

ELABORACION DE PLAN DE NEGOCIOS PARTE 1

En Circulo Emprendedor estamos comprometidos con la filosofía de compartir conocimientos con los emprendedores y en su formación empresarial, por tal motivo hemos desarrollado esta pequeña guía para construir un Plan de Negocios efectivo. Con la ayuda de uno de nuestros asesores usted podrá hacer su plan de negocios, le deseamos mucha suerte y le reiteramos nuestro compromiso con la educación financiera de México.

La elaboración de un Plan de Negocios es una tarea importante porque refleja la capacidad del propietario para operar la empresa con éxito.

Tips:

Minimice las distracciones: Puede minimizar fácilmente las distracciones alejándose del negocio para elaborar su plan. Si no puede tomar distancia del negocio, escoja un periodo tranquilo del día para trabajar en el.

Leer, pensar, escribir, editar: es un proceso simple de cuatro pasos que le ayudaran a trabajar cuando recopila información, al procesarla determina su significado y se utiliza dentro del contexto del objetivo: redactar el plan de negocios

Usted puede elaborar un plan de negocios en 30 días. Ello requiere un esfuerzo centrado y un plan, pero si esta dispuesto a pasar cuando menos de 2 a 4 horas al día trabajando en el, lo conseguirá.

Reunir información: Antes de empezar a escribir reúna toda la información que va a necesitar y póngala en un archivo llamado “referencia”. En el caso de un negocio establecido, obtenga copias de todos los folletos, cartas de ventas, correspondencia, catálogos de productos de los proveedores, etc. Si tiene un sitio web imprima una copia de cada pagina y guárdela en su expediente “Referencia” En el caso de un negocio nuevo visite los sitios de sus competidores en la red e imprima aquellos que le gusten, obtenga copias de folletos de la competencia y visite los sitios en la red de sus proveedores y fabricantes.

Análisis de la situación del negocio: Aprenda mas acerca de la industria, mercado, competencia y situación financiera de su sector. Empiece por encontrar en la red los sitios de las revistas especializadas, asociaciones de la industria y la cámara de comercio local. También sera útil visitar las organizaciones de desarrollo económico local.

Contenidos:

Descripción del negocio: enfóquese en definir su visión, metas de negocios, operaciones y estructura legal.

Descripción de productos y servicios: Es muy importante estructurar bien la sección de productos y servicios, pues de lo contrario el negocio puede fracasar o resultar que sea denegada su solicitud de financiamiento. Tiene que demostrar los conocimientos del mercado y de las necesidades de los clientes.

Análisis de la industria: Piense en esta sección como una oportunidad para aprender más acerca de su industria. No importa cuanto tiempo haya trabajado en ella, siempre hay algo nuevo que aprender si la investiga y estudia más profundamente. De hecho mientras más trabaja en la industria, mayores posibilidades existen de que adopte una visión de túnel sin saberlo. Busque nuevas ideas y tendencias en su industria.

Análisis de mercado: Tanto como en el análisis de la industria, esta es la oportunidad de perfeccionar sus planes y mejorar su negocio invirtiendo todo su esfuerzo en escribir esta sección. La prueba del ácido de todos los planes de negocios es el cálculo de la participación de mercado. A pesar de lo que piense que puede hacer, cuando revise la realidad se dará cuenta con exactitud cuanta participación del mercado necesita para que el negocio sea rentable.

Estrategia de Marketing: Esta sección es donde usted marca todo lo que aprendió anteriormente. Si ha seguido el proceso, tendrá un borrador con la descripción del negocio, el análisis de la industria, productos y servicios y los análisis del mercado y de la competencia. Lea sus borradores y resalte las partes que le parecen más destacadas o las áreas en las que crea que aprendió algo.

Operaciones y Administración: Si tiene experiencia directa en el negocio esta puede ser la sección más fácil de escribir del plan de negocios. Sin embargo, asegúrese de reflejar en ella su estilo de administración y como planea operar el negocio. Aquí es donde usted tendrá la oportunidad más grande para expresar realmente su pericia, conocimientos y destreza. Los inversionistas y banqueros experimentados ponen especial atención en esta sección porque tratan de determinar si usted podrá hacer lo que dice. No deje dudas en sus mentes. Si tiene éxitos pasados en los negocios, este es el lugar para contar su historia.

