

PLAN DE NEGOCIOS

Entre los emprendedores dentro de los cuales podemos mencionar a la Pequeña y Mediana Empresa es muy común escuchar el tema del PLAN DE NEGOCIO, no solo porque es uno de los instrumentos técnicos mas útiles en el manejo interno y en el desarrollo de las empresas, sino también porque se ha convertido en la llave hacia los **negocios** y la **financiación**.

Un PLAN DE NEGOCIO no se trata sino de un documento guía donde se plasma la viabilidad de la idea empresarial y los planes para desarrollarla y llevarla a niveles mas elevados. No debe confundirse con el estudio de factibilidad, ya que el plan de negocios es un concepto mucho más amplio y proactivo, es decir que es como una visión del futuro de la empresa y de cómo se logrará llegar hasta allá.

Ahora ya se podrá dar cuenta de porque es tan importante que usted tenga entre sus prioridades el construir su PLAN DE NEGOCIO, pero tenga siempre en cuenta el contexto y el entorno en el que desarrollará su idea emprendedora para que el resultado no sea demasiado indeterminado y alejado de la realidad. Tenga en cuenta que ese documento lo revisarán tanto ejecutivos Bancarios (cuando se necesite presentar información financiera respaldada), como socios y clientes y ni mencionar los ejecutivos internacionales ante los cuales será su carta de presentación (para el caso de nuestro país donde estamos a las puertas de ejecutar un Tratado de Libre Comercio con nuestro principal socio económico Estados Unidos. Para este último caso no sobra recordarle que es vital el dominio del idioma ingles y la redacción en el mismo del **PLAN DE NEGOCIO**.

Los planes de negocios surgen en las décadas de los 60 y 70 en Estados Unidos como fruto de la necesidad de determinar con mayor certeza y menor riesgo donde se debían invertir los dineros denominados excedentes financieros de las empresas; esto le dará una idea del poder de influencia que este informe tiene sobre la toma de decisiones financieras de los inversionistas.

Para construir un buen **PLAN DE NEGOCIOS** usted debe tener muy en cuenta el elemento internacional, es decir, ya no se concibe viable una empresa que no tenga aspiraciones globales de venta, al incluir el perfil exportador no solo proporcionará una fortaleza a la idea emprendedora sino que lo hará mucho mas interesante a los ojos de los demás. Aproveche el momento histórico que nos ha tocado vivir, sea competitivo, piense globalmente y plásmelo en su **PLAN DE NEGOCIO**.

Como se podrá dar cuenta la elaboración de un PLAN DE NEGOCIO no es un trabajo de un fin de semana, es posible que necesite alrededor de 4 meses o más para lograr un documento apropiado, pero mas que concebir esto como un trabajo prepárese para lo que es un proceso que nunca termina, en el que deberá invertir tiempo y trabajo, pero que de seguro le retribuirá con creces su dedicación.

Por ultimo recuerde que su **PLAN DE NEGOCIO** debe tener un alcance global, no lo tropicalice ni le de un carácter parroquial porque podría estar perdiendo su tiempo.

En el siguiente artículo del ciclo de PLAN DE NEGOCIO revisaremos un modelo clásico de preparación y redacción de este documento.

ELEMENTOS Y DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIOS

CONTENIDO

1. LA EMPRESA.
2. LOS PRODUCTOS.
3. ANÁLISIS DE MERCADO.

4. ESTRATEGIA Y SU IMPLEMENTACIÓN.
5. ADMINISTRACIÓN.
6. PLAN FINANCIERO.
7. RESUMEN EJECUTIVO.
8. RESUMEN FINANCIERO

A continuación desarrollamos cada uno de los items

1. LA EMPRESA: En este capítulo, se debe aclarar, ¿Qué estamos formando?, ¿Qué pretendemos?. Se debe aclarar también de quién es la propiedad PYME (Pequeña y mediana Empresa), cómo está estructurada y bajo qué modelo funciona. Incluya una reseña histórica del inicio de la su empresa, su ubicación geográfica sin importar donde funciona.

