

PLAN DE NEGOCIOS

Lic. Juan Dávila Medina

**“ El que no piensa y actúa antes de planificar termina por
arrepentirse”**

INTRODUCCION

¿Que es la administración?

Este concepto se puede definir de muchas formas, según diversos autores pero uno de los que mas se acerca a lo que estudiaremos seria el siguiente:

“Es el proceso de Proveer, planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar el trabajo de los elementos de la Organización y de utilizar los recursos disponibles para lograr los objetivos pre establecidos”

La Administración es un proceso y como tal tiene elementos, cuales serán estos elementos?



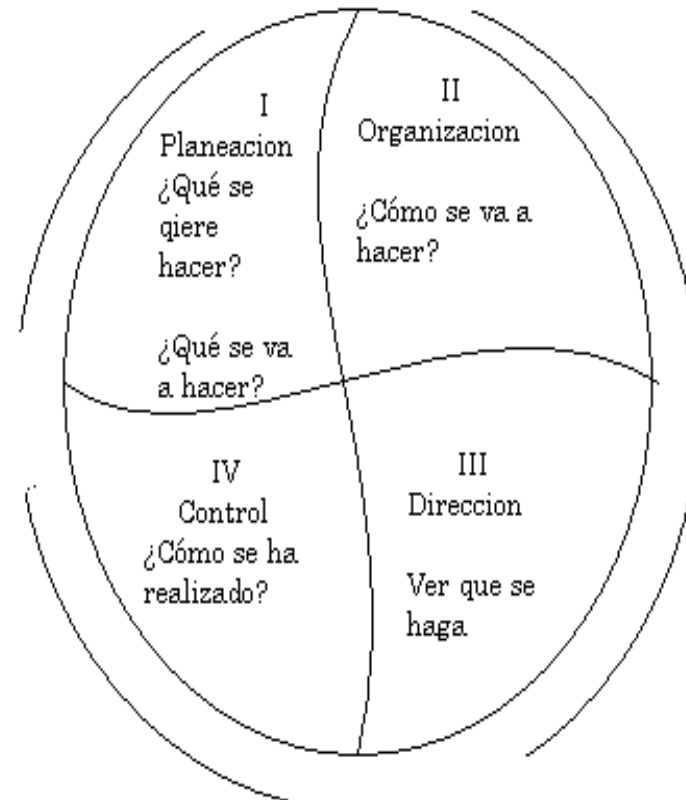
Plan de Negocios

1. PLANEACION

2. ORGANIZACIÓN

3. DIRECCION

4. CONTROL



Plan de Negocios

Razones para no hacer una planeación!!!!

“...esta es una empresa muy pequeña, realmente no creo que se necesite planear...”

“...no tengo tiempo para sentarme a planear, lo que importa es arrancar de inmediato y vender...”

“...no se cómo hacerlo, es muy complicado



Plan de Negocios

“...el éxito en las empresas es cosa de suerte

“...yo no planeo porque, de cualquier forma, yo no puedo controlar lo que pasa afuera...”

“Conozco gente que tiene buenas empresas, tienen mucha clientela, y hasta han puesto más sucursales; ninguno de ellos planeó, simplemente son muy emprendedores”.

“...la planeación es pura pérdida de tiempo...”



Plan de Negocios

1.- Concepto.-

¿ Iniciaría usted un viaje , sin antes haberlo planeado ?. Si , No .

