

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Escuela Superior Huejutla





Área Académica: Licenciatura en Sistemas Computacionales.

Materia: Liderazgo y Desarrollo Empresarial

Profesor: Lic. Virginia Argüelles Pascual

Periodo: Julio-Diciembre 2011

Tema: Plan de Negocio





Resumen

Este trabajo esta dirigido a todos aquellos emprendedores que deseen iniciar con un Plan de Negocios, aquí encontrara una guía que le ayudara al desarrollo del mismo.





Abstract

This work is aimed at all those entrepreneurs who wish to start with a business plan, here are a guide that will help the development.

Keywords: Business Plan, executive summary, market.





Introducción

Para hacer un plan de negocios es necesario elaborar un documento considerando los siguientes puntos que se describen en este trabajo:

1. Introducción

Carta introductoria, portada, índice y resumen ejecutivo.

Carta Introductoria

2. Descripción del Negocio

Información sobre la empresa

3. El Mercado

Describe tu nicho de mercado, el cliente, la competencia y ventas presentes y futuras.





4. Desarrollo y Producción
Producto o Servicio: descripción, producción e instalaciones.
5. Desarrollo y Producción
Producto o Servicio: descripción, producción e instalaciones.
6. Dirección
¿Quiénes dirigen y forman la empresa?
7. Finanzas
Flujo de efectivo, Estado de Resultados, Balance
8. Necesidad de Financiamiento
Debe haber una sección dirigida a los posibles inversionistas





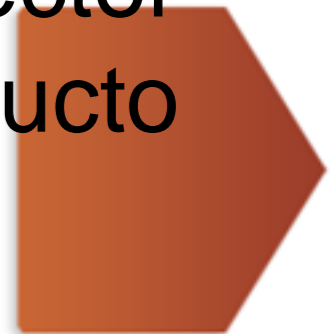
1.Introducción

Carta introductoria, portada, índice y resumen ejecutivo. Carta Introductoria

La carta introductoria explica brevemente la razón por la cual se está haciendo el plan de negocios y subraya los puntos que crees son importantes para el lector. Esta carta debe ser de menos de una página.

Portada

Debe incluir el nombre de la empresa y logotipo, dirección, número de teléfono, número de fax, dirección de correo electrónico, dirección de página de internet (si es que se tiene una), el nombre y título del director general y, cuando sea apropiado, una foto del producto o servicio.





Índice

Debe facilitar a los lectores el estudio del plan de negocios. No te olvides de numerar todas las páginas e incluir los números de página en el índice para permitir que el lector regrese fácilmente a las partes de su interés.





Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo es importante ya que es lo primero que verán los lectores, por lo general. Dicho resumen debe captar la atención de los lectores al resaltar lo más importante del documento.

Típicamente, el resumen ejecutivo tiene una longitud de entre una y dos páginas y responde a las siguientes preguntas:





- ¿Qué producto o servicio va a ofrecer la empresa?
- ¿Qué necesidades se están cubriendo o qué problema se está solucionando?
- ¿Cuál es el modelo de negocio (fuente de ingresos principal)?
- ¿Quiénes son sus competidores (y cuál es tu ventaja competitiva sustentable)?
- ¿Quiénes son sus clientes y cuál es su mercado objetivo (y tamaño de mercado)?





¿Quién(es) está(n) en el equipo gerencial?

¿Cuál es el estado actual del desarrollo del producto, idea, etc.?

¿Cuánto dinero está buscando obtener para el negocio?

¿Cuál es la valuación de la empresa que está buscando?

¿Cuál es la estructura actual de propiedad de la empresa?





2. Descripción del Negocio

Información sobre la empresa

Esta sección debe comenzar con la misión de la empresa, una descripción en uno o dos enunciados del objetivo del negocio y el (los) mercado(s) objetivo.

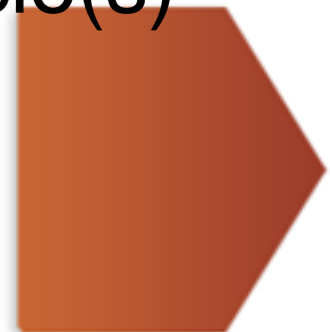
Otros puntos a cubrir son los siguientes:





Breve historia de la compañía

- ¿Qué tipo de negocio es?. ¿Mayoreo o menudeo?
- ¿Manufactura o servicios?
- ¿Cuándo se fundó la empresa?.
- ¿Cuál es la estructura legal de la empresa (Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, etc.)?
- ¿Quiénes son los propietarios de la empresa y qué experiencia tienen?.
- ¿Qué necesidades del mercado se van a cubrir?.
- ¿Cómo está(n) posicionado(s) el (los) producto(s) ó servicio(s) y cuáles son los beneficios para los clientes?.





3. El Mercado

Describe tu nicho de mercado, el cliente, la competencia y ventas presentes y futuras.

Define el tamaño total del mercado así como el segmento de mercado al cual se va enfocar la empresa. Utiliza números de fuentes independientes para comprobar que hay un mercado viable y su potencial de crecimiento.

Crea una descripción del mercado objetivo (sean los clientes personas físicas o empresas) utilizando:





Geografía, estilo de vida, género, edad, ocupación, tamaño de las empresas y demás características.

Debes incluir algunos hechos y discusión sobre tendencias en la industria, nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocio, necesidades de los clientes nuevas o cambiantes y cómo están afectando el crecimiento del mercado.





Clientes

Es importante ser específico y detallado al describir el cliente objetivo para tu producto o servicio, por ejemplo:

Si son conscientes del costo o de la calidad, qué tan importante es para ellos la marca, bajo qué circunstancias compran, cómo afecta la estacionalidad, si tienen alguna preferencia geográfica, cuando sea posible, nombra clientes clave que hayan comprado ya o indicado un interés en el producto.