Plan de Implementación: Esta sección es de suma importancia para un negocio nuevo. Muestre como planea gastar el dinero en instalaciones, equipo, marketing y ventas.

Planeación de contingencia y emergencia: Si usted está en un área propensa a tormentas, huracanes y tornados debe tener un plan separado para enfrentar desastres, respuestas de emergencia y reanudación del negocio. Todo negocio tiene amenazas que podrían parar su funcionamiento contemplarlas, tomar

medidas y crear un plan para volver a la operación en el menor tiempo posible reduce los daños y costos.

Plan Financiero: Su plan financiero debe reflejar todo lo que ocurra en su negocio (estados de resultados)

Resumen ejecutivo: Se deja para el finan porque son la primeras hojas que sus lectores verán, en las cuales debe proporcionarles una breve descripción de todo su plan de negocios.

Revisión, edición y redacción final: Encuentre personas de negocios en las que usted confié y que respete y pídale que lean su plan de negocios y marquen sus comentarios y observaciones. Ello le dará una retroalimentación fresca y la oportunidad de perfeccionar y mejorar aun mas su plan de negocios.

INICIAR MI PLAN DE NEGOCIOS

Paso 1: Descripción del Negocio

Al describir un negocio, imagínese que esta escribiendo para un lector que no sabe nada acerca de el. Describa su personalidad y propósito y documente la dirección del negocio, su historia y lo que hace. El lector debe ser capaz de entender como planea operar su negocio, que personal le ayudara hacerlo y porque su negocio es único. La descripción del negocio debe contestar las siguientes preguntas:

- Porque sus bienes o servicios atraerán a los clientes?
- Cuales son las principales diferencias entre su empresa y sus competidores?
- Cuales son los principales factores que llevan a los clientes a preferir su negocio en vez de otro?
- Quienes son sus competidores?
- Que rol jugara la tecnología en ayudarle a alcanzar las metas de su negocio?
- Que eventos contribuyeron a la situación actual?
- Sera rentable su negocio?
- Cual es la condición financiera de su negocio?
- Como se opera el negocio actualmente o como se operara en el futuro?
- Quien guiara y administrara los asuntos cotidianos?
- Cual es su declaración de posicionamiento (una lista de necesidades satisfechas)?
Otra manera de definir su declaración de posicionamiento es contestar las siguientes preguntas:
Cual es la razón subyacente de un cliente para hacer negocios con su empresa?
Como define el ámbito de su negocio y se identifica con las necesidades del mercado?
Cual es la necesidad motora que se satisfacera cuando los clientes hagan negocios con usted?

Defina su visión

Una visión clara, persuasiva y excitante puede hacer una diferencia sustancial para ayudarle a lograr sus objetivos. Debe utilizarse para expresar lo que es importante para usted y puede convertirse en la fuerza impulsora detrás de su negocio. Conteste las siguientes preguntas para ayudarle a crear su visión

- Como el propietario del negocio. Que quiere lograr?
- Que tan grande o pequeño quiere que sea este negocio?
- Quiere incluir a su familia en el negocio?
- Desea generar empleo, o tal vez, esta completamente convencido de no desear manejar gente?
- Existe alguna causa o obra de caridad que desea que atienda su negocio?
- Como la calidad, cantidad y/o servicios satisficieran o excederán los niveles de satisfacción del cliente?
- Como se imagina que el negocio hará una diferencia en las vidas de sus clientes?
- Como describirá su principal ventaja competitiva?

Redacte la declaración de Misión

Su declaración de misión explica como va a cumplir su visión. Mientras que usted mantiene privada su declaración de visión, compartirá su declaración de misión con los clientes y empleados. Su declaración de misión debe contestar las siguientes preguntas:

- Quien es el cliente?
- En que negocio esta usted?
- Que vende productos/servicios?
- Cual es su plan para crecer?
- Cual es su principal ventaja competitiva?

Para tener un valor practico, una declaración de misión debe ser lo suficientemente breve de manera que infunda confianza y sea recordada. Por lo tanto, debe tener 25 palabras o menos.

