



Cómo Hacer Plan De Negocios Efectivo?

Muchos emprendedores se embarcan en la aventura empresarial sin un plan de negocios, esto lleva en ocasiones a sus empresas al fracaso, así si no deseas convertirte en parte de la estadística no debes perderte este artículo

¿Sabes que es un Plan de Negocios?

Es un mapa que te permite establecer metas, detallar la estructura de tu negocio, su forma de operar, además de **plantear un presupuesto de apertura**, operación y publicidad, entre otros aspectos.

Funciona como una herramienta de reflexión, donde tu como emprendedor le iras dando forma documental a tu empresa antes de darle la forma real. Así que en vez de tener en mente, los detalles, las ideas y los números comienzan a darle forma en este documento escrito.

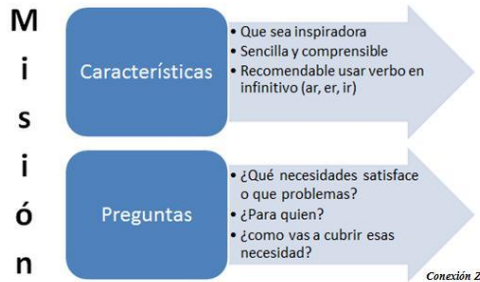
Cómo Hacer Plan De Negocios Efectivo

Estructurar un plan de negocios requiere un profundo análisis de tu empresa, pero esto te permitirá definir a la perfección la estructura y forma de operar tu empresa.

A continuación te mostrare los puntos que debes hacer para desarrollar un plan de negocios efectivo.



1.- Planeación estratégica



Debes hacer un enunciado breve y sencillo que **describa de manera clara a razón de ser de tu empresa** en la sociedad. ¡Checa! La imagen para elaborarla de forma correcta.



Es la expresión de lo que la empresa pretende lograr en un lapso de tiempo determinado, por lo general son tres o cinco años.

Objetivos

Los objetivos se derivan de la misión, prácticamente es llevar a la realidad los deseos que se tienen de la empresa, así que en esta parte deberás reflejar en metas los compromisos específicos, medibles, claros y ubicados en el tiempo.

¡Ojo! Son de gran importancia ya que son la base que ayudara a determinar tu plan de negocio.

Generales. Los objetivos se escriben de forma general para toda la empresa.



Ejemplo:

- **Incrementar ventas.**
- Lograr ser el líder del mercado.

Específicos. En este caso describe objetivos para cada área específica de tu empresa.

Ejemplo:

- La lavandería incrementara sus ventas en un 10% en el segundo trimestre de apertura.
- Se lanzara un producto nuevo cada bimestre, para llegar a 10 nuevos productos en Diciembre del 2016.

CARACTERISTICAS	DEFINICION	MAL PLANTEAMIENTO	BUEN PLANTEAMIENTO
ESPECÍFICO	Ten claridad acerca de que, donde, cuando y como va a lograrse lo que planeaste	Incrementar las ventas en la papelería "La Esquina" en 2016	La papelería "La Esquina" esta vendiendo 20 mil pesos mensuales para diciembre 2016
MEDIBLE	Que sea posible cuantificar los fines y beneficios	La panadería introducirá nuevos productos en 2016	Se lanzara un producto nuevo mensualmente hasta llegar a 12 en diciembre 2016
REALIZABLE	Ser consciente de las capacidades y recursos de tu negocio	La tintorería lograra incrementar 100% sus ventas durante el primer año de operación	La tintorería lograra incrementar un 20% sus ventas durante el primer año de operación
REALISTA	Que sea posible obtener el nivel de cambio reflejado en el objetivo	Entre noviembre y diciembre de 2016, la purificadora incrementara 60% las ventas	De enero a diciembre de 2016 la purificadora incrementara un 40% las ventas
TEMPORALIDAD	Establecer un periodo razonable para lograrlo	El negocio de abarrotes "La Luz" crecera, abriendo su segunda sucursal en los próximos años	El negocio de abarrotes "La Luz" crecera abriendo una segunda sucursal antes de sus 6 años de operación

Conexión Z

2.- Análisis FODA

Es otra herramienta que no debe faltar en tu plan de negocios ya que te servirá para **analizar la situación de el ante el mercado**, clientes y tu competencia. De esta manera podrás visualizar tu situación actual y con base en eso, definir el rumbo que debe tomar tu negocio. El principal beneficio es que te ayudara en la toma de decisiones.

