

10 reglas para hacer un buen Plan de Empresa

Antes de iniciar cualquier aventura empresarial es más que recomendable elaborar un plan de negocio, donde reflejar claramente y por escrito los distintos aspectos de nuestra actividad. No hay que escatimar tiempo en su realización, ni dejarse nada en el tintero. De él dependerá que el negocio siga adelante. Así que, atento a las reglas que todo plan debe seguir.

1.- Haz tu primera inversión en una buena estructuración del plan

El tiempo que se emplea en el desarrollo de este documento debe entenderse como la primera y más importante inversión que se va a hacer como empresa. Es más, la empresa comienza su andadura real en el momento en que se desarrollan por escrito las ideas que teníamos en mente, hay que hacerlo de forma estructurada; se trata de exponer sobre qué responsabilidades vamos a asumir, qué gastos son necesarios, qué beneficios podemos conseguir, qué compromiso adquiere cada socio en la empresa, etc. El plan de negocio en sí mismo puede ser considerado como una herramienta de marketing y nos servirá de presentación para **conseguir financiación**, ya que los posibles inversores necesitan conocer la viabilidad del proyecto.

2.- Una presentación con cara y ojos

En definitiva, el plan de negocio debe recoger todas las claves y previsiones de la actividad presencial pero escrito de una forma sencilla, ya que va dirigido al propio emprendedor. Si hubiera que hacerlo a terceras personas, se puede optar también por una presentación multimedia. El documento debe comenzar con la presentación de la empresa o resumen del proyecto y una presentación de los promotores a modo de currículum de quién es cada uno de los empresarios. En todo caso, lo que debe quedar claro es la idea de negocio, la evolución del proyecto: sus orígenes y estado actual, su valoración con puntos fuertes y débiles. A la hora de tener un formato, casi todos siguen unas reglas comunes: un dossier principal breve, con un resumen corto sobre las conclusiones del estudio de mercado, comentarios relacionados con los estudios financieros y una exposición de los datos técnicos; y un resumen obligatorio de una o dos páginas donde se expone de una forma más atractiva una síntesis de todos los aspectos del proyecto.

3.- Define el producto

Puede parecer una obviedad, pero hay que analizar de forma detallada el producto que se quiere ofrecer, explicando en qué se diferencia de lo que ya existe en el mercado. Este aspecto es muy importante; no hay que olvidar enumerar las ventajas, cualidades técnicas, económicas y comerciales del producto y un estudio del mercado al que va dirigido. Lo interesante sería preguntarse: **qué necesidades cubre y cuál será su público objetivo**. En un mercado actual tan competitivo hay que ser originales a la hora de buscar una idea, pero también en el momento de exponerla.

4.- No te olvides de la competencia

En esta misma línea no hay que olvidar analizar: qué competidores existen, cómo trabajan y cómo venden, cuál es su mercado; y a raíz de ahí tratar de averiguar **qué ventajas e inconvenientes va a presentar nuestra empresa con respecto a ellos**. Es importante dedicar un apartado a las barreras que nos podemos encontrar a la hora de entrar, para tratar de poner soluciones. Las más comunes son las relacionadas con las economías de escala. Los costes de fabricación disminuyen a medida que aumenta la producción debido a la existencia de costes fijos elevados. Esto aventaja a las empresas ya consolidadas en el sector; sectores que requieren gran capital y dificultades para acceder a los canales de distribución.

5.- Cuenta con un buen plan de marketing

Basta con seguir una serie de pasos para despertar el interés del público por comprar. Ese es el objetivo que persigue un buen plan de marketing. Hay que estudiar las variables comerciales del proyecto: **el producto, precio, distribución y comunicación**. De esto se encarga el plan de marketing que debe estar adecuado a la estrategia global de la empresa, debe ser cualificable, revisable y, sobre todo, práctico, y debe contener metas alcanzables. Las ventajas de tener un

buen plan de marketing es que sirve de conexión entre los distintos departamentos de la empresa y ayuda a detectar nuevas oportunidades de negocio. El plan de marketing debe estar basado en un estudio de mercado. En él se establecen las políticas adecuadas para introducir en el mercado un producto o servicio y se explica cómo se espera que evolucione. Existen distintos modelos desde el marketing mix, que engloba el estudio de variables como el producto, el precio y la distribución, al merchandising.