Objetivos

Identifique las metas y los objetivos del negocio explicando, tan específicamente como sea posible, lo

que quiere lograr. La mayoría de las metas pueden expresarse con números, por ejemplo, ventas, porcentajes de ingresos o rendimiento esperado sobre las inversiones. Otras metas legítimas puede ser:

- Proporcionar un servicio de mejor calidad
- Asegurar una entrega rápida
- Costos reducidos

Sus metas pueden ser generales, pero deben ser mensurables. Empiece con sus metas personales; luego relacione las metas de negocio. Examine ambas para asegurarse que están alineadas. Compárelas con sus declaraciones de visión y misión. Están alineadas y son complementarias? Si no, cámbielas y elimine los conflictos.

Operaciones

La manera como opera un negocio es como convierte los recursos (mano de obra, materias primas, buena ubicación, sincronización del mercado, etc) en productos de valor agregado.

El curso que toma el negocio y como logra que se hagan las cosas también debe ser resumido en la descripción del negocio.

Si es un proveedor de servicios, su tarea es ligeramente distinta. Enfóquese en las actividades que produce el servicio, la gente que lo provee y como su administración le da a su empresa una ventaja.

Tipo de Instalaciones

En este punto documente la fecha de constitución o cuando inicio operaciones. Aquí también debe detallar la información acerca de la estructura de su negocio (negocio propio, sociedad o corporación) Identifique cualquier cambio anticipados, por ejemplo, si usted esta considerando iniciar una sociedad o si esta aceptando nuevos accionistas.

Paso 2: Descripción de Productos y servicios

El siguiente paso es la creación de su plan de negocios es elaborar una descripción de lo que su negocio vende. No minimice esta sección. Solo porque esta familiarizado con los productos o servicios que vende no significa que también lo están el banquero o el inversionista que lean su plan.



Antecedentes

Empiece con una afirmación clara y simple de lo que es(son) su(s) producto(s) o que servicio(s) proporcionara su negocio.

De particular importancia es si usted desea vender un producto o servicio independiente o uno que debe utilizarse en combinación con otros. Asegúrese de describir los requerimientos de cualquier producto o servicio relacionado.

Define la línea de productos o servicios

Que planea vender, como se usan y cual es la característica principal del producto o servicio? (Nota: no describa las preferencias del cliente, pues este es un tema que se explicara mas adelante)

Productos/Servicios: Cuales son los diversos productos o servicios que ofrece su negocio?

Amplitud: explique el numero de productos o servicios que proporciona y describa todos los servicios, lo cual implica explicar las diferentes características que ofrecen cada uno de ellos.

Profundidad: describa el surtido de servicios que ofrece. Cuantas posibles variaciones presenta un servicio en particular? Recuerde el 80 por ciento de sus ingresos provendrán del 20 por ciento de sus servicios. Mientras mas capaz sea de identificar el 20 por ciento, mas grande sera su posibilidad de éxito.

Costos de puesta en marcha y expansión

En un negocio de servicio los costos de puesta en marcha pueden ser mínimos. Sin embargo, a medida que crece el negocio los requerimientos cambian. Se contrata nuevo personal y nuevas instalaciones, se requiere equipo y herramientas.

Documente ingresos, costos y utilidades

En una hoja de calculo, documente los ingresos, costos y utilidades de cada uno de los artículos. Luego podrá utilizar esta información para preparar sus proyecciones de ingresos y gastos cuando llegue el momento de elaborar sus estados financieros.

Servicios

Si fuera necesario, registre los ingresos, costos y utilidades de sus servicios y productos por categoría o artículo. Identifique el tiempo requerido para preparar, administrar y crear el servicio usted mismo.

Productos

Prepare una hoja de calculo de todos los productos que usted planea vender incluyendo ingresos, costos y utilidades.

Cambio en costos y utilidades

Mucho de lo que se escribe en un plan de negocios implica lo que llamo escenarios teóricos, en la mayoría de las planeaciones siempre deseamos resultados son positivos por que suceden cosas que están fuera de nuestro control.

Por lo tanto para que su plan sea mas practico y realista necesita anticipar y planear cambios en costos y como estos afectaran sus utilidades.