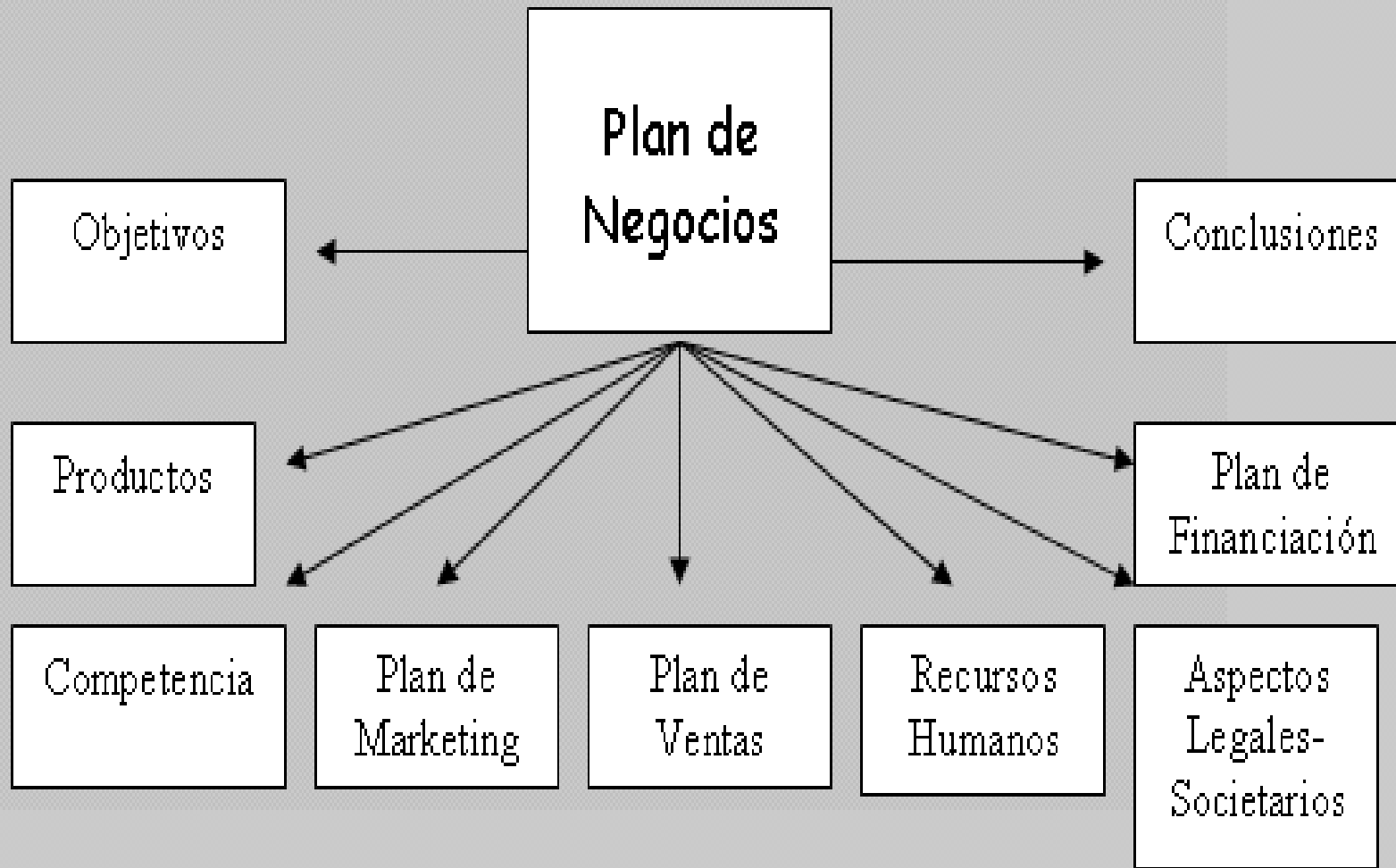
Pues el Plan de Negocios es su equivalente , se define pues como un mapa que describe la trayectoria de la empresa o negocio, en tres tiempos:

- a.-Pasado, a manera de introducción;
- b.-Presente: con las especificaciones de la situación al momento;
- c.-Futuro: con las proyecciones de metas y objetivos.

En forma ordenada y sistemática, este documento detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa.

Entonces, escribir el plan de negocios es muy importante ya que representa el camino hacia el éxito, permitiendo determinar anticipadamente dónde se encuentra la empresa, a dónde quiere llegar y cuánto falta para llegar a la meta fijada.

Plan de Negocios



Plan de Negocios

2.-¿Para que sirve el Plan de Negocios?

Un Plan de Negocios generalmente pensamos que sólo nos sirve para la búsqueda de financiamiento pero no es totalmente cierto.

El primer objetivo de un Plan de Negocios debe ser el de definir de manera precisa y objetiva la factibilidad del proyecto o empresa y debe ser consultado y actualizado constantemente para no perder la orientación del negocio.

También puede utilizarse para:

- a.-Redefinir la orientación del curso de acción
- b.-Respaldar una solicitud de crédito
- c.-Buscar inversionistas o nuevos socios
- d.-Presentar una oferta de compraventa

El Plan de Negocios debe ser consultado y actualizado constantemente para no perder la orientación del negocio.

