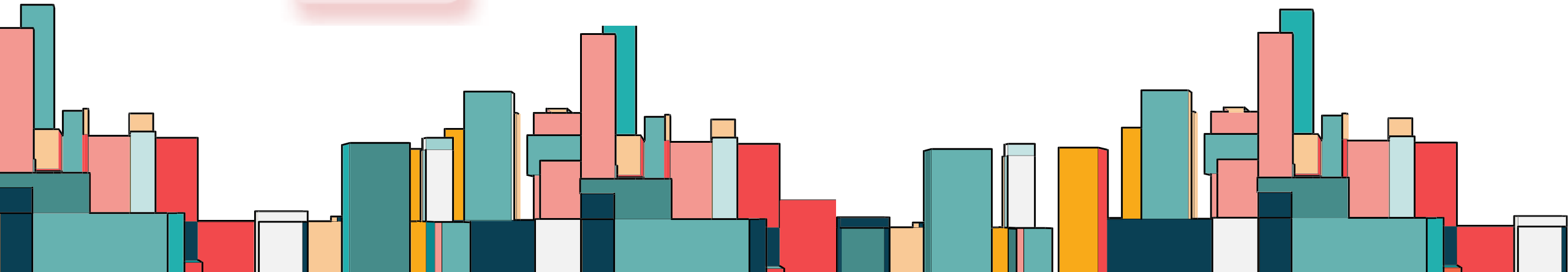
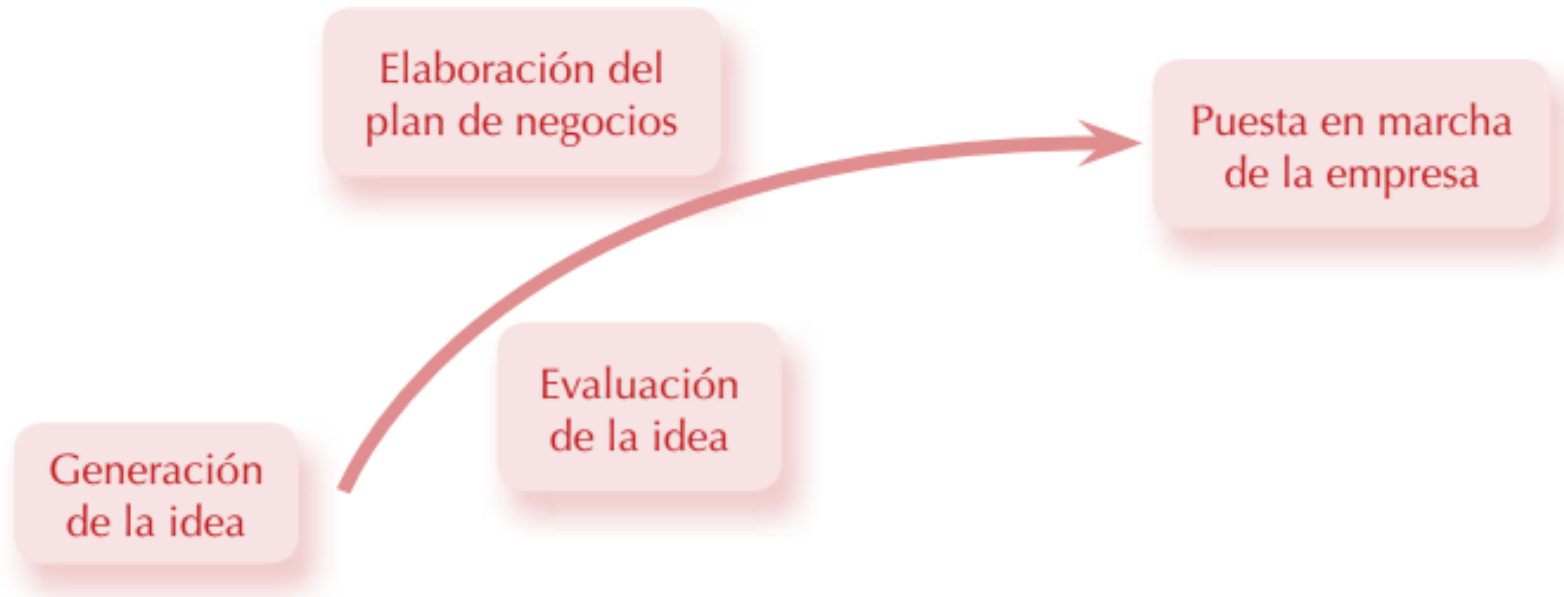




