

El plan de negocios para tu emprendimiento



- Cómo crear un **plan de negocios** exitoso para tu emprendimiento
- **Paso a paso para un plan** de negocios exitoso
- **Integra un plan** de negocios a tu emprendimiento
- ¿Por qué tu emprendimiento **necesita un plan de negocios?**
- El **plan de negocios que necesita** tu emprendimiento

El plan de negocios para **tu emprendimiento**

Ante una idea de negocio y el inicio de un emprendimiento es importante establecer la estrategia, la propuesta de valor y la estructura administrativa del mismo; de ahí la relevancia de desarrollar el plan de negocios de esa idea.

El plan de negocios es un documento que permite identificar y planificar los objetivos, y validar la idea de negocio. Este documento incluye información detallada sobre su identidad, su forma de funcionar, sus costos, su estrategia de mercadeo y su proyección de crecimiento.

¿Quién debe hacerlo?

No hay mejor recurso para establecer el plan de negocios que la persona emprendedora. Hacer este plan implica trazar un mapa para lograr éxito, crecimiento y sostenibilidad del negocio o actividad que se busca desarrollar.

El plan será una guía que te llevará a donde quieres llegar en el futuro; por ello es necesario hacer varios pasos de manera eficiente. El emprendimiento incluye muchas

actividades: comprar, producir, vender, distribuir, contratar el talento humano, manejar las finanzas, entre otras. Hacer el plan de negocios conlleva dedicación y, en ocasiones, como emprendedor te puedes sentir abrumado o tentado a no seguir, sin embargo, sabemos que puedes hacerlo. Para impulsarte, te dejamos esta guía con recomendaciones y algunos pasos que puedes considerar.



Estructurar un plan de negocios para tu MIPYME es fundamental, ya que esto te aportará los siguientes beneficios:



Aumentarás las posibilidades de alcanzar los objetivos identificados, que deben estar acordes con la visión del negocio.



Identificarás nuevas oportunidades, mercados, proveedores y clientes.



Disminuirás riesgos económicos al gestionar los recursos del negocio que prevengan pérdidas.



Mejorarás la eficiencia y la eficacia operacional.



Conocerás tu sector y las competencias.



Administrarás y potenciarás las competencias de tus colaboradores.

¿Cómo se compone un **plan de negocio?**

Está compuesto por las siguientes secciones:



- ✓ Descripción de la visión, misión y objetivos del emprendimiento o negocio.
- ✓ Conocimiento a profundidad de los productos o servicios a ofrecer y cómo serán producidos.
- ✓ Identificación de los competidores directos e indirectos.
- ✓ Diseño del plan de marketing.
- ✓ Diseño del plan de ventas.
- ✓ Identificación del talento humano.
- ✓ Consideración de aspectos legales.
- ✓ Diseño del plan financiero.



¿Cuáles son las principales ventajas de contar con una **planificación de negocio?**

- ✔ **Es la hoja de ruta de tu estrategia de negocio.** Al desarrollar y ejecutar tu plan aumentarás las probabilidades de alcanzar los objetivos señalados direccionados a la visión.
- ✔ **Identificas nuevas oportunidades.** Con el desarrollo de tu plan de negocio, podrás estar preparado para identificar nuevos mercados, aliados, proveedores y clientes.
- ✔ **Disminuyes riesgos económicos, pues has estudiado con anticipación la viabilidad técnica y económica de tu idea.** Tener claridad de cómo gestionarás los recursos del negocio es clave para alcanzar tanto los ingresos proyectados como aumentar la seguridad y la confianza de los clientes, socios o proveedores, así como mejorar la prevención de pérdidas.
- ✔ **Mejoras la eficiencia y eficacia operacional.** Considera que a mayor proyección de ventas, se debe aumentar la capacidad operativa del negocio para mantener la calidad de la atención a tus clientes.
- ✔ **Conoces tu sector y tu competencia.** Esto aporta en la identificación de valores diferenciales que te permitirán crear oportunidades sobre tus competidores y aumentar tu relevancia en el mercado.
- ✔ **Desarrollas el diseño organizacional del negocio,** esto te permitirá administrar las competencias de tus colaboradores, quienes te acompañarán en la ejecución del plan de negocios.

Detalles a través de esta guía para la **elaboración de tu plan de negocios**

Existen dos formas de desarrollar planes de negocios: tradicionales o ágiles.

Los tradicionales, por ejemplo, son más comunes, utilizan una estructura estándar, llevan más detalles en cada sección, tienden a requerir más trabajo al principio y requieren muchas páginas.

Los planes de negocios ágiles son menos comunes, utilizan una estructura estándar, se concentran en resumir los puntos más importantes, pueden redactarse en solo una hora y requieren una página. Un modelo de plan de negocio ágil que puedes poner en práctica es el de Canva, una metodología ideada por Alexander Osterwalder.