De no hacerlo, usted corre el riesgo de no darse cuenta que el negocio no está caminando como debiera y posiblemente no pueda corregir a tiempo algunos puntos que requieran ajuste.

Si periódicamente se revisa y actualiza el Plan, los ajustes pueden darse casi al instante sin ver afectado su negocio.

Plan de Negocios

3.- Partes de un Plan de Negocios

De manera genérica podemos decir que existen 3 partes en el Plan de Negocios :

- a)Propuesta de Negocio.
- b)Plan de Marketing.
- c)Plan Operativo.
- d)Plan Financiero.

No existe un único modelo de Plan de Negocios ya que se puede hacer de muchas maneras.

Se debe señalar que, a pesar que es preferible desarrollar todo el contenido del Plan de Negocios, no es necesario terminarlo para empezar las operaciones de la empresa.

Plan de Negocios

Pero en rasgos generales desarrollaremos en forma practica un Plan de Negocios orientado a una empresa proveedora de servicios de Internet (para nuestro objetivo la CABINA Es por esto que dentro de este índice marcaremos con una estrella (*) los puntos que consideramos indispensables para dar inicio al negocio y con un medio circulo (-) los puntos que consideramos pueden ser desarrollados durante los primeros meses de funcionamiento.

El resto de los puntos que no estén marcados, podrán ser elaborados durante el primer año ya que todo el Plan es necesario para mantener un orden dentro del mismo.

I. Resumen Ejecutivo

II. Descripción del negocio

- 2.1 Historia de la empresa. (-)
- 2.2 Objetivos de la empresa (*)
- 2.3 Descripción de los servicios ofrecidos (*)
- 2.4 Localización del negocio (*)
- 2.5 Descripción de las operaciones (*)
- 2.6 Composición y Organización de la empresa.

Plan de Negocios

III. Análisis del mercado

3.1 Perfil del mercado (*)

3.2 Perfil del cliente (*)

IV. Plan de marketing

4.1 Análisis de la competencia (*)

4.2 Estrategia de precios (*)

4.3 Promoción y publicidad (-)

V. Requerimiento de TIC (*)

VI. Identificación de posibles riesgos (-)

VII. Plan económico-financiero

7.1 Determinación de la inversión
inicial necesaria (*)

7.2 Situación Financiera (-)



Plan de Negocios

I.- Resumen Ejecutivo

En el Resumen Ejecutivo se hace un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación.

Es lo primero que lee el receptor del proyecto, y quizás, por falta de tiempo, lo único; así que es muy importante que sea claro y preciso.

Si bien éste se ubica al comienzo del plan, es conveniente realizarlo al final, después de haber analizado todos los puntos. Su extensión es clave: no más de dos páginas .



Plan de Negocios

El objetivo de este resumen es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que todo el plan contiene, por lo que se debe prestar especial atención a su redacción y presentación.

En conclusión, un resumen ejecutivo debe contener, sin falta, los siguientes puntos:

- ¿Quién: descripción del propietario y administrador de la cabina ?
- ¿Qué: idea de negocio ? - ¿Cómo: plan de implementación ?
- ¿Cuánto: inversión requerida ? - ¿A quién: público objetivo ?
- Análisis FODA (Fortalezas , oportunidades, debilidades y amenazas) ,: valoración global del proyecto, con aspectos más innovadores y objetivos
- Servicios: diferenciación respecto a la competencia
- Estado de desarrollo del negocio



Plan de Negocios

Factores internos	Factores externos
<u>Fortalezas</u> <ul style="list-style-type: none">• Variedad en la gama ofertada de servicios y posibilidad de disponer de varios simultáneamente.• Conocimiento del mercado.• Excelente relación con los usuarios.	<u>Oportunidades</u> <ul style="list-style-type: none">• Período de relativo crecimiento económico.• Estabilidad política.• Demanda en la mayoría de los casos en situaciones de urgencia, lo que conlleva una decisión rápida sin muchas comparaciones.
<u>Debilidades</u> <ul style="list-style-type: none">• Precio similar al de todas las empresas del sector y por lo tanto, escasa competencia en cuanto a esta variable.• Inexperiencia del propietario o administrador en el mercado.• Posición financiera inestable	<u>Oportunidades</u> <ul style="list-style-type: none">• Posible entrada de nuevas empresas en el sector aumentado así la oferta y la competencia.• Falta de integración de las empresas de este tipo.• El ir dirigida a un sector de la población, no a todos

Plan de Negocios

II.- DESCRIPCION DEL NEGOCIO

¿Qué hace mi negocio?