Ciclo de vida del servicio

Cada producto o servicio tiene un ciclo de vida natural. Es su servicio una moda pasajera, tendencia o elección? Es su producto o servicio una tendencia nueva y emergente o es relativamente madura? Algunas tendencias han existido por años y pueden caer en la obsolescencia o simplemente perder participación del mercado a lo largo del tiempo. Escriba una breve perspectiva general de la historia de sus productos o servicios.

Perfil del Cliente

Conocer con exactitud que quiere realmente su mercado como resultado de hacer negocios con usted es tan fundamentalmente importante que cuando se equivoca en esta apreciación, los problemas que surgen pueden escurrirse a todas las demás áreas de su negocio.

Diseñe una encuesta para conocer las necesidades , gustos y hábitos de consumo de sus clientes Registre las respuestas y recopile una muestra suficientemente amplia que represente el mercado meta. Usted podrá utilizar esta información a lo largo del plan de negocios .

Análisis del cliente

Después de reunir una muestra razonable de respuesta a sus preguntas es tiempo de clasificar las respuestas de los clientes en segmentos identificables. Convine su propio sentido del mercado con las respuestas de la encuesta. Clasifique en segmentos geográficos, demográficos, socioeconomicos y psicograficos. Incluya comportamiento consumo y percepciones o predisposiciones del consumidor.

Preferencias del cliente

Este es un buen momento para revisar la definición de marketing. Es el proceso mediante el cual la información sobre un producto o servicio diseñado para satisfacer una necesidad real o no se comunica a quienes deben cubrirla. En proceso puede llevarse a cabo de improviso o ser planeado. Sin embargo, la meta siempre es la misma. Lograr que las personas consideren los méritos del producto que se vende o del servicio que se ofrece.

La estrategia es posicionar a su negocio al mismo nivel que el de la mayoría de los compradores. Cuando se hace bien, estos querrán investigar más o adquirir su artículo o servicio.

Un perfil de cliente centrado y exacto le ayudara a apuntar directamente a su mercado meta, crear un impulso de marketing y eliminar oportunidades perdidas. El propósito es asociar su producto o servicio con valores positivos o deseados que pueden tener poco o nada que ver con el producto mismo pero que son altamente buscados por su mercado meta. La imagen de marca trasciende los hechos.

Necesidades del Cliente

Las necesidades del cliente son los sentimientos más urgentes o esenciales que ellos experimentan. Primero reconozca que ha ocurrido algo que ha creado o provocado una nueva conciencia de una específica necesidad en el cliente.

Deseos

La diferencia entre una necesidad y un deseo es que, cuando alguien quiere algo, toma la forma de un anhelo o un deseo y llena cierto tipo de deficiencia. Que problema soluciona su producto o servicio?

No problema = No anhelo = No venta

Emociones

Cada compra importante se hace con base a emociones y luego se justifica con la lógica. Que emociones observa en su cliente mientras el proceso de toma de decisiones? Identifíquelas y evalúe la forma en que las emociones ayudan u obstaculizan al cliente y la evaluación de alternativas. Recuerde: mientras más grande es la compra más grande es la cantidad de emoción que entra en escena que es rápidamente seguida por la lógica para justificar la adquisición.

Percepciones

Cuales son las percepciones negativas y positivas que los clientes tiene acerca de usted, de su empresa y servicios? Como afectan estas percepciones la compra y el proceso de toma de desicion?

Cuando el cliente tiene percepciones especificas acerca de su negocio o industria , usted necesita identificar cuales son positivos y trabajar en su favor y cuales son negativas.

Si aíslas las percepciones negativas, libera al cliente para considerar seriamente los méritos de su producto. Si usted fracasa en el manejo de las percepciones negativas, enviara al cliente con un competidor que sea capaz de transformar esas percepciones en una oportunidad.

Derechos de marca

Describe cualquier medio legal que usted deba de ejercer para proteger sus ideas, productos o servicios de ser usados por sus competidores. Describe cualesquiera destrezas o habilidades especiales que tenga que le den una ventaja competitiva. Tiene destrezas o conocimientos especiales que no sean fácilmente imitados por la competencia?

Paso 3: Analisis de la industria

Los analisis de la industria y del mercado intentan identificar los factores que influiran en el ambiente externo en el cual opera el negocio, mientras que las otras secciones de su plan de negocios se enfocan en el ambiente interno sobre el cual usted tiene control. A pesar de que los analisis de la industria y el mercado observan el ambiente externo, lo hacen con lentes distintos.