Fortalezas

Son todos aquellos atributos positivos de tu producto, servicio o negocio, que dependen de ti o del negocio.



También son características internas sobre las cuales tienes control y puedes modificarlas en determinado momento.

Oportunidades

Aquellas cosas externas que benefician a tu negocio o ayudan al éxito de tu producto o servicio.

Son cosas externas, es decir, no tienes control sobre ellas, simplemente debes aprovecharlas.

Ejemplo: apoyos del gobierno, hábitos de la gente que hacen que la gente quiera tu producto, aspectos del clima que hacen que la gente compre.

Debilidades

Todos aquellos puntos negativos de tu producto, **errores administrativos**, servicio o negocio que dependen de ti o del mismo negocio.

Son internas, por lo que tu tienes el control sobre ellas y puedes modificarlas, además de ser una parte que debes conocer e identificar a tiempo para poder mejorar o minimizar.

Ejemplo: Precio alto, falta de liquidez, mala administración de recursos, costos.

Amenazas

Se refiere a aquellas cosas externas que afectan a tu negocio, un factor que resulta imprescindible conocer para enfrentar.

Ejemplo: crisis o mala situación económica, problemas políticos en el país, competencia, piratería.



3.- Mercadotecnia

Análisis del mercado

Es importante que realices un análisis del mercado ya que es el entorno social que favorece las condiciones para que tu producto se venda o no.

Segmentación del mercado

Su objetivo es dividir el mercado total en categorías con el propósito de encontrar nichos de mercado que se adapten mejor.

¡Recuerda! Si conoces a fondo tu mercado objetivo podrás crear la identificación con el cliente que te permita tener ventas a largo plazo.

“Conocer quienes son tus clientes te sirve para saber que pueden necesitar y comprar”

Criterios de segmentación

Los **criterios de segmentación** son aquellos e los que te basas para dividir a tus posibles clientes en grupos.

Geográfico

- Lugar de residencia
- País o región
- Clima
- Situación política

Demográfico

- Edad
- Sexo
- Nivel social
- Religión
- Cultura



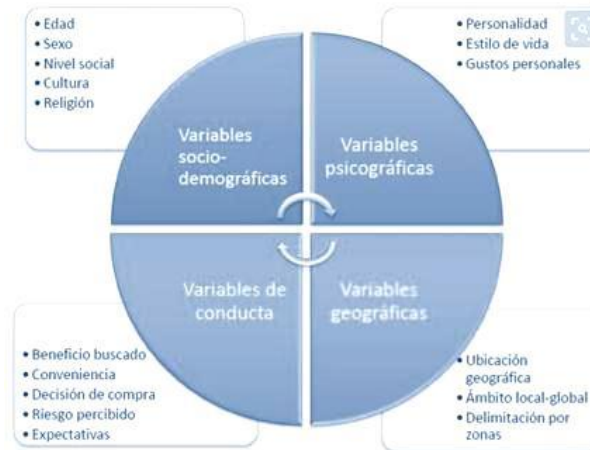
Pictográfico

- Personalidad
- Estilo de vida
- Gustos personales

Comportamiento

¿Cuál es el comportamiento de cliente frente a mi producto?

- Beneficios que buscan.
- Frecuencia de uso
- Nivel de fidelidad
- Nivel de uso



Fuente: profesionalesmarketing.com

4.- Las Cuatro P Producto

Es importante que describas la forma de tu producto o servicio.

- ¿Qué vendes exactamente?
- ¿Qué beneficios ofreces a tus clientes?
- ¿Qué características definen tu producto o servicio?

Considera el envase, nombre, forma de entrega, atención, tiempos, etc.



Las 4 Ps del Marketing

Promoción

Consiste en las actividades encaminadas a dar a conocer tus bienes o servicios a los posibles clientes. Se puede dividir en dos rubros:

- Publicidad
- Promoción de ventas

Toma en cuenta estas preguntas para determinar esta parte:

- ¿De qué forma vas a **dar a conocer tu producto o servicio**?
- ¿Dónde están tus clientes?



Plaza (distribución)

Deberás definir tu canal de venta la cual es la forma en que tu producto llega desde el punto de origen hasta su destino final que es el consumidor. Ten en cuenta que no es lo mismo el ser mayorista, minorista o vender a el gobierno u organismos públicos.

Puede que tu comercialización sea:

- Venta directa
- Distribuidores
- **Venta online**
- Franquicia

Precio

Representan prácticamente el valor económico que se le asigna a un bien o servicio.