Historia de la Empresa → ¿Cómo y cuando se inicio mi negocio?

¿Mi Negocio ha crecido desde que se inicio?

Ejemplo : La Cabina tendrá la siguiente descripción de negocio “ La Cabina Don pepe se inicio en el 2008, la idea nació cuando el propietario, al necesitar de una cabina de internet para culminar unos trabajos, personales, no tuvo la facilidad de acceder a uno cerca de su domicilio, en ese momento le pareció buen negocio instalar una cabina de internet para cubrir las necesidades de conexión a internet no cubiertas en su zona, esta registrada como una empresa EIRL y su dueño hace las veces de administrador. “

Plan de Negocios

Objetivos de la empresa ->> Cuantifique estos objetivos utilizando valores numéricos, como por ejemplo cuánto pretende ganar y qué volumen de ingresos necesita para lograr este objetivo dentro de un periodo de tiempo.

Descripción de servicios ->> ¿Mi servicio ha mejorado desde que empezaron las operaciones?

ala ¿Qué es lo que hace diferente a mi servicio frente a la competencia?

Localización del negocio ->> ¿Dónde se localiza la cabina?

¿Existe espacio suficiente para ampliar el negocio?

¿El local es propio o alquilado?

¿Existen otras cabinas en los alrededores?

¿Qué otros negocios hay cerca?

Plan de Negocios

En muchos casos, se suele ubicar el negocio en algún local familiar por lo que no existe ningún estudio previo para decidir la ubicación del local.

Sería ideal tomar esa decisión en función a los objetivos que el empresario se ha planteado, relacionados con el público al que piensa dirigirse.

Descripción de las operaciones ->> ¿Cuál es el horario de atención?

¿El horario de atención cubre las necesidades de los clientes?

¿Cuántos empleados se necesitan?

Por ejemplo: “...el horario de atención de la cabina “ Don Pepe “ es de 8AM a 12AM

de lunes a domingo y no cuenta con empleados, ya que las únicas personas que trabajan en ella son el administrador y su asistente, los dos propietarios del negocio...”

Plan de Negocios

Composición y Organización ->> ¿Quién es el encargado de la administración de mi cabina? Por qué?

¿Cuál es la formación y la experiencia profesional del dueño y del administrador?

Se recomienda que el dueño sea también el administrador y que tenga conocimientos o interés por desarrollar mejor sus capacidades gerenciales o, en todo caso, que el administrador sea alguien de confianza que comparta las mismas inquietudes.



Plan de Negocios

III.- ANALISIS DEL MERCADO

El análisis del mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son y qué quieren los consumidores). Esto permitirá ofrecer nuevos productos y servicios o mejorar los que ya se brinden, de acuerdo con las exigencias del público objetivo. (nuestra víctima , en otras palabras.)

Se recomienda no ofrecer un servicio sin conocer a profundidad el mercado por lo que, antes de decidir poner en marcha un negocio, el gestor del mismo debe tener claro cómo se desarrolla el mercado. Luego, al momento de elaborar el Plan de Negocios, se puede optar por plasmar dentro del mismo las ideas recogidas durante la investigación.



Plan de Negocios

Perfil del mercado ->>

¿Cuántos clientes entran a mi cabina por día?

¿Cuáles son los horarios punta?

¿Cuál es el potencial crecimiento del mercado?

Como mencionáramos en el párrafo anterior, el análisis de mercado nos permite conocer la oferta y demanda de nuestro servicio, por este motivo, es necesario analizar a la competencia y al sector.

Análisis de la competencia ->> ¿Tiene identificado cuántas cabinas hay por la zona?

¿Qué servicios ofrecen mis competidores? ¿Y a qué público se dirigen?

¿De qué manera mis servicios son mejores al de mis competidores?

Plan de Negocios

Para la cabina” Don Pepe “:

“...el mercado para la cabina ” Don Pepe “: se compone de aquellas personas que visitan la cabina para realizar actividades de conectividad principalmente, entre las que podemos mencionar el Chat, juegos, navegación, entre otros. Otra parte del mercado pero de menor importancia está compuesto por personas que solicitan servicios de llamadas internacionales, scaneo, tpeo e impresión de trabajos escolares y universitarios.