Analisis de la industria = Enfoque externo

Conteste estas preguntas: esta la industria en decadencia o experimenta una reestructuracion fundamental? Cual es el tamaño de la industria? Quien tiene la mayor parte del mercado? Que porcentaje de la participacion del mercado necesita usted para alcanzar sus metas de negocio?

El mundo y el clima de los negocios evolucionan constantemente. Lo que estaba de moda hace unos cuantos años hoy puede ser un ancla. Identificar las tendencias, los componentes competitivos y los factores del mercado le permitiran crear una estrategia y responder de forma proactiva a las necesidades del cliente.

Industria Emergente

A pesar de que una indistria emergente esta llena de oportunidades, tambien puede representar un significativo riesgo. Los factores que indican exito y crecimiento pueden ser dificiles de identificar.

Detectar su serie de habilidades y un plan para cambiar rápidamente y desarrollar su negocio serán los factores críticos de éxito, por lo cual usted debe asegurarse de que su plan de negocios ilustre claramente como responde al crecimiento de la industria

Industria Madura

Las industrias maduras presentan un riesgo diferente. Es mucho más fácil identificar los factores que contribuyen al éxito. Sin embargo, los jugadores importantes tienden a dominarlas. Identificar el tamaño del mercado y la magnitud de la participación de mercado que requiere son aspectos centrales para determinar la viabilidad de su idea/plan de negocios.

Industria en decadencia

Una industria en decadencia o en un periodo de deterioro económico presenta una serie distinta de problemas. Las oportunidades pueden desarrollar aquello que normalmente no estarían disponibles. Determinar y confirmar los supuestos realistas que apuntalan el crecimiento económico le ayudará a apoyar los supuestos que incluyo en su plan de negocios.

Industria en reestructura

Por lo general, el tamaño de mercado de una industria bajo una reestructura o un proceso de reorganización se contrae. Aunque su pericia, recursos financieros y anticipación de oportunidades pueden indicar un gran potencial, los inversionistas y los banqueros pueden no estar de acuerdo. Usted debe demostrar que sus supuestos e indicadores son tanto exactos como alcanzables.

Clima económico

Una economía sana puede representar una diferencia sustancial en la demanda de sus productos, servicios e impulso del negocio.

Salud financiera de la industria

Las diferentes instituciones producen un balance general de la industria que se obtiene de las declaraciones de impuestos corporativas. Es una excelente herramienta que se debe utilizar para evaluar la salud financiera de la industria.

Conteste estas preguntas:

Cual es la situación financiera de la industria?

Cuántas empresas nuevas han comenzado a operar?
Cuál es la distribución por tamaño (es decir número de empresas pequeñas contra empresas grandes y volumen de ventas)?
Qué mercados están bien atendidos y cuáles están subatendidos? Cuáles muestran el mayor potencial de crecimiento?
Cuál es el nivel de agresividad de las estrategias de publicidad y promoción?
Qué factores de valor agregado se utilizan con éxito?
Cuántos productos o servicios sustitutos están disponibles?
Quién mantiene el poder negociador? Los clientes? Los proveedores?

Responde estas preguntas que te ayudaran a desarrollar este modulo

Qué factores influyen en sus clientes para comprar un producto o servicio?
Cómo satisface la industria las necesidades del cliente?
Cuáles son los indicadores clave de rendimiento de esta industria? Son las ventas, las utilidades o el número de negocios activos en operación?
Qué dicen los expertos de la industria acerca del rendimiento de esta industria por los últimos 5 años?
Qué se anticipa para los próximos 5 años?
Quiénes son los principales proveedores, distribuidores y jugadores clave de la industria?
Cuál es el modelo de distribución en esta industria?
Qué nuevos servicios o productos se han introducido en los últimos años?
Cómo afecta la tecnología el crecimiento de la industria?
Qué otras industrias, productos o servicios compiten con esta industria?
Cuáles son las principales empresas con las cuales espera competir al empezar u operar su negocio?
Cuál es la perspectiva económica de ventas y utilidades en esta industria durante la próxima década?
Cuál es la oportunidad estratégica para los negocios en este sector? Como puede crear una nueva oportunidad?