

Plan de Negocios

Planeando para triunfar: crea tu plan de negocio

¿Qué es exactamente un plan de negocio? Un plan de negocio es similar a un plano de un edificio, es decir, un documento (en este caso escrito) en donde de manera detallada se describe la forma en la que un proyecto de negocio debe de ser llevado a cabo. En el caso del plano de un edificio se detalla de forma gráfica la estructura del mismo, las instalaciones con las que contará, la manera en la que será construido y como se verá cuando esté listo. En el caso del plan de negocio, hablamos de un documento en el cual se pretende detallar la estructura de una empresa, la forma que deberá tener, cuanto costará (presupuestos de apertura, de operación, de publicidad, etcétera) y los alcances de la misma (misión, visión y objetivos).

Elementos que integran un plan de negocio

Existen diversos elementos que integran un plan de negocio, muchos de ellos particulares al negocio en cuestión. Sin embargo, he aquí los más comunes:

Planeación

En la planeación se describe la idea del negocio, el nombre del mismo, la historia del giro, una breve descripción de la empresa y los productos que comercializará la empresa. Aquí se intenta contestar a las preguntas: ¿A qué se dedicará el negocio? ¿Qué productos o servicios producirá?

Comercialización

Posteriormente viene la fase de mercadotecnia, en donde se analizará el mercado al que se dirigirán los productos (mercado meta) y se definirá la estrategia para llegar a ellos (plan de mercadotecnia). En esta fase se incluyen los "estudios de mercado", que consisten en ejecutar una investigación cuidadosa para determinar la viabilidad comercial del proyecto.

Cabe mencionar que es muy peligroso suponer que se tendrá éxito porque "uno ya conoce el mercado". Siempre hay variables no contempladas que pueden influir en la viabilidad del proyecto: economía, competencia, fertilidad de mercado, perspectivas de crecimiento, etcétera. Un estudio de mercado, al ser realizado por un profesional en la materia, minimizará el riesgo de no contemplar algunas de estas variables.

El plan de mercadotecnia detallará los objetivos, las estrategias y las actividades necesarias para ejecutar la comercialización así como su costo aproximado. En el se detallarán los pasos a seguir para lanzar los productos al mercado, los medios que se utilizarán, los canales de distribución, el precio de los productos, etcétera. Podría decirse que este plan de mercadotecnia es la columna vertebral del negocio, ya que si este falla, se corre el riesgo de quebrar por falta de flujo.

Operación

En esta sección se define los recursos humanos necesarios para operar el negocio (estructura organizacional) así como las técnicas para producir los bienes y servicios y las políticas administrativas.

En la estructura organizacional se definirá quién dirigirá la empresa, el número de empleados que se requerirán y su jerarquía, el tipo de trabajo que realizarán, la estructura de pagos y las competencias con que deben contar.

En la sección de producción se deben contemplar: proveedores clave, las existencias mínimas (en caso de comercializar productos físicos), las fechas mínimas de entrega y los elementos necesarios para realizar la distribución: fletes, embalaje, etcétera (en caso de que aplique).

En cuanto a la administración deberá definirse: políticas crediticias, manejo de acreedores, gestión de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar, políticas de descuentos, así como los gastos de apertura y el plan financiero, es decir, la proyección de ventas, el flujo de caja, la rentabilidad y el punto de equilibrio. Además, si no eres el único inversionista, deberás describir como piensas obtener los fondos.

El resumen ejecutivo

Esta sección, normalmente de una sola página, se resume la información más relevante de todo el proyecto: la idea del proyecto, la inversión requerida, el mercado objetivo, como se diferencian los bienes o servicios que se ofrecerán a los de la competencia, etcétera. Esta sección es particularmente útil para captar la atención de inversionistas que revisan cientos de proyectos. Consejo: Escribe esta página al final, porque será hasta este punto que tendrá toda la información necesaria.

Importancia del plan de negocio

La importancia real de desarrollar un plan de negocio no reside en el documento final; en realidad estriba en el ejercicio de investigar, pensar y planear para todos los posibles factores internos y externos que incidirán en el negocio. Este ejercicio puede prevenir resultados inesperados e inclusive funestos para el nuevo emprendimiento.

Es evidente que el plan de negocio no es una tarea sencilla, aunque su realización en muchas ocasiones no toma más de par de meses. Muchas de las veces, las personas que emprenden un negocio creen tener toda la información en la cabeza, pero esto es equivalente a tener un nuevo rompecabezas dentro de su caja cerrada. Es cierto que se tiene la imagen completa, pero si decidimos concretar la imagen y colgarla en la pared, será necesario abrir la caja y ensamblar pieza por pieza, hasta que el panorama quede totalmente detallado.

Las grandes empresas que se dedican a *franquiciar* sus negocios (y que son realmente exitosas) conocen al detalle cada una de las piezas que lo conforman, y por ende, controlan cada uno de sus procesos. Esto no significa que no se presenten imprevistos, pero estos ocurren con menos frecuencia.

Así que antes de emprender, realiza tu plan de negocio con la asistencia de un profesional en la materia. Recuerda lo que dicta el dicho popular: "El que fracasa al planear... planea fracasar."

Fausto Bañuelos es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad la Salle y ha colaborado con compañías como Costco y Disney entre otras. Actualmente se desempeña como empresario en el área de la construcción.