MÓDULO 5

EL PLAN DE NEGOCIOS

FASES DEL PROYECTO PARA EMPRENDER UN NEGOCIO



¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIOS?

El Plan de Negocios es un documento formal de objetivos empresariales, que se constituye como una fase de proyección y evaluación.



Es la redacción ordenada de nuestra idea de negocio; donde te permite hacer una reflexión sobre tu modelo inicial, estructurando y ajustando el proyecto para reducir al máximo los riesgos.

RAZONES PARA ESCRIBIR UN PLAN DE NEGOCIOS



INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL PLAN DE NEGOCIOS

Responde a:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué queremos lograr?
- ¿Dónde nos vamos a localizar?
- ¿Cuándo iniciaremos?
- ¿Qué clases de riesgos pueden presentarse?
- ¿Cómo se resolverán esos riesgos?
- ¿Qué clase de financiamiento necesitamos?

Permite realizar:

- Análisis
- Planeación
- Pronóstico
- Presupuestación
- Control de calidad
- Análisis de resultados
- Consolidación y desarrollo



Innovación + factibilidad

Descripción, misión, visión y mercado potencial de la empresa

Plan de mercadotecnia y ventas

Modelo de negocio y organización (operación)

Programa de implementación

Oportunidades y riesgos

Plan financiero

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS



ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS



RESUMEN EJECUTIVO

Captura los datos más importantes de la idea de negocio y esboza los puntos que serán tocados a lo largo del plan de negocios.

Debe ser redactado de tal manera que el lector tenga una primera impresión acerca de la empresa que se desea crear, así como una visión global de la misma.

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

1 RESUMEN EJECUTIVO

- a. Datos principales del negocio: nombre del proyecto, ubicación y tipo de empresa.
- b. Descripción del producto: bien o servicio.
- c. Necesidad de implementación: detalles o tendencias del mercado que justifican la necesidad de crear una organización que proporcione el producto que se describió.
- d. Innovación: especificación de su carácter innovador.
- e. Ventajas competitivas: aspectos del negocio, condiciones del mercado y características generales de los consumidores potenciales que representan una ventaja ante la competencia.
- f. Objetivos: propósitos que buscará cumplir la organización una vez instituida.
- g. Estrategias del proyecto: definición de medidas que permitirán alcanzar los objetivos descritos.
- h. Inversión requerida: cantidad total de capital requerido para la inversión distinguiendo qué cantidad o porcentaje requiere financiamiento adicional.
- i. Impacto ambiental/social del proyecto: consecuencias o posibles escenarios que surgen a partir de la implementación del proyecto y que afectan, benefician o modifican al ecosistema o a la comunidad cercana.
- j. Retorno sobre la inversión total: cantidad a la que ascenderá la rentabilidad del negocio.



ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS



DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO, ANTECEDENTES

Esta sección del plan explica en qué consiste la idea de negocio.

- Descripción de la actividad y negocio: Breve descripción del tipo de actividad que se pretende poner en marcha.
- Razones de elección de la actividad. Origen de la idea. Motivos que se han tenido en cuenta para elegir la actividad (experiencia en el sector, descubrimiento de una oportunidad de mercado, etc.)

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS



DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Misión: se define como la razón principal por la cual esta existe, es decir, cuál es su propósito u objetivo y cuál es su función dentro de la sociedad.

Una misión bien definida debería ser breve, concisa y fácil de comprender para el público objetivo. Asimismo, debe responder a cuestiones como: ¿qué hacemos?, ¿por qué lo hacemos? o ¿para quién lo hacemos?, diferenciándose de su competencia.

