

Unidad 3

Planes de negocio

Posterior a tener unos conceptos básicos en lo relacionado con el emprendimiento y considerando la posibilidad de generar un proyecto productivo viable en el mercado, se debe analizar cuáles son los puntos fundamentales para la elaboración de un plan de negocio; el cual debe tener como objetivo principal la generación de una unidad productiva que impacte de forma positiva en el mercado y así mismo en la economía del emprendedor.

La fase inicial para el desarrollo de un plan de negocio, debe estar articulada directamente con la idea de negocio; ya que en este punto se busca materializar dicha idea.

1. En el marco inicial; para el desarrollo de un plan de negocios, se deben definir los objetivos; los cuales deben ser coherentes con el desarrollo total del plan de negocios y que deben contemplar los aspectos sociales y económicos.
2. Después de conocer cuáles son los objetivos para el desarrollo del plan de negocios; se debe dar participación a la justificación y los antecedentes de proceso; en donde se busca que la justificación manifiesta la razón principal para el desarrollo del plan y los antecedentes de respuesta a un problema del entorno.
3. Se debe realizar un análisis del sector, el cual permita identificar en qué tipo de sector de la economía se ubicará el plan de negocio.
4. Posterior a conocer el sector en el cual se desarrollará el plan de negocio, se debe realizar un análisis del mercado, en donde se busca identificar el tipo de clientes al que se dirige el producto o servicios; teniendo en cuenta la parte demográfica, geográfica y los gustos que impulsan a la compra.
5. Analizar la competencia; tomando como referencia los costos del mercado, la calidad del producto o servicio y la imagen que refleja en el mercado.



6. Con la información anteriormente recopilada, se debe generar una estrategia de mercadeo; la cual resulta de la investigación del mercado y permite ampliar el panorama a la parte financiera.
7. Para el desarrollo de una estrategia del mercado; se debe presentar el concepto del producto o servicio; en esta parte del proceso se debe dar paso a la creatividad y la innovación ya que se debe definir en el caso de los productos su forma física, su tamaño, su apariencia, su empaque, etc...; con relación a los servicios, se debe presentar condiciones mínimas de uso, alcance del servicio, garantía de satisfacción, etc...
8. En todo plan de negocio, es fundamental tener una estrategia de distribución; la que permite trasladar el producto o servicio al mercado y darle la oportunidad a los posibles clientes que accedan a él como puntos de venta o servicio, distribuidores o vendedores. Es adecuado especificar claramente cuál es la estrategia de penetración del producto o servicio en el mercado objetivo.
9. Un aspecto importante al momento de llevar el producto o servicio al mercado es la pactación del precio; momento en el cual se define si se ofertarán los productos o servicios por lanzamiento al mercado o se establecerá un precio estándar para el desarrollo del plan de negocio, es indispensable que si se realizaran ofertas en cualquier etapa del plan de negocios; las ofertas no alteren el precio dejándolo por debajo del costo de producción o costo para la prestación del servicio.

Es de reconocer que, en todo proceso comercial, es indispensable generar promociones, las cuales podemos considerar como una estrategia de venta personalizada ya que, por rendimiento y sostenibilidad del producto o servicio en el mercado, se debe realizar por impacto y con periodos de tiempo limitados y por ninguna circunstancia se pueden ver afectados los costos de su producción.

10. El éxito de un producto o servicio en el mercado, se puede dar a través de los medios de comunicación utilizados como estrategia de venta; ya que estos medios de comunicación publicitaria suelen ser de carácter masivo y están orientados al consumo a largo plazo con el fin de posicionar la marca en la mente de los consumidores.



11. Al momento de comercializar un producto o servicio, se debe considerar la posibilidad de presentar fallas o el no cubrimiento total de una expectativa; es por ello que se debe desarrollar una estrategia de servicio que contenga una garantía o soporte que pueda brindar confianza y seguridad en los consumidores al momento de acceder al producto o servicio.
12. Los planes de negocio son desarrollados con el fin de generar ingresos; por esta razón, es adecuado generar una proyección de ventas; en la cual se considere la capacidad de producción y basados en ella, se definan las cantidades de venta por periodos de tiempo determinado.
13. Cuando se tiene claridad sobre las ventas que pretenden realizar, se debe analizar las alternativas de pagos; en donde se puede evaluar las ventas con pagos diferidos a través de una política de crédito; adicional, es fundamental establecer claridad sobre las modificaciones en los precios de venta a crédito y la participación de los intereses corrientes en las mismas.



