

Guía para la preparación de un Plan de Negocios

La mejor forma de planear los pasos en cualquier tipo de negocios, proyectos u organización para poder medir resultados a través del tiempo.



KPI - Key Performance Indicators.
Son los valores medibles que permiten demostrar cuán eficiente es una compañía en alcanzar sus objetivos claves de negocios.

Resumen de la presentación dada en el
38vo. Congreso Hemisférico de CAMACOL
en la Ciudad de Miami el día 7 de Julio del 2017

Preparado por
José L. Barletta, MS
Presidente de Barnews y Miami Oportunidad
Editor de Negocios USA
Coordinador Asuntos Internacionales y Misiones Comerciales de CAMACOL



Consideraciones generales

Dado que un Plan de Negocio es una herramienta que ayuda a prever la mayor cantidad de hechos que se pueden presentar durante todas las etapas en la creación de una empresa, en la implementación de un proyecto o lanzamiento de un nuevo negocio, es indispensable asegurarse de contar con el mismo ante cualquier iniciativa que se desee encarar.

Es muy común ver personas que se lanzan a adquirir empresas, invertir en distintos tipos de negocios, o bien ser parte de proyectos, pero que no se apoyan o resguardan en un plan y eso no sólo pone en peligro el cumplimiento de los objetivos deseados, sino que existe gran probabilidad de que surjan sorpresas que obliguen a suspender todo, con las consiguientes implicaciones.

Un “Plan de Negocios” es una guía, un camino a seguir y una forma de tener bajo control todas las variantes que intervienen en cualquier tipo de negocio y poder reaccionar a tiempo ante las variaciones que se presenten.

Hemos visto inversionistas que adquirieron restaurantes, tiendas de golf, lavaderos, peluquerías, y otros y que al ponerlos en operación, no duraron ni tres meses en el mercado, simplemente por que no se apoyaron en ningún plan, porque no tuvieron en cuenta ciertos gastos, no contemplaron pago de impuestos, compra de mercadería, pagos a personal y tampoco tuvieron en cuenta los tiempos que se tardan para conseguir permisos o licencias, es decir, se lanzaron al vacío y chocaron con la dura realidad.

Hay que tener en cuenta que en un “Plan de

Negocios” se deben presentar, aparte de la situación actual, los distintos probables escenarios. Es un medio para identificar las condiciones del mercado, para describir ciertas variables que lo regulan y para analizar los cambios que se pueden producir, en especial considerando la competencia.



Algunas definiciones

En términos generales podemos decir que un “Plan de Negocio” es un instrumento de organización, es un documento de discusión que ayuda a planear los pasos a dar en cualquier tipo de negocio, es decir la estrategia y poder medir probables resultados a través del tiempo.

No es otra cosa que un documento básico donde se fijan las condiciones y mecanismos para presentar servicios y/o productos de la forma más competitiva y eficiente posible. Cuanto más detalle conozca de cada una de las actividades que lo conforman y cuanto más conozca las fechas tentativas de comienzo y terminación de cada una de estas tareas, más cerca del éxito se va a estar, ya que se va a tener más control sobre todas las variables en juego.

A continuación presentamos los principales elementos que se deberían tener en cuenta para la confección de un plan, dando gran énfasis a las secciones que lo deben conformar y en especial que es lo que debería contener cada una de ellas.

Por intermedio de esta guía vamos a poder entender que es realmente un plan, que se debe contemplar en el mismo, que secciones lo componen y que extensión debería tener el documento que lo explique.

Primeramente es importante diseñar una

tapa o portada bien clara, simple y en la que se tenga en cuenta el nombre del Proyecto, el nombre o logo de la empresa o del negocio y un mensaje o slogan donde quede bien definido que es lo que se desea ofrecer. También debe figurar la fecha y el autor del plan.



Componentes básicos

A. Contenido del Plan

A través de la imagen presentada podemos apreciar cuales son las principales secciones que debe componer un plan y seguidamente vamos a ir detallando que es lo que se debería colocar en cada una.