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Misión

1. *Clientes.* ¿Quiénes son los clientes de la empresa?
2. *Productos o servicios.* ¿Cuáles son los principales productos o servicios que ofrece la empresa?
3. *Mercados.* En términos geográficos, ¿en dónde compite la empresa?
4. *Tecnología.* ¿La empresa está al día desde el punto de vista tecnológico?
5. *Preocupación por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad.* ¿La empresa está comprometida con el crecimiento y la solidez financiera?
6. *Filosofía.* ¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y prioridades éticas básicos de la empresa?
7. *Autoconcepto.* ¿Cuál es la competencia distintiva o la ventaja competitiva más importante de la empresa?
8. *Preocupación por la imagen pública.* ¿La empresa responde a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales?
9. *Preocupación por los empleados.* ¿Los empleados son un activo valioso para la empresa?¹⁴



Ejemplo

La misión de Dell es ser la empresa productora de computadoras más exitosa (2) del mundo (3), proporcionando al cliente (1) la mejor experiencia en los mercados que servimos. Al hacerlo, Dell estará a la altura de las expectativas de la más alta calidad, tecnología de punta (4), precios competitivos, responsabilidad individual y corporativa (6), servicios y apoyo inmejorables (7), capacidad flexible para fabricación a la medida (7), un elevado comportamiento cívico de la empresa (8), y estabilidad financiera (5).

(Comentario del autor: la declaración sólo carece de un componente: preocupación por los empleados)

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Misión - Ejemplo

Procter & Gamble proveerá productos y servicios de marca con calidad y valor superiores (7), que mejoren las vidas de los consumidores mundiales (3). Como resultado los consumidores (1) nos recompensarán con el liderazgo de la industria en ventas, rentabilidad (5) y creación de valor, permitiendo que nuestra gente (9), nuestros accionistas y las comunidades (8) en las que vivimos y trabajamos prosperen.

(Comentario: la declaración carece de tres componentes: productos/servicios, tecnología y filosofía)



ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS



DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.2 Visión: La visión de una empresa es la meta a largo plazo que plantea el empresario para su organización. Debe responder a cuestiones como: ¿qué se desea lograr?, ¿hacia dónde nos dirigimos?, ¿dónde queremos estar en un futuro? y ¿cómo lo conseguiremos?

Filosofía de la empresa
Misión, identidad,
valores, principios y
cultura organizacional



Futuro deseado a
mediano o largo plazos



Visión

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.2 Visión – ¿Cómo se formula?

- 1. **Persuasión.** Utilizar un discurso que inspire y convenza a quien sea transmitido el mensaje. La declaración debe invitar a la acción de manera realista.
- 2. **Realismo.** Enunciar un propósito que pueda ser logrado dadas las condiciones del entorno y la operación misma de la empresa, es decir, que la meta sea alcanzable dentro del periodo fijado y que, mediante la realización óptima de las actividades, sea posible llevarla a cabo.
- 3. **Consideración de todos los posibles escenarios.** La visión debe contemplar también los potenciales desafíos u obstáculos que enfrentará la organización, pero dejando ver cuál es la fortaleza u oportunidad que deviene de ellos.
- 4. **Difusión.** Al igual que la misión, debe ser comunicada y, por lo tanto, comprendida por todo el personal que integra la organización.

Elementos de una Visión

1. Futuro deseado (usuarios)	Situación futura o mejor escenario para nuestros clientes o consumidores en relación con el producto.
2. Futuro deseado (empresa)	Descripción de los cambios fundamentales de la empresa en función de su misión y su evolución durante un lapso mayor a 5 años.
3. Acción social	Valores que definirán la cultura organizacional y reflejan su compromiso socialmente responsable.