Con el desarrollo de los puntos anteriores, se da paso a la producción del producto o servicio.

1. Todo producto o servicio debe contar con una ficha técnica; la cual describa las características físicas o la estructura del servicio.
2. Para el desarrollo de todo producto o servicio, se debe realizar una descripción del proceso; con el fin de tener claridad sobre paso a paso para la producción y así poder definir los costos.
3. La ejecución de todo plan de negocios, se debe conocer cuáles van a ser los costos de producción, es por eso; que posterior a tener claridad sobre la descripción del proceso, se pueda generar un sistema de costos en el cual se vincula el costo de los materiales e insumos, la mano de obra y todos aquellos elementos que forman parte integral en la elaboración del producto o la ejecución del servicio.

Teniendo la información clara sobre el plan de negocios y sus componentes para la producción, se debe elaborar un desarrollo del área organizacional; en donde tendrá participación la planeación estratégica y otros elementos que lograrán que el producto o servicio se presente en el mercado de manera correcta.

1. Un plan de negocio, es el inicio de una empresa y como tal, debe definir cuál es su labor en el mercado; por ello se debe desarrollar una “*misión*” en la que se da la descripción de lo que se hace, a lo que se dedica o simplemente cual es la razón de ser del emprendimiento.
2. Seguido de este elemento; se debe definir las metas y estas se establecen a través de la visión; en la que se dice que se quiere lograr o a donde se quiere llegar en un futuro. Las metas tienen que ser coherentes con el plan de negocio y alcanzables.
3. Algo importante dentro de la construcción del plan de negocio, son los valores y los principios y es acá en donde se representa las cualidades o características que presenta la empresa para el desarrollo de su actividad económica.
4. Con el fin de poder alcanzar el éxito en un plan de negocios es fundamental ser conscientes sobre nuestra posible posición en el mercado, por lo que se debe elaborar una matriz DOFA la que me permite realizar un análisis sobre



las debilidades, las oportunidades, las fortalezas y las amenazas; esto con el fin de poder sacar el mejor provecho de cada una.

<u>DEBILIDADES</u> <ul style="list-style-type: none">Falta de capital	<u>OPORTUNIDADES</u> <ul style="list-style-type: none">Producto Novedoso
<u>FORTALEZAS</u> <ul style="list-style-type: none">Excelente calidad	<u>AMENAZAS</u> <ul style="list-style-type: none">Momento crítico en el mercado

Matriz DOFA

Finalmente, cuando se tiene proyectado llevar un plan de negocio al mercado, se debe determinar quiénes formarán parte del equipo de trabajo, cuál será su situación financiera y el impacto social que este tendrá.

1. La estructura organizacional, permite describir cual es el talento humano que conforma la parte directiva, administrativa y operativa del plan de negocio.
2. Cuando se hacer referencia al área financiera, se debe dar participación a todos los movimientos de dinero que generen en el plan de negocio y estos nos permitirán conocer su evolución económica.

Producto o servicio	Cantidad vendida (mes)	Costo variable unitario	Precio de venta unitario	Costo variable total	Venta total
Camisas	80	\$6000	\$10.000	\$480.000	\$800.000
Pantalones	50	\$10.000	\$15.000	\$500.000	\$750.000
	Total	\$16.000	\$25.000	\$980.000	\$1.550.000

Costos variables del producto

Costos fijos de producción	
Salarios	\$1.000.000
Prestaciones Sociales	\$280.000
Arriendos	\$500.000
Servicios Públicos	\$200.000
Transporte	\$-0-
Mantenimiento	\$1.980.000

Costos fijos mensuales

Costos fijos de administración	
Salario	\$1.000.000
Prestaciones Sociales	\$280.000
Gastos de representación	\$-0-
Papelería	\$200.000
Mantenimiento	\$-0-
Seguros	\$-0-
Administración	\$100.000
Otros	\$1.580.000

Costos fijos mensuales

Costos de venta	
Salario	\$1.000.000
Prestaciones Sociales	\$280.000
Publicidad	\$500.000

Costos fijos mensuales

Total costos de producción	Total costos de administración	Costos de venta
\$1.980.000	\$1.580.000	\$1.780.00
= Total costos fijos		
\$5.340.000		

Total costos fijos mensuales

Estudio de mercado

Cuando se habla de estudio de mercado, nos referimos a una investigación que me permita identificar la viabilidad de un plan de negocio; tomando como referencia la información relacionada con clientes, competencia, proveedores, entorno de operación y mercado concreto.

