



empresware

Guía para hacer tu Plan de Negocio

El presente documento forma parte del curso online gratuito
“Plan de Negocio” de Empreware.

Puedes acceder a todo el material en www.empresware.com

Índice

Negocio.....	4
El negocio	4
<i>Descripción del negocio</i>	4
<i>Historia del negocio</i>	4
<i>Socios</i>	4
Productos y servicios.....	5
<i>Actuales</i>	5
<i>En desarrollo</i>	5
Industria	6
Mercado	6
<i>Descripción del cliente</i>	6
<i>Tamaño del mercado</i>	6
<i>Evolución del mercado</i>	6
Competencia	7
<i>Principales competidores</i>	7
<i>Nuevos entrantes</i>	7
<i>Ventajas competitivas</i>	7
Colaboradores	7
<i>Proveedores</i>	7
<i>Distribuidores</i>	7
<i>Alianzas estratégicas</i>	7
Comercial.....	8
<i>Análisis de precios</i>	8
<i>Canales comerciales</i>	8
<i>Publicidad</i>	8
<i>Promociones</i>	8
<i>Supuestos de venta</i>	9
Operaciones	10
<i>Proceso</i>	10
<i>Capacidad</i>	10
<i>Localización</i>	10
Equipo.....	11
<i>Organización</i>	11
<i>Personas clave</i>	11
Riesgos.....	12
<i>Riesgos externos</i>	12
<i>Riesgos internos</i>	12

Finanzas	13
<i>Introducción</i>	<i>13</i>
<i>Escala temporal.....</i>	<i>13</i>
<i>Modelo de Flujo de Caja</i>	<i>14</i>
Legales	15
<i>Tipo de empresa</i>	<i>15</i>
<i>Propiedad intelectual</i>	<i>15</i>
Implementación	16
<i>Próximo hito</i>	<i>16</i>

Negocio

El negocio

Descripción del negocio

Describe tu u negocio en no más de 5 renglones. En la descripción del negocio debiera quedar en claro quiénes son tus clientes, los productos/servicios a vender y los mercados geográficos a atacar.

El objetivo de esta sección es que tu negocio quede claramente definido, y de esta forma sentará las bases para las secciones que siguen. También sirve en el caso que estés presentando tu Plan de Negocio a terceras personas como ser inversores o bancos.

Historia del negocio

Esta sección es especialmente relevante en el caso que presentes tu plan de negocio a terceras personas como ser inversores o bancos.

Comenta en pocas palabras la historia de tu negocio:

- ¿Cómo nace?
- ¿Qué logros hubieron?
- ¿Cómo se encuentra hoy?

El objetivo de esta sección es que quienes vean tu plan de negocio se enteren de tus logros, ya que les dará más confianza en cuanto a tu capacidad para ejecutar el negocio.

Socios

Esta sección es especialmente relevante en el caso que presentes tu plan de negocio a terceras personas como ser inversores o bancos.

Lista los socios del negocio y el rol que cada uno tiene. También puedes indicar el porcentaje que cada uno tiene en el negocio si no es confidencial.

El objetivo de esta sección es que quienes vean tu plan de negocios sepan quiénes son las personas que lideran el negocio, el rol que tienen en él y cómo se encuentra distribuida la toma de decisiones.

Productos y servicios

Actuales

Lista los productos/servicios de tu negocio. Si son demasiados es recomendable que los agrupes en categorías.

No debes realizar una descripción técnica de tus productos/servicios, simplemente debes listarlos y comentar sus principales características.

El objetivo de esta sección es que tengas en claro qué productos/servicios ofrecerás a tus clientes.

En desarrollo

Presenta un listado de los productos/servicios que se encuentran en desarrollo y las fechas estimadas de salida al mercado.

No debes realizar una descripción técnica de tus productos/servicios, simplemente debes listarlos y comentar sus principales características.