2. EL PRODUCTO: Haga la descripción de los productos y realice una comparación competitiva. Aquí puede incluir una breve descripción de las ventas de su compañía. También puede señalar la fuente de los productos y la tecnología que utiliza. Es recomendable proyectar los productos futuros. Responda si es sostenible, si tiene competencia y sobre todo no subestime a los productos sustitutos. Sea realista en su informe. Para esto debe haber hecho antes un ejercicio de ventas, para concretar la oferta; además de haber identificado la tecnología del sector y haberla monitoreado. Debe conocer el ciclo del producto y de hecho debe asumir esta función como algo dinámico. Muestre su conocimiento de las fuentes de materia prima y dé a conocer sus alianzas estratégicas con sus proveedores.

3. ANÁLISIS DEL MERCADO: En esta sección incluya un análisis industrial, es decir, evalúe cuántos participantes tiene la industria y qué patrones de distribución se manejan en el sector. Debe incluir las características de la competencia y los patrones de compra de los consumidores. Así mismo, identifique específicamente a sus competidores principales y directos. El otro punto, es incluir su estrategia de segmentación y acción sobre el mercado objetivo. Demuestre en el documento que ha evaluado la necesidad del mercado, sus tendencias y su crecimiento.

4. ESTRATEGIA Y SU IMPLANTACIÓN: Explique en dónde está, dónde va y a dónde quiere llegar. Desarrolle sus estrategias de crecimiento. Seguidamente, señale de forma clara sus ventajas competitivas. Aquí puede incluir la estrategia de mercadeo, la estrategia de posicionamiento, la estrategia de fijación de precios, de promoción, de distribución, y cómo aprovechará sus alianzas estratégicas.

5. LA ADMINISTRACIÓN: Describa cual es la estructura organizacional y el equipo directivo. Especifique las funciones y responsabilidades de los individuos. Exponga cuales son los vacíos de su equipo y detalle el plan para el crecimiento de su personal. Lo más importante es que su documento pueda transmitir que el equipo vale la pena y así crear una relación de confianza con el cliente, inversionista o socio.

6. PLAN FINANCIERO: Este capítulo incluye los supuestos más importantes y los indicadores financieros claves (estados financieros). Incluya el análisis del punto de equilibrio, una proyección de pérdidas y ganancias, un flujo de caja proyectado y los índices del negocio. Si usted ha hecho un buen trabajo anterior, es seguro que al llegar aquí todo será más fácil. Que quede muy claro que el plan de negocio no es solo el plan financiero como popularmente se asume.

7. RESUMEN EJECUTIVO: En un máximo de dos páginas redacte un resumen coherente con los objetivos, la función y las claves del éxito de su negocio, como niveles de venta, presencia internacional y penetración de nuevos mercados. Suministre la mayor cantidad de información, pero sea conciso. No use el lenguaje técnico de los procesos de producción, sino el lenguaje de los negocios con el que proyecte solidez. Este capítulo debe ser provocador

ante todo, para que el inversionista sea atraído hacia él ya que es la puerta de entrada al resto del documento. Adicionalmente esta parte respaldará cualquier necesidad de financiamiento ante un Banco, ya que en muchas ocasiones llevar una contabilidad informal repercute directamente en su bolsillo a la hora de pagar sus impuestos al fisco.

8. RESUMEN FINANCIERO: A manera de apéndice, incluya un resumen financiero con los totales del ejercicio, para que el lector pueda consultarlo rápidamente en un primer acercamiento a la propuesta.

ALGUNAS RECOMENDACIONES ADICIONALES:

- a. La redacción de su plan de negocio debe ser clara y precisa, sea claro y específico y no intente abrumar con detalles que no son relevantes.
- b. La estructura del plan de negocio debe estar respaldada por un plan de contingencia ante las situaciones inesperadas.
- c. Cuando realice su presentación ante una instancia financiera, inversionista o socio potencial sea exacto en el tiempo de exposición.
- d. El plan de negocios es una herramienta muy poderosa y útil, pero usted decide a quien se lo presentará; tenga en cuenta que el inversionista no solo es dinero. Piense en un inversionista estratégico.
- e. Procure que el documento final no sea muy extenso. Piense que demasiada información es innecesaria. Déle al lector lo que necesita para tomar su decisión. Esto le dará un toque de inteligencia a su exposición.
- f. No descuide la estética. La primera impresión es la misma presentación física del plan de negocio. Personalice el documento y déle un estilo más sofisticado y profesional.