadeo social, el mercadeo uno a uno, además, los avances de la gran red como lo es la Internet que ha permitido avances y transformaciones de la globalización en la era de los negocios electrónicos.

Históricamente el hombre ha pasado por varias etapas de la ventaja competitiva, la ventaja absoluta hace referencia a los monopolios naturales, al aprovechamiento al máximo de los recursos naturales, café, esmeraldas, carbón, el chontaduro, etc.

- La ventaja comparativa se refiere a producir mayor volumen de bienes y servicios a más bajo costo y lo más rápido posible en comparación con los competidores.
- La ventaja competitiva es el indicador de los negocios internacionales por la eficacia, la marca, el diseño, el empaque, el servicio postventa, la calidad, el justo a tiempo, la tecnología, la infraestructura, el transporte, la energía y las comunicaciones

Los factores de Éxito de una empresa competitiva.

Existen varias teorías de por qué, algunas empresas son capaces de reinventarse y cambiar todo su modelo de negocio para cumplir el objetivo de superar las crisis. A comparación de otras, que no están lo suficientemente preparadas para soportar los cambios tan rápidos del entorno, provocados por una globalización en la cual están inmersas cada una de las empresas existentes.

Para Michael Porter la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. La competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país.

De acuerdo con Michael Porter, cuatro factores pueden ser determinantes en la competitividad:

1. **Un enfoque limitado al crecimiento** es una de las causas principales de las malas decisiones sobre estrategia (fuerza de trabajo, recursos naturales, capital e infraestructura), así como de las habilidades, conocimientos y tecnologías especializados que determinan su capacidad para generar y asimilar innovaciones.
2. **La naturaleza de la demanda interna** en relación con la oferta del aparato productivo nacional; en particular, es relevante la presencia de demandantes exigentes que presionan a los oferentes con sus demandas de artículos innovadores y que se anticipen a sus necesidades.
3. **La existencia de una estructura productiva** conformada por empresas de distintos tamaños, pero eficientes en escala internacional, relacionadas horizontal y verticalmente, que aliente la competitividad mediante una oferta interna especializada de insumos, tecnologías y habilidades para sustentar un proceso de innovación generalizable a lo largo de cadenas productivas.

4. **Las condiciones prevalecientes en el país** en materia de creación, organización y manejo de las empresas, así como de competencia, principalmente si está alimentada o inhibida por las regulaciones y las actitudes culturales frente a la innovación, la ganancia y el riesgo.

NIVELES DE LA COMPETENCIA

Podemos diferenciar tres niveles de análisis en el estudio de la competitividad de las empresas:

- Competitividad Nacional.
- Competitividad Sectorial.
- Competitividad Empresarial -en sentido estricto.

La competitividad nacional, donde se englobaría los factores de carácter macroeconómico, donde se explica por qué una empresa es competitiva acudiendo a las ventajas comparativas que un país posee en relación a los otros, como costos salariales, precios, tipos de cambio, dotaciones de infraestructuras, etc.

Este aspecto de la competitividad queda recogido en el esquema elaborado por Porter (1980) de las cinco fuerzas competitivas, que actúan en los sectores industriales y que determinan la rentabilidad que pueden obtener las empresas.

MODELOS DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Modelo de las Cinco Fuerzas.

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter propone un marco de reflexión estratégica sistemática para determinar la rentabilidad de un sector en específico, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. Es preciso conocer también los principales elementos del mercado que sirven de base a las cinco fuerzas que intervienen en un sector industrial: -

1. **Competidores Directos:** Aquellas empresas que ofrecen el mismo bien o producto. **Ejemplo: Mercedes Benz y BMW.**
2. **Clientes:** Conjunto formado por los compradores de los bienes y servicios.
3. **Proveedores:** Conjunto de empresas que suministran a las empresas productoras del sector todo lo necesario para que produzcan u ofrezcan sus servicios.
4. **Productos Sustitutivos:** Aquellos que pueden aparecer y cubrir las mismas necesidades que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado. **Ejemplos: el pan y la galleta; la mayonesa y la mantequilla.**
5. **Competidores Potenciales:** Aquellas empresas con capacidad de entrar a competir con las pertenecientes a un sector determinado.

Los factores de Riesgo y los factores de prevención

Cuando las empresas no poseen suficiente información para prevenir los factores de riesgo o éstos no son evaluados es cuando sobreviene el desastre empresarial tan temido. Otra forma de clasificar los tipos de riesgos responde a las áreas en las que éstos pueden ocurrir.

De esta manera pueden acaecer riesgos:

- **Estratégicos:** por incapacidad de la empresa para adaptarse a los cambios o prevenir situaciones con anticipación
- **Legales:** debido al desconocimiento e incumplimiento de las leyes y regulaciones del sector al que pertenece la empresa.
- **Financieros:** que se evidencia en la falta de liquidez de la empresa, o de la acumulación de sus deudas.
- **Operacionales:** dada la escasez de control interno de los procesos de la organización.
- **Ambientales:** debido al incumplimiento de aspectos relacionados con la ley sobre medio ambiente y la violación de sus acuerdos, como la emisión de contaminantes producto de la operación de la empresa.
- **Acerca de la tecnología de la información:** que surge de la desinformación y de la falta de actualización en cuanto a los avances en el uso de la tecnología de la información y la ciberseguridad.
- **En el ámbito de los recursos humanos:** que responde a inconvenientes en la gestión de la plantilla de personal, desde los procesos de selección hasta las condiciones laborales de los trabajadores, entre muchos aspectos.

Modelos actuales del Plan de Negocios

1. El Plan de Negocios Lean (o ágil)
2. El Plan de Negocios Estándar
3. El plan de negocios de la startup
4. Plan de negocio One-Page
5. Plan de viabilidad
6. Plan interno
7. Plan de operaciones o plan anual
8. Plan de expansión
9. Plan estratégico

La utilidad del Plan de Negocios en instancias que lo requieran

La utilidad más destacada de este documento es la de concretar la viabilidad y la rentabilidad de un proyecto empresarial a medio y largo plazo. Además, nos servirá para saber, una vez redactado, si vale la pena crear o no la empresa.

En este sentido, el plan de empresa es útil para poder reflexionar sobre la misma empresa que vamos a crear, empezando desde la idea inicial de negocio, siguiendo por su forma y analizando todos los aspectos en conjunto para darle coherencia y estructura.

Diseñar el plan de empresa y dejar la estrategia por escrito nos es ventajoso también en el sentido de que de esta manera nuestro proyecto de empresa se evalúa desde diferentes perspectivas (una vertiente técnica, económica o una jurídica).

Otra utilidad que presenta el plan de empresa es que se trata del documento necesario para obtener financiación, ayudas y/o subvenciones o captar socios, entre otros aspectos. Será lo primero que nos pedirán los bancos y las entidades de crédito si queremos solicitar uno para nuestra empresa.

Nos será muy útil además para captar los primeros clientes, atraer inversores. Por eso es muy importante que nuestro plan esté muy bien redactado y ordenado y que incluya aquellos datos clave de nuestro producto y servicio, aquellos referentes a la manera de financiar el proyecto y aquellos relacionados con el equipo humano, entre otros.