Hoy en día, gracias a la magia de la Internet, es muy fácil encontrar gran cantidad de modelos y es muy recomendable tratar de conseguir ejemplos de planes de reconocidas empresas en el mismo sector, en especial de aquellas que sabemos han cumplido y siguen cumpliendo con su visión y misión y que tienen éxito en el cumplimiento de sus objetivos.

B. El Resumen Ejecutivo

Podríamos decir que este resumen es una de las partes mas valiosas del plan, ya que es lo que normalmente leen los ejecutivos, los que siempre se encuentran muy ocupados y además no están muy motivados para leer gran cantidad de hojas.

Un buen resumen, que sintetice todo, que motive, que explique con objetividad la esencia del negocio, las potenciales ventajas, los servicios y productos a ofrecer, los riesgos que significa poner en marcha el negocio, las condiciones del mercado, la competencia y

sus movimientos, el ámbito regulatorio, un flujo claro de caja, proyecciones de inversiones, el clásico "Break Point" o momento donde se asegura percibir ganancias.

El "Resumen Ejecutivo", que no debería ocupar más de dos páginas, es la primera sección del plan, el mismo que se debería hacer al finalizar la confección del mismo y en el que debe figurar el resumen de todo lo que es significativo.

Este resumen, es el que debería dar la visión general del negocio y motivar a los que lo leen, a profundizar en la lectura de todo el plan.

Resumen Ejecutivo

A continuación presentamos las 10 principales preguntas que deberían quedar contestadas en este resumen:

1. ¿Cuál es el modelo del negocio - productos o servicios ofrecidos?
2. ¿Cuál es el poder diferenciador del negocio?
3. ¿Cuál es la verdadera competencia?
4. ¿A quiénes va dirigido este proyecto o negocio?
5. ¿Qué experiencia tienen en el mercado los directivos que lo van a operar?
6. ¿Quiénes son sus clientes actuales y potenciales cuál es el tamaño del mercado?
7. ¿Cuáles van a ser los principales hitos en la vida del proyecto?
8. ¿Cuáles son las actividades críticas del proyecto?
9. ¿Cuál es la estrategia de financiamiento y la valuación del negocio?
10. ¿Cuál va a ser la organización y personal para el arranque del proyecto?

PLAN DE NEGOCIOS

Componentes básicos
Contenido del Plan

Resumen Ejecutivo

- 
- I.** Introducción
 - II.** Objetivos del Plan
 - III.** Metodología a seguir
 - IV.** El Modelo de Negocio
 - Productos y Servicios
 - El poder diferenciador - Condiciones del mercado
 - La competencia - Riesgos - Análisis FODA (SWOT)
 - Actuales y potenciales clientes
 - El marco regulador
 - Viabilidad técnica, económica y financiera (KPI)
 - V.** Aspectos Gerenciales/Administrativos
 - Organización - Manuales y Procedimientos
 - La Operación - Detalle de funciones
 - Personal necesario y su relación con el organigrama
 - El Plan detallado (Mini Pert o cronograma de actividades)
 - VI.** Aspectos financieros - Evaluación
 - Situación actual - La sociedad
 - Medida de la Inversión - Gastos recurrentes - Facturación
 - Mediano y largo plazo - Enfoque estratégico y táctico
 - Principales proyecciones
 - El 'Breakeven Point' - (ROI) Tasa interna de retorno
 - VII.** La operación
 - La imagen corporativa
 - Campaña publicitaria - Communication Kit
 - La empresa y los medios
 - VI.** Conclusiones
 - Anexos** Proyecciones - Action Plan - KPI



www.barnews.com



www.miamioportunidad.com



www.top10eb5.com



www.negociosenusalawfirm.com



www.pajorone.com



www.mazzonione.com



www.camacol.org

7536 W Treasure Dr
North Bay Village, FL 33141
Tels: 305-867-1661 / 305-803-2226
barletta@barnews.com