Sin duda, ambos modelos tienen aspectos fundamentales que deben plasmarse en el plan de negocios. En esta guía encontrarás detalles para aplicar, así sea que solo tengas una idea o tu emprendimiento ya esté en marcha.

El plan, entonces, está dividido en secciones correspondientes a los diferentes aspectos de la empresa: ventas, **finanzas**, producción.

Describir la visión, misión y objetivos del emprendimiento o negocio:

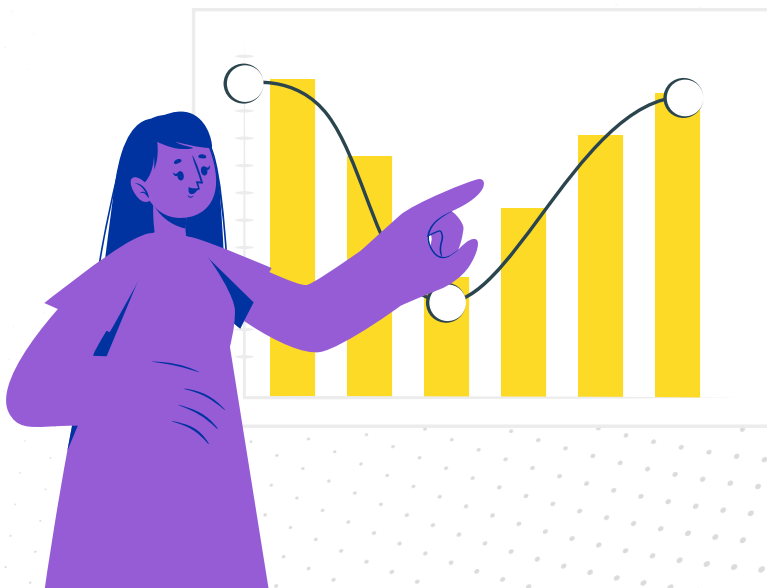
Tu plan de negocios debe incluir declaraciones de visión, misión y valores.

Estos elementos te ayudarán a describir la personalidad de tu empresa, las metas, los socios, los empleados y lo que esperas de tus aliados y proveedores.

La declaración de tu visión debe describir lo que deseas lograr y ofrecer a tus clientes. Tiene que ser breve, corta, fácil de recordar, inspiradora y enfocada en el futuro. Debe ser una guía para el talento humano de tu negocio o futuros colaboradores. La visión debe describir lo que deseas lograr y ofrecer a tus clientes. Una declaración inspiradora basada en tus valores y tu enfoque en el futuro.

Una vez definida, realiza una declaración de misión que defina cómo tu compañía cumplirá su visión. Esta explica lo que ofrece tu empresa, cómo lo hace y para quién lo hace. Capta el valor general de tu producto o servicio. Si tu empresa sigue su misión, logrará su visión. Al redactar este elemento, recuerda hacerlo clara, breve y específicamente, pues deseas que tus clientes entiendan tu propósito y cómo les proporcionarás valor.

Además, debes definir los valores de la compañía, existe una lista de características clave para describirla. Dichos valores explican cómo deseas que tu negocio se vea y cómo esperas que tus colaboradores, clientes, proveedores y aliados se sientan y sean tratados. Asimismo, estos exponen cómo puedes aportar a tu comunidad. Tus propios valores pueden ayudar a definir los de la compañía.



Te compartimos algunas **preguntas que debes considerar** cuando estés desarrollando la visión y la misión de tu negocio:

Visión	Desarrollo	Misión	Desarrollo
¿Qué quiero lograr con mi negocio?		¿Quiénes somos?	
¿Cómo será mi negocio en unos años?		¿Qué hacemos?	
¿Qué ofrece mi negocio a mis clientes?		¿Cuál es nuestra propuesta de valor única en el mercado?	
¿En cuánto tiempo voy a requerir talento humano en mi negocio?		¿Qué diferencia a mi negocio del resto de la competencia?	
¿Cómo es mi ventaja competitiva?		¿Cómo me dirijo a otros clientes y amplío mi zona de actuación?	

.....

.....

.....

.....



Te dejamos, además, algunos otros aspectos claves que debes tomar en cuenta cuando desarrolles la misión y visión.



VISIÓN

- Es clara y entendible.
- Proporciona una declaración fundamental de los valores y metas de la empresa.
- Es atractiva e inspiradora.



MISIÓN

- Expresa el servicio que presta, no el producto que vende.
- Está orientada a las necesidades de la sociedad en general.
- Es ambiciosa pero alcanzable.