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.2 Visión - Ejemplos

Empresa	Misión	Visión
<p>IluMéxico Empresa social que lleva energía eléctrica a comunidades alejadas a través de un sistema fotovoltaico capaz de alimentar dos focos y contribuir a la sustitución de energía combustible. http://www.ilumexico.mx/</p>	<p>Promover el desarrollo comunitario y el ahorro energético a través de la electrificación con tecnología mexicana en comunidades marginadas y urbanas de México.</p>	<p>Ser la Asociación mexicana reguladora de los programas de electrificación rural para comunidades menores a 100 habitantes en México, comprometida con el desarrollo humano, el ahorro energético, el cuidado del medio ambiente y sostenible en el tiempo.</p>
<p>Adsa Sátilite Empresa dedicada a la fabricación de objetos de decoración para eventos sociales. http://www.adsasatelite.mx/</p>	<p>Somos la tercera generación de una empresa familiar, que desde hace más de 60 años crea, innova y marca tendencias en el giro de la decoración para eventos y fiestas.</p>	<p>Ser la empresa reconocida por producir, distribuir y vender artículos para decoración de eventos 100% mexicanos, contribuyendo de esta forma al desarrollo, tanto de nuestros colaboradores y proveedores, como del crecimiento económico de nuestro país.</p>

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS



DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.3 La Propuesta de Valor: Para describir el producto que la empresa ofrecerá, es necesario pensar desde el punto de vista del usuario o cliente: cuál es la diferencia que le brindaremos respecto a la oferta ya existente.

Vale la pena considerar que esta exposición se redacta bajo la perspectiva del mercado, tomando como punto de referencia la innovación que ofreceremos

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.3 La Propuesta de Valor

Producto innovador

- ¿Cuáles son sus características más relevantes?
- ¿En qué se diferencia respecto a productos similares?
- ¿Qué demanda cubre?

Modelo innovador de negocios

- ¿Qué valor adicional le proporciona al cliente el modelo de negocios respecto al desarrollo del producto?
- ¿Cuáles son las características más innovadoras de la operación que se reflejan en el producto final que adquiere el cliente?
- ¿En qué se traducen estas características en cuanto a la experiencia de compra del cliente?

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

3

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL EMPENDIMIENTO

3.1 . Estructura Organizacional

4

Análisis del Sector / Entorno

4.1 . Definición del Sector económico

4.2 Tasa de crecimiento del sector

4.3 Características del sector

4.4 Tendencias del sector

4.5 Análisis interno y externo del entorno

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

5 ANÁLISIS DE MERCADO

5.1 Análisis de los Clientes (segmentación del mercado, mercado objetivo)

5.2 Análisis de la Competencia

5.3 Análisis de los Proveedores

6 PLAN DE MARKETING

6.1 Estrategia de precios

6.2 Promoción, publicidad

6.3 Distribución

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

7

PLAN DE OPERACIONES

7.1 Plan de operaciones

7.2 Ubicación, instalaciones

8

PLAN FINANCIERO

8.1 Inversión inicial

8.2 Ingresos (ventas), gastos (fijos y variables) - Proyecciones

MÉTODO CANVAS (Modelo de Negocio)