La demanda del servicio de llamadas al exterior era muy alta al inicio de las actividades pero desde que Telefónica del Perú y otras empresas del sector lanzaron sus campañas de telefonía, el negocio de las llamadas al exterior se vio afectado de sobremanera...”

Plan de Negocios

Perfil del cliente ->>

Usted debe conocer perfectamente las características y el perfil de cada uno de sus clientes para poder ofrecerles realmente lo que necesitan. Posibles preguntas que usted se podría hacer son las siguientes: ¿Cuál es la edad, sexo, profesión, ocupación, intereses, expectativas (entre otros datos) de mis clientes? ¿Hay varios tipos de cliente?



Plan de Negocios

Existen varios criterios no excluyentes para fijar el precio de los servicios ofrecidos:

- Costos en los que la cabina ha incurrido.
- Precio de la competencia (es el más utilizado).
- Valor del mercado que el consumidor le da al servicio.

Antes de decidir qué criterio se va a utilizar para fijar el precio, se debe tener en cuenta los objetivos de la cabina y las características del mercado objetivo.



Plan de Negocios

IV.- PLAN DE MARKETING

El Plan de marketing debe incluir un análisis de posibles estrategias para lo que podría ser útil hacer un estudio de las estrategias que sus competidores utilizan. Además, usted debe tener claro qué estrategia de precios piensa seguir. Para ello, sería útil formularse las siguientes preguntas:

Estrategia de precios ->> ¿Cómo pienso fijar los precios de cada servicio ofrecido en mi cabina?

¿Podría añadir valor sin aumentar el costo siendo atento con mis clientes?

¿Cuáles son los precios que ofrecen mis competidores?

Plan de Negocios

Algunas estrategias de precios que muchas cabinas siguen son las de empaquetar servicios llamados muchas veces “combos” y las de ofrecer precios especiales si el

usuario utiliza los servicios por tiempos mayores a 1 hora como por ejemplo: “5 horas por 8 soles”.

Siguiendo con el tema de las cabinas, es necesario conocer algunos errores frecuentes: -

- No analizar los objetivos de la cabina
- No calcular bien los costos
- No conseguir info

e la competencia



Plan de Negocios

Promoción y publicidad ->> ¿Cómo atraigo y conservo a mis clientes?

¿Cómo puede expandir mi cabina?

¿Cómo haré publicidad a mi cabina?

Es importante que usted se fije en los negocios que existen alrededor de la cabina

(colegios, institutos, hoteles, otros negocios de algún sector específico, etc.) para poder establecer promociones “personalizadas” para cada público.

Una manera de atraer público puede ser ofreciendo “combos” pero es muy importante saber a qué público nos estamos dirigiendo.

Esta estrategia podría servir para las cabinas que están ubicadas cerca de algún centro de estudios.

Para promocionar la cabina usted puede establecer acuerdos con los colegios u hoteles de la zona haciendo que estos promocionen sus servicios con sus alumnos o huéspedes según sea el caso, ya sea a través de volantes como por un aviso publicado en estos establecimientos .

Plan de Negocios

Pasos a seguir:

1. Definir a quiénes va dirigido mi servicio
2. Escoger el medio para realizar la promoción
3. Establecer el presupuesto para realizar esa promoción

Errores frecuentes:

- No indicar a quién va dirigido mi servicio
- No utilizar los medios apropiados para llegar al usuario
- Creer que se necesita mucho dinero para promocionar un producto



Plan de Negocios

PLAN DE MARKETING



Plan de Negocios

V.- REQUERIMIENTOS ESPECIALES .

Para nuestro ejemplo: REQUERIMIENTO DE TIC (tecnologías de comunicación),
En esta parte usted debe indicar la tecnología que va a requerir para desarrollar su cabina, especificando todo lo que pueda en cuanto a modelos, marcas, prestaciones y precios en el mercado.

Tenga en cuenta que esto incluye tanto el hardware como el software y, sobre todo, no olvide que la mayoría de fabricantes vende las licencias de uso del software basándose en diferentes conceptos, como el número de usuarios que van a utilizar el programa.