Conocer a profundidad los productos o servicios a ofrecer y cómo serán producidos:

Describe tus productos y sus características distintivas sobre otros similares.

Una nueva estrategia de lanzamiento de producto requiere de un proceso de análisis y observación del entorno, en cualquier tipo de negocio o emprendimiento que tengas o estés desarrollando. Motivo por el cual es crucial conocer a profundidad todo lo posible sobre tu mercado objetivo, mientras diseñas y desarrollas un nuevo producto.

Algunas cuestiones clave para considerar en el producto o servicio a ofrecer son:

- ✓ ¿Este producto podría ser parte de los artículos de consumo que incluyes en tu vida?
- ✓ ¿Qué tan complejo es el uso de este producto?
- ✓ ¿La comunicación que acompaña al producto menciona claramente los aspectos diferenciadores y de más relevancia para ti?

- ✓ ¿Las características y funciones del producto son relevantes?
- ✓ ¿Crees que este producto responde a una moda?
- ✓ ¿Has conocido una mejor opción parecida a este producto en la competencia?
- ✓ ¿El producto está completamente desarrollado y funciona en los ámbitos que eligen la mayoría de las personas?
- ✓ ¿Funciona el producto de forma consistente?

Acompañado de este proceso, en el cual identificas a detalle algunas incertidumbres del producto o servicio, no debes descartar conocer a tu competencia en todo el contexto de su negocio. Una vez establecidos los aspectos que quieres analizar, el resultado será más fácil.

Identificar a los competidores directos e indirectos:

Lo primero que debes hacer es identificar a tus competidores, es decir, determinar cuáles son aquellos negocios que se dirigen al mismo segmento de producto o servicio similares. Debes ser capaz de distinguir entre los mejores y puedes aplicar un benchmark para identificar los negocios, así como considerar preguntas relevantes como:

- ¿Quién es mi competencia? Esta pregunta incluye cuántos competidores vas a tener.
.....
.....
- ¿Cuál es el tamaño de la competencia y su fortaleza financiera?
- ¿Cuál es su volumen de ventas?
- ¿Cuál es la calidad del producto o servicio que ofrecen?
- ¿Cuáles son sus estrategias de marketing y ventas?
- ¿Qué medio utiliza para comunicar?
- ¿Cuál es su propuesta de valor?

Del mismo modo, **puedes participar en espacios de networking y debates sobre productos o servicios similares** a los tuyos, además de consultar las redes sociales que ofrecen información digital.





Diseñar el plan de marketing:

El plan de marketing es un documento que guía las acciones estratégicas que deben ser tomadas para alcanzar un determinado objetivo de mercadeo. Ese plan puede ser de la marca, el producto o el servicio de la empresa. Este plan es elaborado a la medida, según la necesidad de cada negocio. No obstante, hay una serie de aspectos que debes considerar al momento de su desarrollo. Así, cada empresa debe confeccionarlo de acuerdo con su industria y su oferta. No obstante, hay información que todos deberían incluir en él, como:

Detalle del negocio	Identificación de aliados estratégicos
Definición general de los objetivos de marketing a alcanzar	Elaboración y selección de las estrategias a llevar a cabo
Descripción del público objetivo	Descripción del público objetivo Cronograma de marketing
Definición del alcance (a donde quieres llegar)	Presupuesto
Desarrollo de un equipo de trabajo	
Realización de un FODA del negocio	



Análisis del FODA

del negocio, ¿qué es?

Es una herramienta que te ayudará a identificar las oportunidades competitivas de mejora y trabajar en ellas, mientras te mantienes a la cabeza de las tendencias del mercado. **Conoce el significado de estas siglas: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.**



Fortalezas

Hacen referencia a las iniciativas internas que funcionan bien. Se podrían comparar con otras iniciativas o con un costado competitivo externo. Al analizar estas áreas puedes entender qué es lo que ya funciona y aplicar esas técnicas en otras que tal vez necesiten un refuerzo extra, como la mejora de la eficiencia del equipo.

Cuando busques las fortalezas de la organización, pregúntate lo siguiente:

¿qué es lo que hacemos bien? ¿Qué hace que nuestra empresa sea especial? ¿Qué es lo que le gusta de nuestra organización a la audiencia objetivo?

A continuación, te presentamos un ejemplo de una fortaleza que te ayudará a empezar:

Servicio de atención al cliente:

tiene un alto puntaje de lealtad de los clientes, que lo convierte en uno de los mejores del mundo en comparación con la competencia.

Debilidades

Se refieren a las iniciativas internas que no funcionan como es debido. Es una buena idea analizar las fortalezas antes que las debilidades, con el fin de generar referencias de lo que significa el éxito y el fracaso. La identificación de las debilidades internas ofrece un punto de partida desde el cual se pueden mejorar los proyectos.