6.- Se exhaustivo en los procesos de producción y compras

El plan de empresa debe reflejar toda **una planificación de la producción y compras** que explique cómo se van a fabricar los productos que se han de vender y que incluya tanto la selección de proveedores y fijación de las fechas de entrega y de las cantidades a las características técnicas de materias primas y materiales, análisis de sus costes y los controles de calidad; así como la gestión de existencias. Además, de otros aspectos fundamentales de almacenaje y costes. Para realizar esta parte del plan hay que tener en cuenta si existe necesidad de una maquinaria determinada, los costes de fabricación o prestación de servicios, la organización del proceso productivo y la compra de materias primas y productos necesarios.

7.- Preséntate y presenta a tu equipo

¿Quiénes sois? ¿Cuál es vuestra experiencia profesional? ¿Y la experiencia en el sector en el que queréis trabajar? Estas preguntas deben encontrar respuesta en el plan de negocio: hay que presentarse y hacerlo de forma correcta. Deberá quedar patente quiénes son los socios, quiénes los que invierten, el organigrama de la empresa y las funciones de cada uno, así como las responsabilidades que se otorgan y la distribución de tareas. Conocer de antemano el equipo humano con el que contará la empresa es un paso importante para contemplar gastos previsibles y el tiempo que se empleará en la selección y formación de los empleados y cómo evolucionará esa plantilla. Es interesante, dependiendo del tamaño de la empresa, contar con un departamento de recursos humanos y utilizar los servicios de una empresa de selección de personal.

8.- Estudia bien las obligaciones legales, fiscales y laborales

Determinar la forma **jurídica de la empresa** y las **obligaciones fiscales** que debemos atender es un apartado indispensable en el plan de negocio y que debe estar muy bien reseñado. Se supone que antes de decidirse por un sistema jurídico u otro ya se habrá escogido entre las diferentes posibilidades la más conveniente. A la hora de montar una empresa nadie está exento de efectuar toda una serie de trámites fiscales. La relación de la empresa con posibles trabajadores que contrate también debe estar explicada: qué tipo de contratos, duración, expectativas, etc. Además, hay que enumerar los distintos permisos que se precisen obtener para desarrollar la actividad empresarial.

9.- Especifica el sistema de cobro a los clientes. De dónde provendrán los ingresos.

Todos esperan la llegada de este punto: cómo vamos a subsistir, de dónde se obtendrán los ingresos, cómo cobraremos a los clientes. Todos estos aspectos deben ir relacionados con el tipo de actividad que tengamos entre manos, esto quiere decir que no es lo mismo una empresa de artículos de moda que otra de servicios a empresa, la forma de pago es diferente. Lo que debemos indicar siempre es el plazo de cobro a clientes y el plazo de pago a proveedores. El objetivo es no entrar en situaciones críticas, hay que generar los recursos suficientes para atender posibles deudas y recuperar dinero invertido.

10.- Detalla el plan de inversiones

Una vez definido nuestro concepto de negocio, sus objetivos, sector de actuación, expectativas y directrices de trabajo toca adentrarse en el laborioso mundo de las inversiones. Un ámbito fundamental y necesario. Hay que elaborar presupuestos, saber dónde se va a gastar el dinero y cuánto, y estudiar qué tipo de inversiones se van a realizar y de qué modo. En definitiva, averiguar de dónde provienen los recursos financieros con los que la empresa iniciará su actividad: si de dinero o de propiedades y qué hacer con ellas. Es la parte más compleja, si se quiere ver así ya que los presupuestos tienen por objeto expresar en términos económicos el contenido del plan de negocios y sus implicaciones.