El objetivo de esta sección es que tengas en claro qué productos/servicios se irán incorporando en el futuro, y que los consideres tanto en tus necesidades de recursos actuales como en tus proyecciones financieras.

Industria

Mercado

Descripción del cliente

Describe el perfil de tus clientes. Si no fuera evidente, comenta también cuál es el problema que éstos tienen y que pretendes resolver con tus productos/servicios.

En el caso de tener distintos perfiles de clientes, puedes separarlos en grupos (o *segmentos de clientes*).

El objetivo de esta sección es que tengas en claro quiénes son tus clientes y qué necesidades tienen.

Tamaño del mercado

Estima el volumen de ventas anuales del mercado, expresado en la moneda con la que estás trabajando.

El objetivo de esta sección es que analices si el tamaño del mercado es suficientemente grande como para hacer tu negocio.

Ten en cuenta los siguientes puntos:

- No debes preocuparte por llegar a un número preciso, sino más bien en estimar un rango. Recuerda que el objetivo es analizar si el tamaño del mercado es suficientemente grande como para hacer tu negocio.
- No debes confundir el tamaño del mercado con las ventas que proyectas para tu empresa. El tamaño del mercado incluye las ventas de todos tus competidores también.
- Cuando hacemos mención a los clientes potenciales debes considerar sólo aquellos que son alcanzados por tus acciones comerciales.

Evolución del mercado

Comenta si tu mercado está creciendo o decreciendo.

Si consideras que tu mercado se reducirá en el futuro, entonces comenta también cuántos años restan para aprovechar el negocio.

El objetivo de esta sección es que analices si en el futuro el tamaño del mercado será suficientemente grande como para hacer tu negocio.

Competencia

Principales competidores

Lista tus principales competidores, o grupos de competidores si es que son demasiados. En cada caso debes comentar sus puntos fuertes y débiles en relación al resto de los competidores, así como también otros aspectos que consideres relevantes.

El objetivo de esta sección es que tengas un profundo conocimiento de tu competencia.

Nuevos entrantes

Comenta si en el futuro consideras que la cantidad de competidores crecerá significativamente.

El objetivo de esta sección es que hagas tu Plan de Negocio considerando la competencia que tendrás a futuro.

Ventajas competitivas

Comenta los puntos fuertes de tu negocio en relación a tus competidores.

El objetivo de esta sección es que puedas explicar por qué los clientes elegirán tus productos/servicios por sobre los de tus competidores.

Colaboradores

Proveedores

Comenta quiénes son o serían los principales proveedores de tu negocio. El objetivo de esta sección es que identifiques a tus proveedores.

Distribuidores

En el caso que vendas productos, describe la forma en la que los entregarás a tus clientes.

Las distintas opciones son:

- Que ellos busquen los productos.
- Que tu negocio se los entregue.
- Que la entrega esté a cargo de un tercero. En este caso comenta quiénes serían.

El objetivo de esta sección es que definas la forma en que entregarás los productos a tus clientes.

Alianzas estratégicas

Comenta si cuentas o si tienes pensado desarrollar alianzas con otras empresas o personas. Describe además el valor que ambas partes se aportarían. El objetivo de esta sección es que puedas identificar alianzas que te ayuden a potenciar tu negocio.

Comercial

Análisis de precios

Define los precios de tus productos/servicios. Explica si tendrás políticas de descuentos y listas de precios diferenciadas por tipo de cliente.

Realiza también una comparación entre tus precios y los de tus competidores.

El objetivo de esta sección es que definas los precios de tus productos/servicios y los compares con los precios de tus competidores.

Canales comerciales

Explica la manera en la que tus clientes pueden comprar los productos/servicios. Debes comentar a dónde deben dirigirse y cómo deben hacer para realizar la compra.

El objetivo de esta sección es que te asegures que el proceso de compra resulte ser lo más simple y cómodo posible para tus clientes.

Publicidad

Describe las acciones de publicidad que realizarás para que tus clientes conozcan y se motiven a comprar tus productos/servicios.