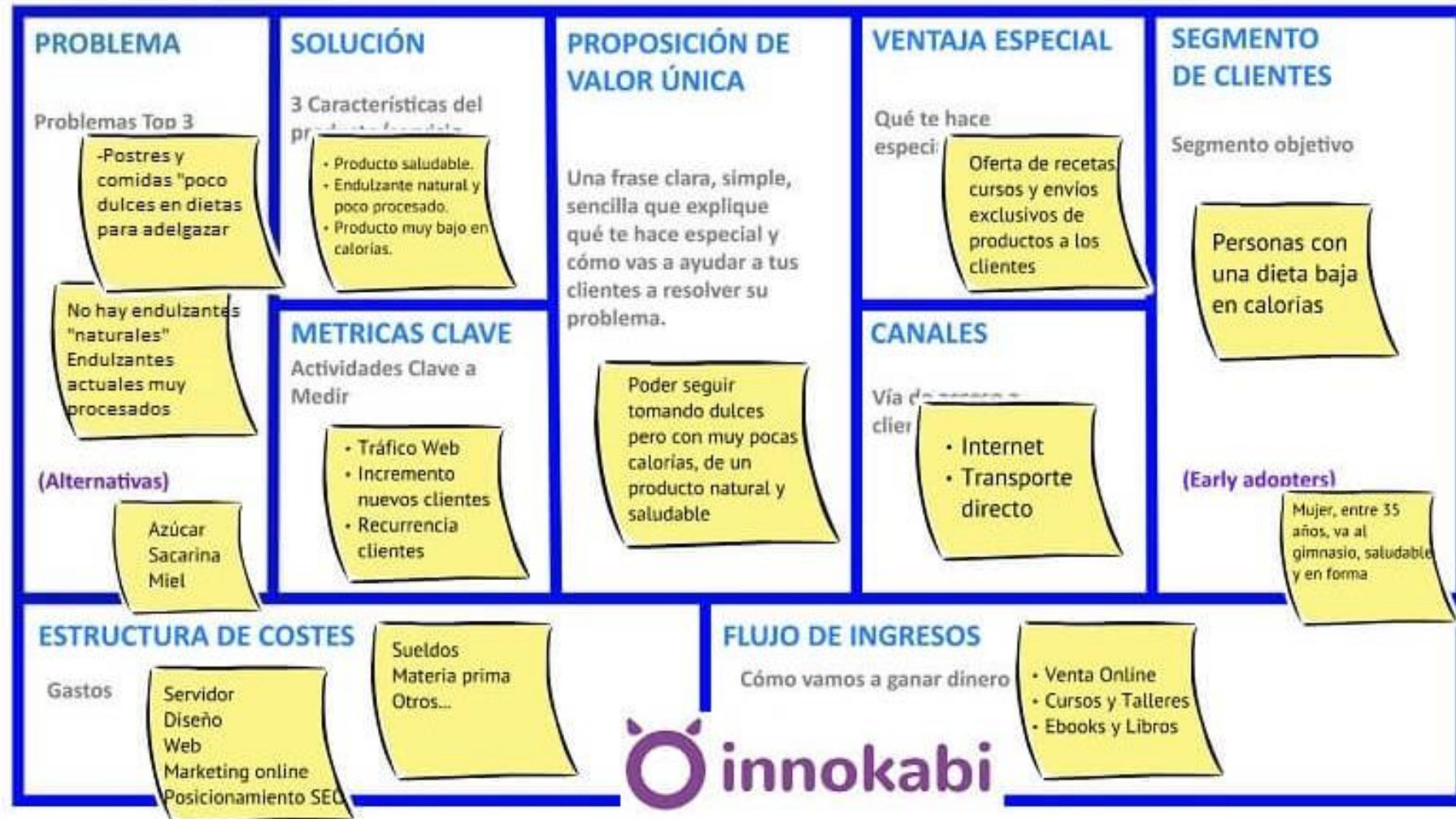


METODOLOGÍA LEAN CANVAS (STARTUPS)

LIENZO LEAN CANVAS

PROBLEMA Problemas Top 3 (Alternativas)	SOLUCIÓN 3 Características del producto/servicio METRICAS CLAVE Actividades Clave a Medir	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.	VENTAJA ESPECIAL Qué te hace especial/diferente CANALES Vía de acceso a clientes	SEGMENTO DE CLIENTES Segmento objetivo (Early adopters)
ESTRUCTURA DE COSTES Gastos		FLUJO DE INGRESOS Cómo vamos a ganar dinero		

METODOLOGÍA LEAN CANVAS (STARTUPS) - EJEMPLO



REFERENCIAS

Libro (capítulo 17)

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/pdfcoffee.com_emprendimiento-carlos-prieto-sierra-2-pdf-free.pdf

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/leancanvas_instrucciones.pdf

Videos, otros

<https://www.youtube.com/watch?v=78jAMpYcXT8>

<https://www.youtube.com/watch?v=gF62zTUK8WY>

<https://www.youtube.com/watch?v=zH4Hc0QL2Is>

**MUCHAS
GRACIAS**