Un buen estudio de mercado, entrega información precisa sobre lo que el público necesita y que productos o servicios tienen mayor demanda; por tal razón al momento de tomar la decisión de emprender con un plan de negocio; se debe tener claridad sobre a qué mercado se busca llegar con el producto o servicio desarrollado; ya que esta información permite ajustar y potencializar el producto o servicio al máximo con la capacidad de satisfacer las expectativas de los consumidores.

El estudio de mercado, comprueba la necesidad de un producto o servicio y quienes la están supliendo en la actualidad; adicional permite identificar cuál es su comportamiento y la rotación en términos de tiempo.

A través del estudio de mercado, se analizan cinco puntos clave

1. Estudio del producto o servicio
2. Análisis de la oferta
3. Análisis de la demanda
4. Análisis de precios
5. Análisis de los canales de distribución

Para el correcto desarrollo de un estudio de mercado, se deben fijar objetivos claros que permitan ampliar el panorama de a donde queremos llegar y conocer que público se debe abordar; para este punto es fundamental conocer las variables que hagan referencia a la edad, genero, nivel socioeconómico, estilo de vida y todo lo que nos permita conocer más de los consumidores objetivos.

También es importante acceder a la información de nos permita conocer los gustos de los consumidores y su opinión frente al producto o servicio que se pretende llevar al mercado; esta información se puede obtener a través de diferentes técnicas como son las encuestas, investigación en redes sociales e internet, grupos de discusión, observación directa, etc..., finalmente; hacer un análisis de la información obtenida y evaluar las debilidades que puede presentar el producto o servicio en el mercado y



trasladarlas a nuevas oportunidades; igualmente identificar las fortalezas y cruzarlas con las amenazas con el fin de poder protegerse y estar un paso adelante.



Estrategia de ventas

La estrategia de ventas, se refiere a los mecanismos adoptados por las empresas para comercializar sus productos o servicios; dichas estrategias buscan alcanzar los objetivos comerciales propuestos a través de técnicas de persuasión que apunten a la generación de cierres efectivos.

Cuando se habla de ventas, no solo se debe considerar colocar el producto en el mercado; también se debe estimar; que cuando se realiza una venta se abra la puerta a una recompra y que el consumidor alcance un nivel de satisfacción que le permita referir ampliamente el producto o servicio lo que garantiza acceder a nuevos clientes.

En términos comerciales, existen diferentes tipos de ventas; como: ventas de mostrador, venta consultiva, ventas por catálogo y ventas online; todas ellas tienen el mismo objetivo, entregar un producto o servicio a un consumidor final, pero cada una de ellas utiliza una estrategia diferente para lograr su propósito.

Al momento de desarrollar un plan de negocio, es fundamental ubicar cual es la mejor estrategia para la comercialización del producto o servicio ya que de acuerdo a lo que se oferta se debe utilizar una técnica efectiva.

Las ventas de mostrador, son aquellas que son utilizadas por los puntos de venta que comercializan productos o servicios en un puesto fijo y que están a la espera de la llegada del cliente. Para estos casos, la presentación del producto y del punto de venta es fundamental para lograr captar la atención de los transeúntes; ya que en estos casos la parte visual tiene un alto porcentaje en resultado de las ventas.

La venta consultiva, es un sistema comercial que ha ganado gran participación en los diferentes sectores de la economía; ya que por su efectividad; múltiples empresas la están utilizando. La venta consultiva es una estrategia comercial que trata en buscar el cliente y llevar los productos o servicios al mercado externo y que, a través de una serie de preguntas, generar necesidades que impulsan la venta. Para la efectividad de esta técnica, se deben considerar varios pasos el primero es la prospección; en este punto se debe ubicar y localizar los posibles clientes, posteriormente se deben contactar a través de telemarketing con el fin de ubicar un espacio para la presentación del producto o servicio en el lugar acordado, cuando se logra tener el acercamiento con el prospecto se hace la presentación del producto o servicio y en el cruce de palabras y a través de preguntas claves; se crean necesidades que la oferta puede cubrir. Finalmente, y después de la cristalización de la venta, se debe aplicar el servicio posventa que consiste en hacer un seguimiento constante a los resultados obtenidos con el producto o servicio adquirido.