Algunos ejemplos de publicidad son:

- Anuncios en diarios y revistas
- Publicidad en televisión y radio
- Publicidad en internet
- Envío de mails o correspondencia
- Entrega de folletos

El objetivo de esta sección es que definas la forma de darte a conocer y de incentivar la venta de tus productos/servicios.

Promociones

Describe las promociones que realizarás para incentivar a tus clientes a comprar tus productos/servicios.

Algunos ejemplos de promociones son:

- Descuentos en precio
- Pagas 1 y te llevas 2
- Con la compra de un producto te llevas un regalo

Este documento es parte del Curso Online gratuito "Plan de Negocio" de Empreware. Puedes acceder a todo el material en www.empreware.com

El objetivo de esta sección es que definas la conveniencia de implementar promociones en tu negocio.

Supuestos de venta

Comenta cómo es que generarás clientes a partir de tus acciones comerciales. Para cada una de tus acciones comerciales deberás estimar:

- La cantidad de contactos a los que llegarás.
- El porcentaje de contactos que finalmente se convertirán en clientes.

El objetivo de esta sección es que puedas estimar tus proyecciones de venta a partir de tus acciones comerciales.

Operaciones

Proceso

Comenta las distintas etapas del proceso de fabricación de tus productos o de prestación de tus servicios. No es necesario que hagas una descripción en profundidad, alcanza con que simplemente nombres las etapas.

El objetivo de esta sección es que te asegures de entender claramente los procesos internos de tu negocio. También te ayudará a definir el personal y equipamiento que necesita tu negocio.

Capacidad

Comenta sobre la capacidad máxima de fabricación de productos o prestación de servicios que tienes con el personal y la infraestructura (máquinas, edificios, etc.) iniciales.

En el caso que tus proyecciones de venta superen dicha capacidad máxima en el futuro, comenta cómo harás para aumentarla.

El objetivo de esta sección es que te asegures que en el futuro tendrás capacidad para satisfacer las ventas.

Localización

En el caso que fuera relevante para tu negocio, comenta sobre la localización geográfica de tus oficinas, fábricas y/o locales comerciales.

Este puede ser un factor relevante por distintos motivos:

- Cercanía al cliente
- Acceso a personal capacitado
- Acceso a rutas
- Cercanía a proveedores

La clave de esta sección es que realices un análisis de la mejor localización para tu negocio si este resulta ser un factor relevante para el éxito.

Equipo

Organización

Describe las distintas áreas, departamentos o funciones en las que se organiza tu negocio para operar.

Algunos ejemplos pueden ser:

- Comercial
- Operaciones
- Finanzas y administración
- Compras

La clave de esta sección es que puedas comprender el perfil, conocimientos y experiencia de las personas que necesita tu negocio.

Personas clave

Resume la experiencia profesional y comenta los roles de las personas que son clave en el negocio. Comenta además si hay funciones importantes para las que necesites buscar un responsable.

El objetivo de esta sección es que te asegures de contar con un equipo necesario para operar con éxito tu negocio.

Riesgos

Riesgos externos

Comenta cuáles son los principales riesgos externos a los que se encuentra expuesto tu negocio.

Los riesgos externos son aquellos que se deben a factores que se encuentran por fuera de tu empresa, como por ejemplo:

- Entrada de nuevos competidores
- Cambios tecnológicos que vuelven obsoletos tus productos/servicios
- Aspectos económicos de tu país

Comenta además si tienes planes de contingencia para algunos de ellos.

El objetivo de esta sección es que seas consciente de los principales riesgos externos a los cuales se encuentra expuesto tu negocio y te prepares en consecuencia.

Riesgos internos

Comenta cuáles son los principales riesgos internos a los que se encuentra expuesto tu negocio.

Los riesgos internos son aquellos que se deben a factores que se encuentran dentro de tu empresa, como por ejemplo:

- Problemas en la fabricación de productos o prestación de servicios
- Precios o cantidades de venta inferiores a los proyectados
- Costos mayores a los proyectados
- No lograr conseguir el personal necesario

Comenta además si tienes planes de contingencia para algunos de ellos.

