UNIDAD 3 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

3.1 Descripción de la empresa

Cuando el plan de negocios se realiza para una empresa que ya está funcionando, el primer capítulo debe ser la descripción de la empresa, el cual deberá incluir una breve información sobre cada uno de los párrafos que se muestran a continuación:

1. Historia de la empresa
¿Cuándo se fundó la empresa? ¿Quién la fundó? ¿Cuál fue la razón o motivaciones para fundarla? ¿Cuál es el giro de la empresa y cómo ha evolucionado hasta la fecha? ¿Qué productos vende y a quiénes?

2. Análisis de la industria
¿Cómo se encuentra el sector o industria en el que trabaja empresario? ¿La industria está creciendo, está madurando o está en declinación?

3. Productos y servicios ofrecidos
¿Cuáles son los atributos y características distintivas de dichos productos o servicios? ¿Quiénes son sus clientes y por qué la actual propuesta de valor es relevante para ellos?

4. Información económica y financiera
Es indispensable presentar los estados financieros de los últimos dos o tres años, que permitan conocer la situación económica y financiera de la compañía en términos de liquidez, rentabilidad, solvencia y gestión financiera.

5. Equipo empresarial y gerencial
Para un potencial inversionista es indispensable conocer quiénes serían sus ¨socios ¦ . Por lo tanto, en este apartado esperan la respuesta a las siguientes preguntas: ¿Quiénes son los accionistas de las empresas?

3.2 Objetivos generales de la empresa

La misión de la empresa expresa lo que se pretende lograr, las metas establecen como se pretende lograr la misión y los objetivos establecen el ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Quién?, etc.

Es decir que, los objetivos establecen claramente cómo se van a resolver las necesidades o problemas de la empresa.
Por lo general, los objetivos son fácilmente medibles ya que tienen indicadores de acción sobre una actividad que puede ser lograda dentro del tiempo que se establezca.

3.3 Características y elementos

- Es una unidad autónoma de producción.
- Utiliza trabajo ajeno, además del de empresario.
- No produce para el autoconsumo, sino para el mercado.
— Su actividad la motiva el lucro (algunos autores no hacen esta distinción, pude no tener como fin el lucro).
-Poseedora, en forma y grados diversos de capital.
-Sometida a un riesgo.
-Existe innovación.

Elementos de la empresa

Elementos tangibles:
— Elementos materiales: bienes duraderos, como edificios, terrenos o mobiliarios, y bienes no duraderos, como materias primas o productos acabados.
— Elementos financieros: fondos monetarios necesarios para la puesta en práctica de la actividad.

Elementos intangibles:
(Aún cuando no son materiales, muchas veces constituyen el principal activo de la empresa).
— Relacionales: valor de las relaciones de la empresa con el exterior.
— Humanos: conjunto de conocimientos y habilidades que tienen las personas que trabajan en la empresa y que determinan sus posibilidades de trabajar en equipo, desarrollar nuevas ideas, etc.

3.4 Finalidad de la Empresa

Hay muchos ángulos para definir las finalidades de una empresa según la perspectiva de dueño, gerente, socio, empleado, cliente, comunidad o asesor.

-Satisfacer a los clientes.
- Obtener la máxima rentabilidad.
-Obtener resultados a corto plazo.
-Beneficiar a la comunidad.
-Dar servicio a los clientes.
-Beneficiar a los empleados.
-Dar imagen personal.

3.5 Misión

Una vez que ha definido y entendido las características de la industria en la que va a operar, usted está listo para definir con precisión la misión de la empresa y la importancia de dicha misión.

La misión es lo que el negocio aspira a ser. Es importante el tratar de definir la misión desde el principio ya que juega un papel importante en la definición del resto del plan de negocios.

La misión tiene que ofrecer una idea de lo que el negocio aspira a ser, debe ser lo suficientemente general para no dejar fuera al mercado meta, tiene que ser realista, directo y poderoso.

La misión tiene que inspirar, tiene que ser corta y concisa, y por último, tiene que ser fácil de entender.

3.6 Visión

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar.

La visión estratégica, permite cumplir dos funciones vitales:
Establecer el Marco de Referencia para definir y formalizar la Misión, misma que establece el Criterio Rector de la Planificación Estratégica.
Inspirar, motivar, integrar o mover a la gente para que actúe y haga cumplir la razón de ser (Misión) de la Institución.

3.7 Análisis Estratégico

Un análisis estratégico es el proceso de estudio interno y externo de una empresa. La finalidad que persigue es extraer la máxima información posible para establecer un plan de negocio que haga triunfar a dicha compañía, mejorar los puntos que flaqueen si se encuentra en marcha, y potenciar los que son un éxito.

El plan de negocio que salga del análisis estratégico ayudará a alcanzar los objetivos de la empresa. Como hemos mencionado, el estudio ha de hacerse del interior y del exterior de la firma, por lo que existen dos procesos de análisis estratégico:

• Interno. Se valora el trabajo que realiza la empresa para identificar los puntos débiles y establecer posibles medidas para minimizarlos.