Las ventas por catálogo, es la técnica utilizada por las empresas multinivel y tienen la capacidad de que los productos o servicios son llevados al mercado por un gran número de personas, esta técnica está diseñada para un público en general; logrando abarcar un mayor número de posibles consumidores.



Las ventas online, han ganado gran participación en el mercado actual; ya que por la evolución de la tecnología y el uso de las redes sociales; la comercialización de productos o servicios a través de la internet ha superado las expectativas comerciales. Para un correcto uso de esta técnica, es fundamental tener un conocimiento en marketing digital ya que este; capacita para el correcto uso de las redes sociales, los portales web y los buscadores con beneficios comerciales.

La venta online, es considera como la técnica revolucionadora en términos comerciales; ya que, a través de esta, los productos o servicios no se limitan geográficamente; y pueden ser ofertados por diferentes aplicaciones digitales dando la posibilidad de ser vistos por quien haga uso del servicio de internet.

Marco legal

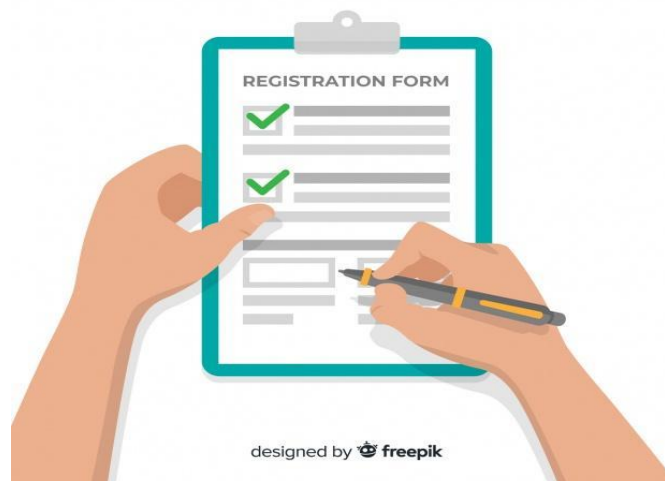
Para que una idea de negocio se pueda consolidar en el mercado como una empresa real, debe cumplir con una serie normas legales que la puedan acreditar para su libre funcionamiento; el objetivo principal de estas normas es que las empresas sean visibles para las entidades del estado y así poderse beneficiar de los privilegios de la formalización.

Lo primero que se debe tener presente para la formalización de una compañía, es verificar que tipo de responsabilidades fiscales y tributarias puede tener ya que partiendo de esta base debe realizar una serie de registros para su formalización.

Si en la construcción de un plan de negocio se identifica que este es un proyecto que iniciara con pocos recursos y que su proceso experimental en el mercado no requiere del apoyo de mucho personal; entonces se debe proceder a realizar un registro como persona natural de régimen simplificado. Para esto casos solo basta con registrar ante la DIAN la actividad económica principal bajo régimen simplificado, hacer un registro en cámara de comercio de la matricula mercantil y en industria y comercio para ser autorizado para colocar un anuncio publicitario alusivo al negocio.

Cabe resaltar que la característica principal de este tipo de registro es que no puede facturar ya que no tiene ningún tipo de carga tributaria razón por la cual los cobros deben realizarse a través de cuenta de cobro.





Para el caso de los proyectos de emprendimiento que se registran como sociedades o personas jurídicas, se deben gestionar una serie de procedimientos legales que facultan a la empresa para desarrollar ciertas actividades en el mercado; para el correcto registro inicialmente se debe realizar el registro ante la DIAN a través de régimen común lo que le permitirá acceder a una resolución de autorización para emitir facturas legales, adicional se debe realizar registro en industria y comercio para legalizar y facilitar el uso de avisos y tableros; también se debe realizar registro ante cámara de comercio pero en esta oportunidad como persona jurídica.



Cibergrafía

www.estudiosdemercado.org

www.camaramedellin.com.co

www.emprendedores.es

www.emprendepyme.net