El objetivo de esta sección es que seas consciente de los principales riesgos internos a los cuales se encuentra expuesto tu negocio y te prepares en consecuencia.

Finanzas

Introducción

En esta sección debes proyectar el Flujo de Caja de tu negocio para estimar:

- Ganancia/pérdida del negocio a lo largo de su vida.
- Financiamiento necesario.
- Rentabilidad del negocio.

El Flujo de Caja es una proyección de la caja que genera o consumirá tu negocio en el futuro.

Además, en este curso encontrarás un video que explica en mayor detalle qué es el flujo de caja, y una planilla con el modelo de flujo de caja que recomendamos en Emproware.

Si tienes inconvenientes para desarrollar tus proyecciones financieras puedes utilizar Emproware que las desarrollará automáticamente por ti.

Escala temporal

Se recomienda realizar proyecciones mensuales para los primeros 2 años, y a partir del año 3 en adelante realizar proyecciones anuales. Esto se debe a que en la mayoría de los negocios la máxima necesidad de financiamiento se da en los primeros 2 años, y las proyecciones pueden esconder valores más altos de financiamiento requerido para el negocio. Por ejemplo, si en el primer mes del negocio se necesita realizar inversiones por USD 100.000, y en el mes 12 se proyectan ventas por USD 60.000, un análisis anual diría que se requiere financiamiento por USD 40.000 (USD 100.000 – USD 60.000), sin embargo el negocio requiere USD 100.000 de financiamiento para operar los primeros 11 meses.

Modelo de Flujo de Caja

Caja al inicio	[1]	
+ Ingresos		
- Costo de ventas		
- Salarios		
- Otros gastos fijos		
+ Ingresos/egresos extraordinarios		
- Impuestos		
Caja generada por Operaciones	[2]	
- Variación cuantías por cobrar		
+ Variación cuentas por pagar		
- Variación inventarios		
- Variación créditos fiscales		
Inversión en capital de trabajo	[3]	
- Inversión en activos fijos	[4]	
Flujo de caja libre	[5]	= 2 + 3 + 4
+ Aportes de los dueños		
- Retiros de los dueños		
Flujo de caja de los dueños	[6]	
+Flujo de caja de la deuda de corto plazo		
+Flujo de caja de la deuda de largo plazo		
Flujo de caja de la deuda	[7]	
+ Subsidios y donaciones	[8]	
Flujo de caja del financiamiento	[9]	= 6 + 7 + 8
Flujo de caja del negocio	[10]	= 5 + 9
Caja final	[11]	= 1 + 10

Legales

Tipo de empresa

Comenta el tipo de empresa que utilizarás para tu negocio. Puedes ver un listado de los distintos tipos de empresas haciendo clic [aquí](#).

El objetivo de esta sección es que definas el tipo de empresa a utilizar y así saber a qué impuestos estará afectado tu negocio.

Propiedad intelectual

Comenta si la empresa tiene propiedad intelectual que se encuentre protegida o que pudiera ser protegida a través de marcas, patentes, derechos de autor, etc. De ser así comenta también en qué países será protegida dicha propiedad intelectual.

El objetivo de esta sección es que analices y definas la conveniencia de realizar protecciones intelectuales.

Implementación

Próximo hito

Comenta cuál es el próximo hito a lograr en tu negocio.

Un hito representa uno o más objetivos de corto plazo (menos de 1 año) de tu negocio, los cuales deben cumplir con las siguientes características:

- Ser medible (valor numérico)
- Tener una fecha límite
- Tener un responsable

El objetivo de esta sección es que te ayude a definir prioridades en tu trabajo del día a día.

Haz tu Plan de Negocio en unas pocas horas y sin la necesidad de conocimientos previos con Empreward



Descarga Gratis en www.empreward.com