• Externo. Consiste en realizar un estudio del sector en el que se mueve la empresa. Mediciones que permiten conocer hacia dónde se encamina el sector donde tu empresa trabaja y ayuda a saber qué nivel de satisfacción tienen los clientes.

3.8 Modelo de Análisis: Matríz FODA

Se llama análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) o análisis DAFO o en inglés SWOT analisys.
Es un esquema en el que tienes como punto central lo que quieres conseguir y en cuatro ejes básicos los factores que lo rodean para obtenerlo.

Usualmente, es usado en una plantilla de análisis FODA con 4 cuadros, lo primordial es que se haga sencillo y práctico para poder entender los resultados.

Fortalezas: los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.
Debilidades: lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.
Oportunidades: las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo
Amenazas: lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.

3.9 Importancia del Análisis FODA

La mejora de proyectos en curso es otra forma comprobada de continuar con el crecimiento. Con la identificación de las debilidades y amenazas durante el análisis FODA, se allana el camino para trabajar con una mejor estrategia de negocios.

Identificas las áreas que se podrían mejorar. Con un análisis FODA puedes mejorar los procesos y planificar el crecimiento. Si bien es similar a un análisis de competitividad

Identificas las áreas donde hay oportunidades. Uno de los principales beneficios de realizar un análisis es que puedes determinar las oportunidades de crecimiento.

Identificas las áreas que podrían estar en riesgo.
Independientemente de que tengas o no un registro de los riesgos, siempre es crucial identificar los riesgos antes de que se transformen en una preocupación.

3.10 Los factores de éxito de una empresa competitiva

1. Acercamiento a la estrategia
¿Por qué hay sectores atractivos con posibilidades de ganar dinero y otros no tanto? ¿Por qué dentro de un sector atractivo hay empresas que no ganan dinero? ¿Por qué no todos los negocios tienen las mismas posibilidades de beneficio?

2. Proceso de dirección estratégica.
Una vez definido el sector con la mayor claridad posible, debe analizarse: generalmente, se acepta su división en macroentorno y microentorno.

3. Análisis del entorno.
El análisis del macroentorno o entorno lejano utiliza la herramienta PEST, que corresponde a los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

4. Análisis interno. La cadena de valor.
En el análisis interno se pretende conocer, de manera genérica, el conjunto de actividades que hay que realizar para poder satisfacer las necesidades de los clientes con los productos y servicios comprometidos.

3.11 Los factores de riesgo y factores de prevención

Riesgos Bancarios: cualquier evento que pueda afectar negativamente a los resultados de una institución financiera. Riesgo de crédito (impago de particulares o empresas de un préstamo, línea de crédito o cualquier instrumento de financiación), riesgo de prepago de hipotecas (el causado por las variaciones en el ritmo de prepago de hipotecas.

Riesgos Financieros: La familia de riesgos financieros comprende un conjunto de riesgos, cada uno de los cuales se encuentra relacionado con determinadas variables

Riesgo Operacional: deriva de la existencia de anomalías en la infraestructura tecnológica (riesgos tecnológicos), de fallos de procesos cometidos por errores humanos (riesgos de ejecución)

Riesgo de liquidez: se materializa en las pérdidas ante la existencia de una contrapartida para deshacer una posición de mercado.

Riesgo de crédito: se refiere al riesgo en el que se incurre ante la posibilidad de incumplimiento de las obligaciones contractuales entre las partes de una operación financiera, ya sea antes de la fecha de vencimiento (presettlement risk) o a dicha fecha (settlement risk).

Riesgo de mercado: refleja la incidencia de un cambio adverso en las variables de precio, tipo de interés, volatilidades, precio de mercancías, índice de bolsas y tipo de cambio sobre posiciones abiertas en los mercados financieros.

Riesgo específico: causado por la variación de precios de las acciones en la cartera respecto al índice de bolsa.

Riesgo de negocio: es el causado por la estructura del negocio, ya que un descenso en la actividad no puede traducirse automáticamente en un descenso de costes de la organización y, por tanto, se producen pérdidas.

Riesgo Legal: causado por los errores cometidos en la redacción de los contratos de operaciones financieras.

Factores de prevención

Análisis negativo
Mucho se habla de prevención, pero muy pocos saben realmente como hacerla factible. Otros dicen: — la prevención es posible, ¿pero ¿cómo se lleva a cabo? ¦ .

Mantenimiento predictivo
Los costos de mantenimiento, las medidas para la prevención de averías y roturas, y consecuentemente el peligro de accidentes se reduce notablemente si se aplican a las máquinas y equipos sistemas de sensores interrelacionados a computadoras

Sistemas de información
Nada es tan importante como un efectivo sistema de información a los efectos de lograr un alto grado de prevención.