El software a adquirir también depende del servicio que se piense ofrecer ya que si el sector al que la cabina se va a dirigir es, por poner un ejemplo, los niños que solicitan juegos en red, no es necesario comprar licencias de MS Office.

Plan de Negocios

De todas maneras, todas las cabinas suelen ofrecer servicios de tipeo por lo que por lo menos dos PC debe contar con software de oficina y para eso, el empresario debe adquirir una licencia; optar por otra opción mucho más económica es la de adquirir software “alternativos” con bajo o ningún costo como los software libres (Ej. Open Office de Linux que es bastante compatible con MS Office).

Las PC's que el empresario decida adquirir deben contar OBLIGATORIAMENTE con

software Antivirus para no correr riesgos de infección, lo que es sumamente peligroso. Para esto se pueden adquirir licencias que existen en muchas marcas

Plan de Negocios

VI.- RIESGOS

Continuando con nuestro ejemplo de la cabina . Los únicos riesgos que consideramos importantes son la excesiva competencia y las ordenanzas Municipales que pueden aparecer.

Por el lado de la competencia que puede surgir de un momento a otro en la zona donde está ubicada su cabina, a pesar de no haber estado presente cuando usted decidió comenzar en este negocio. Tiene que tener en cuenta este riesgo latente para no ser sorprendido y para buscar permanentemente innovar y diferenciar los productos y servicios ofrecidos por la competencia.

Por el lado de las Ordenanzas municipales, ante el incremento de establecimientos de cabinas con acceso a Internet. Existe una disposición legal que restringe el acceso de menores de edad a páginas web pornográficas en cabinas de Internet.

Plan de Negocios

VII.- PLAN ECONOMICO FINANCIERO

Todos tenemos que planificar nuestros ingresos y egresos y para lograrlo debemos hacer presupuestos.

Si prestamos atención, hacemos presupuestos a lo largo de nuestra vida, para el día a día o para los negocios.

Hacer un presupuesto quiere decir calcular con anticipación a qué vamos a destinar nuestro dinero y es útil porque nos permite administrar nuestros recursos y no excedernos en nuestros gastos.

Es importante para cualquier negocio contar con información contable para un mejor manejo y control del mismo.

Para comenzar un buen Plan económico-financiero, usted debe seguir los siguientes

pasos :

- a.- Identificar los egresos o costos en los que se va a incurrir mensualmente
- b.- Identificar los ingresos por ventas que deben entrar a la cabina

Plan de Negocios

c.-Elaborar un cuadro con los datos obtenidos sobre ingresos y egresos mensuales y de ahí anuales .

Para elaborar un presupuesto, tiene que considerar todos los ingresos y egresos de su negocio por los que, a continuación, le presentamos algunos de los ingresos

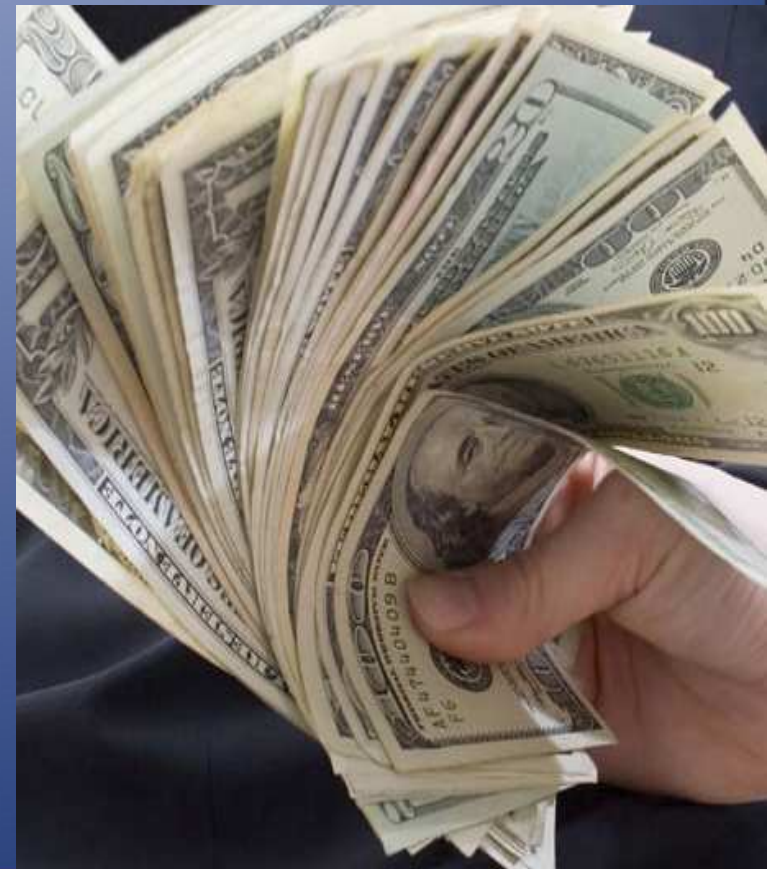
Ingresos ->>Precio x 1 hora de conexión a Internet