Competencia

En la medida de lo posible, presenta una corta lista de tus competidores principales con sus ventas anuales y porcentaje de mercado. Haz un análisis realista de las fortalezas y debilidades de productos y servicios de la competencia.

La evaluación deberá incluir alguna explicación de cómo planea posicionar su empresa frente a la competencia. Si el producto / servicio tiene atributos especiales, como una patente, secretos industriales o propiedad intelectual, menciónelo también.





Ventas Estimadas

Las ventas estimadas están basadas en el análisis de las ventajas del producto o servicio, los clientes, el tamaño de mercado, la competencia y la penetración del mercado. Esto debe incluir ventas en unidades y en dinero para los próximos cinco años, con el primer año dividido mensualmente si es apropiado para la industria en cuestión. Estos números serán muy importantes y deberán ser la base para los demás documentos financieros presentados en el plan de negocios.



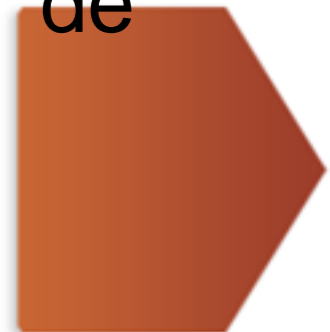


4. Desarrollo y Producción

Producto o Servicio: descripción, producción e instalaciones.

Describe el estado actual de tu producto y servicio y qué queda por hacer para que esté listo para ser vendido. Lleva al lector a través de las etapas de la fabricación del producto desde la idea a cuando puede ser vendido.

Identifica los problemas de diseño y desarrollo previstos y los acercamientos para sus soluciones. Si es una empresa de servicio, describe el proceso de entrega del servicio.





En la medida de lo posible, debes describir que tipo de instalaciones, espacio de oficina, maquinaria y fuerza de trabajo se necesitan. Da una justificación para la 'estrategia de compra, construcción o asociación'.

Dicha decisión estratégica se refiere a si es mejor crear todos los componentes necesarios para la fabricación del producto o servicio, comprar las empresas que tienen dichos componentes o si es mejor asociarse con otros que provean algunos o todos los componentes del producto o servicio.





5. Desarrollo y Producción

Producto o Servicio: descripción, producción e instalaciones.

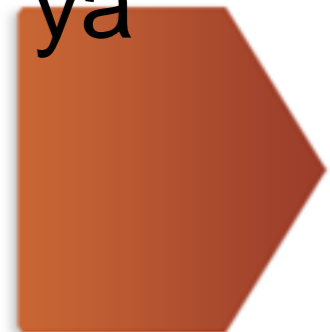
Explica si utilizarás fuerza de ventas de la empresa, representantes independientes de ventas, mercadotecnia directa y / o telemarketing para promover el producto o servicio. Detalle los descuentos a dar a los mayoristas, distribuidores, minoristas y las comisiones a ser pagadas. Además, describe los derechos de distribución exclusivos y otras políticas especiales.





¿Qué características del producto y servicio vas a enfatizar para hacer que los clientes pongan atención a la empresa?

Como parte de la estrategia de mercadotecnia debes hablar de las políticas de precios. Es una de las decisiones más importantes porque el precio debe ser el correcto para penetrar el mercado, obtener 'market share' y conservarlo y producir las utilidades esperadas. Es importante no subestimar los costos ya que es un error bastante común.





6. Dirección

¿Quiénes dirigen y forman la empresa?

Describe a los directores de la empresa, incluyendo las responsabilidades y experiencia de cada persona. Para puestos que todavía están vacantes, describe a la persona que se necesita contratar para lograr los objetivos. Cada perfil debe ser limitado a un párrafo o dos. Los currículums de cada director clave deben ser incluidos en el apéndice. Incluye un diagrama de la organización cuando sea útil hacerlo.



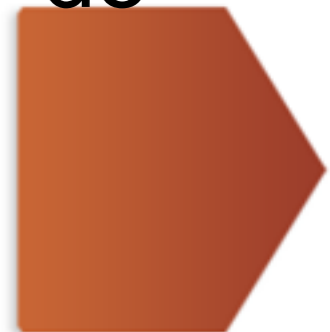


7. Finanzas

Flujo de efectivo, Estado de Resultados, Balance

El flujo de efectivo muestra cuánto dinero necesita, cuándo se necesita y de dónde se obtendrán los fondos.

En términos generales, el flujo de efectivo detalla las fuentes de ingreso menos los gastos y requerimientos de capital para obtener un dato de flujo neto. Es común mostrar tres años de proyecciones de flujo de efectivo.





8. Necesidad de Financiamiento

Debe haber una sección dirigida a los posibles inversionistas

Aportaciones de capital necesarias para el funcionamiento o desarrollo de la empresa





Sugerencias finales:

El plan de negocios ideal debe de ser de 30 páginas o menos.

No evites exponer los problemas y riesgos.

Todos los negocios tienen riesgos.

Debes tener un plan de acción y un objetivo.

Tomate su tiempo.

Un buen plan de negocios es fundamental y no se puede hacer de la noche a la mañana.

Haz que varias personas revisen su plan.

Las preguntas claves para el lector son: ¿Captó su atención? ¿Le parece una buena oportunidad de inversión? ¿Fue fácil de comprender?





Referencias

Guía Emprendedores. Liderazgo y Desarrollo Emprendedor. Plan de negocios
url:<http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/realiza-tu-plan-de-negocios/080192/plan-negocios-business-plan-arma-tu-plan-negocios-como-comenzar>

Fecha consultada:15/09/2011.