Para determinarlo toma en cuenta:

- ¿Qué valor tiene lo que ofreces a tus clientes?
- ¿Cuánto vale algo similar en el mercado?
- ¿Tu producto va a ser exclusivo o económico?

La **fijación del precio** de un producto no es solo el resultado de sus costos más la ganancia esperada, sino un algo que impactara en la imagen ante los clientes.

6.- Análisis de la competencia

Conocer la competencia te ayuda a mejorar tu producto, crear innovaciones para el mismo y trabajar para lograr la diferencia. Ten en cuenta que lo que determina que un producto compita con otro es el hecho de que pueda satisfacer la misma necesidad.

- Productos o servicios iguales
- Productos o servicios sustitutos, es decir que satisfacen la misma necesidad que el tuyo aunque no sean el mismo producto.



La competencia es clave esencial para mejorar y esforzarse en dar a los clientes un buen servicio

[CLICK TO TWEET](#)

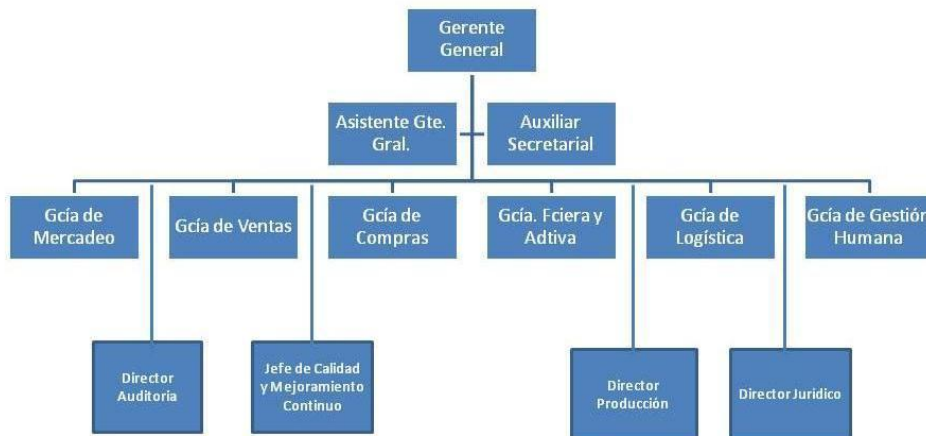
7.- Estructura Organizacional

Mintzberg definió la estructura organizacional como el conjunto de todas las formas en que se **divide el trabajo en tareas distintas** y la posterior coordinación de las mismas. Lo que debes hacer en esta sección son los siguientes pasos:

1. Identificar y clasificar las actividades que se tienen que realizar en tu empresa.
2. Agrupar las actividades.
3. A cada grupo de actividades asignar un director con autoridad para supervisar y tomar decisiones.
4. Coordinar vertical y horizontalmente la estructura resultante.

Organigrama

Representa los sistemas de organización de la empresa. Consiste en un diagrama en el que cada función se representa por un cuadro que encierra su nombre. Los canales de autoridad y responsabilidad se representan por la unión de cuadros mediante líneas.



Fuente: cursoco201202.blogspot.mx



Descripción de Puestos

Es una técnica en la que se reclasifican las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica del puesto, así como las características, conocimiento y aptitudes que debe poseer el personal que lo desempeñara.

El formato debe contener por lo menos estos datos

- Logo de la empresa
- Nombre de la empresa
- Descripción de puestos
- Título de puestos
- Departamento
- Jefe superior
- Jefe inmediato
- Número de personas a cargo
- Requisitos generales del puesto
 - Edad
 - Sexo
 - Estado civil
 - Experiencia laboral
 - Nivel mínimo de estudios
 - Idiomas

Funciones del puesto

Habilidades

8.- Finanzas

Es una de las partes muy esenciales en un plan de negocios ya que **te ayudara a tener la administrativo tu negocio.**



Inversión necesaria

Existe un componente fundamental que se necesita analizar con atención cuando se va desarrollar un proyecto de negocio, y es el monto de dinero que se necesita para ponerlo en funcionamiento y mantenerlo.

Comienza dividiendo los activos fijos que son:

- Terrenos
- Inmuebles
- Maquinarias
- Equipos

Luego el capital de trabajo:

- Dinero en efectivo
- Sueldos
- Compra de materias primas y materiales
- Publicidad

Si no se cuenta con el dinero necesario para atender estos requerimientos, se debe recurrir a alguna fuente de financiamiento, ya sea bancaria, de proveedores u otro origen y evaluar si es posible afrontar las obligaciones con los ingresos que genere el negocio.