Precio por 1 hoja impresa

Precio por 1 hoja escaneada

Precio por 1 hoja enviada por fax

Precio por 1 hoja tipeada



Plan de Negocios

Dentro de los Egresos debemos considerar todos aquellos gastos en los que el empresario incurre para poner en marcha la cabina. Entre los Egresos que debemos considerar están los siguientes:

Egresos ->>

Alquiler del local (de tratarse de un local alquilado)

Conexión a Internet

Agua

Luz

Pago al personal

Obligaciones Tributarias

Mantenimiento de los equipos

Licencias de software

Licencia de funcionamiento



Plan de Negocios

Para realizar el presupuesto de Ingresos y Egresos podría guiarse del siguiente cuadro donde debe plasmar toda la información recogida, teniendo en cuenta que este cuadro es un modelo y que variará en función a los ingresos y gastos que usted haya identificado.

	S/.
Ingreso por ventas	
- Costo de ventas	
= Utilidad Bruta	
- Gastos Administrativos	
- Gastos de Ventas	
= Utilidad de Operación	
- Gastos Financieros	
+ Ingresos Financieros	
= Utilidad antes de impuestos	
- Impuestos	
= Utilidad Neta	

Plan de Negocios

EJEMPLO DE COMO DETERMINAR LA INVERSION INICIAL

¿Cuál es la Inversión inicial que voy a tener que hacer?

Determinación de la inversión inicial ->>

¿Cuáles son las inversiones iniciales que la empresa ha tenido que hacer para poner en marcha la cabina?



Plan de Negocios

DETERMINACION DE LA INVERSION INICIAL			
EJEMPLO CABINA DE INTERNET			
	DETALLES	COSTO X UNID	TOTAL US \$
12	Computadoras Inc. Licencia Windows	650	7800.00
1	Impresora /Telefono /Fax	200	200.00
1	Scanner	100	100.00
1	Quemadores	90	90.00
2	Camaras	50	100.00
2	Tarjetas e Video	80	160.00
12	Modulos/12 sillas	60	720.00
1	Conexión a Internet	172.41	172.41
1	Remodelacion de Local	1000	1000.00
1	Cableado Instalacion de Red	200	200.00
1	Seguridad/rejas/cerco	1091.95	1091.95
4	Ventiladores	28.74	114.96
12	Licencias Office 2000	185	2220.00
6	Licencias Mc Caffee Antivirus	50	300.00
6	Licencias Antivirus Hakers	44	264.00
1	Licencia de Funcionamiento	57.47	57.47
1	Publicidad	114.94	114.94
			\$14,705.73

Plan de Negocios

Bibliografía Usada :

- 1.-Informes y apuntes propios de las materias [Investigación de Mercados](#), Tópicos Selectos, [Ingeniería](#) Económica, Preparación y [Evaluación de Proyectos](#), [Mercadotecnia](#) y Gestión Estratégica de Empresas.
- 2.-"*Planificación con Visión Estratégica*". Hax Majlut.
- 3.-"*Concepto de [administración Estratégica](#)*" Thompson, Strickland.
- 4.-"*administración Estrategica* " Fred R. David.
- 5.-"*Mercadotecnia*" Philip Votler-Kinean [Taylor](#).
- 6.-Ejemplo de Plan de Negocios WIDGET CORPORATION-*James Jones*
- 7.-Plan de Negocios Lic. Ricardo Candela casas

Plan de Negocios

Expositor : Lic. Juan Dávila Medina

Email : juandavilam@gmail.com

Teléf.. : 991212811

¡¡GRACIAS!!