9.- Proyección de ventas

Aquí deberás **realizar una estimación o previsión de las ventas** de tu producto durante determinado tiempo futuro. Regularmente es de 12 meses.

Pero si tu negocio ya está operando la pregunta puede estar relacionada con ¿cuánto se puede ganar con una expansión o diversificación del mercado?.

Para obtener una proyección razonable, se pueden seguir algunos procedimientos básicos:

- Realizar un estudio de la ubicación del negocio, analizando información sobre el tráfico de personas que transita por ese lugar, así como la población de la zona.



- Obtener información sobre las ventas de la competencia o negocios similares en otras zonas.
- Tomar en cuenta la experiencia propia si uno ya está operando en un negocio y ver el comportamiento y rendimiento en el pasado.
- De igual manera puedes apoyarte de publicaciones especializadas, censos económicos, cámaras empresariales; y conocer de esta forma el comportamiento del sector en el cual tu empresa va a desarrollar su actividad.

¡Ojo! No existen fórmulas específicas para llegar a la proyección de ventas, solo técnicas de estimación que se basan en criterios razonables para su medición.

Punto de equilibrio

Es el punto donde tu negocio no pierde pero tampoco gana, y como empresario o emprendedor es importante que conozcas tus costos para así saber si estas ganando o perdiendo dinero.

Solo necesitas conocer tus costos y tus ingresos.

La fórmula es muy sencilla:

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unitarios

En base al ejemplo de un comerciante que se dedica a la venta de tortas y desea conocer la cantidad que tiene que vender para no ganar ni perder. El cálculo es el siguiente:

- Costo fijo mensual (sueldos, alquiler, seguros, impuestos, etc.) = \$1,500.00
- Costo variable por unidad (mat. prima, envase y otros gastos directos) = \$4.00



- Precio de venta de cada torta = \$10.00

Aplicando la fórmula, tenemos:

Es decir que este empresario debe vender 250 unidades (tortas) para no perder ni ganar. Por lo tanto debe analizar si es posible vender esa cantidad o más para obtener utilidades a lo largo del mes.

Flujo de efectivo

Es un control básico en donde puedes registrar las entradas y salidas de efectivo de la empresa o bien proyectar el ingreso y egreso de dinero en la empresa a lo largo del tiempo.

Su utilidad radica en el hecho de poder pronosticar con suficiente anticipación las necesidades de fondos y tomar los recaudos necesarios para evitar situaciones embarazosas en la marcha del negocio, esto es un buen **hábito financiero que reforzará la administración de tu empresa.**

Hay empresas que tienen ventas estacionales (por temporada), donde el flujo de fondos proporciona un indicador de los meses en que habrá reducción de dinero, ayudando a planificar y financiar las operaciones

Es importante destacar que esta proyección financiera debe tomar en cuenta el momento que ingresa dinero y en que momento se producen las erogaciones o pagos. Puede realizarse para todo el año o por períodos más cortos, semestral o trimestralmente, con detalles mensuales y/o semanales

Resumen Ejecutivo

Es un panorama global de todos los hechos más relevantes que contiene el proyecto. Aunque el resumen ejecutivo se coloca antes del plan de negocio, se escribe después de tener todos los elementos que lo integran. No debe ocupar más de dos páginas.

Conclusión

Tu Plan de Negocios debe estar presentado en forma clara y sencilla de entender. No debe ser demasiado extenso (no más de 50 hojas).



La información que se detalla debe ser coherente. Se puede incorporar información adicional, como planos, fotos, diagramas y folletos para respaldar la presentación del plan de negocio.

Recuerda que la idea de hacer un plan es ayuda a entender lo que uno quiere hacer y mostrar a las entidades financieras o inversionistas porqué merece que lo respalden.

El Plan de Negocio es la mejor herramienta con la que uno cuenta para saber hacia dónde va y lo que quiere lograr. Sin embargo, no todo va a ocurrir como lo ha planeado, hay que estar preparado para resolver lo impredecible y aprender de los fracasos.

Espero que pronto me cuentes **¿Cómo hiciste tu Plan de Negocios?** Y si esta información **¿Te ayudo a lograr hacer su elaboración mas efectiva?**

Finalmente, te dejo con un vídeo de Claro Perú con el por qué debes hacer tu plan de negocio.



Artículo Original:

<http://www.seremprendedor.com.mx/plan-de-negocios-efectivo/>