Del mismo modo en que examinas las fortalezas, puedes hacerte diferentes preguntas para identificar las debilidades:

¿qué iniciativas no funcionan bien y por qué? ¿Qué se podría mejorar? ¿Qué recursos podrían favorecer el rendimiento?

Aquí te mostramos un ejemplo de debilidad:

Visibilidad en comercio electrónico:

debido a la falta de presupuesto para marketing, la visibilidad de nuestro sitio web es muy baja, por lo que la cantidad de transacciones en la aplicación móvil sigue disminuyendo.

Oportunidades

Son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto con cualquier iniciativa externa. Las oportunidades te colocarán en una posición competitiva más sólida y podrían ser cualquier cosa: debilidades que quisieras mejorar o áreas que no has identificado en las primeras dos etapas del análisis.

Como hay muchas maneras de que se te ocurran oportunidades, es útil considerar las siguientes cuestiones antes de empezar: ¿qué recursos podemos usar para mejorar las áreas en las que tenemos debilidades? ¿Hay brechas de mercado en nuestros servicios? ¿Cuáles son nuestras metas para este año?

Aquí te mostramos un ejemplo de una oportunidad originada a partir de las fortalezas y debilidades anteriores:

Campaña de marketing: para mejorar la visibilidad en comercio electrónico de la empresa, haremos campañas publicitarias en YouTube, Facebook e Instagram.

Amenazas

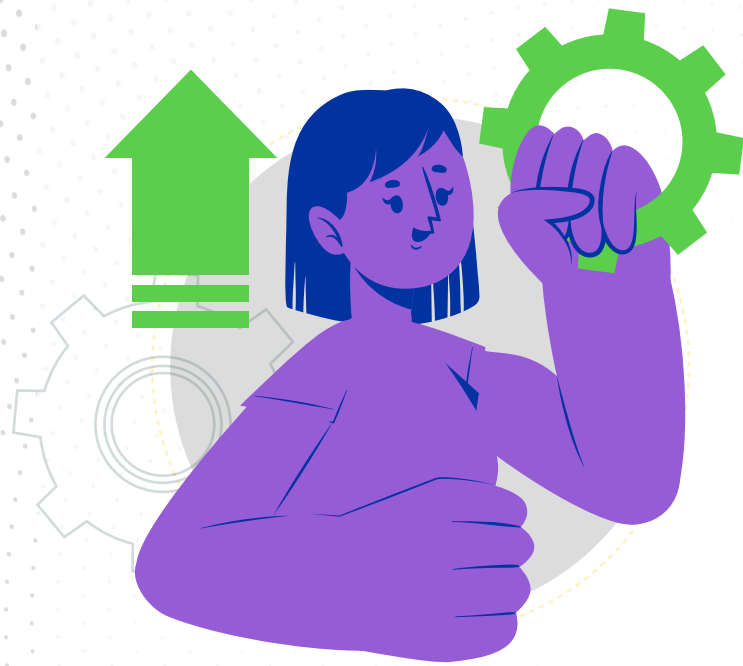
Se refieren a las áreas que tienen el potencial de causar problemas. Las amenazas difieren de las debilidades en que son externas, por lo general, están fuera de nuestro control. Pueden ser eventos como la pandemia o un cambio en el panorama competitivo.

A continuación, te presentamos algunas preguntas que te servirán para identificar amenazas externas: ¿qué cambios en el sector son preocupantes? ¿Qué nuevas tendencias del mercado se vislumbran? ¿En qué áreas nos supera la competencia?

Aquí te presentamos un ejemplo de una amenaza que podría dejar a tu empresa vulnerable ante posibles problemas:

Un competidor nuevo: se lanzará al mercado un negocio de comercio electrónico el próximo mes y podrías perder clientes.





Diseñar el plan de ventas:

El plan de *marketing* y el plan de ventas trabajan de forma conjunta. Es importante que ambos sean aliados para lograr el mismo objetivo: **posicionar tu producto.**

El plan de ventas es estratégico, es el documento en el cual detallas las proyecciones aproximadas de las ventas. En este se definen los puntos clave, los objetivos, las vías para lograrlo (estrategias) y el plan de acción necesario. Incluye también el volumen de ventas, los resultados del año anterior, el presupuesto, las provisiones y los indicadores a través de los cuales se medirán las metas fijadas.

Por su parte, el presupuesto de venta entrega el resultado de las cantidades que se requieren producir, el costo al que se debe vender, los meses en que se tienen las mejores oportunidades de negocio y los resultados del plan de *marketing*.

Algunos de los aspectos más importantes que debes tomar en cuenta para diseñar de manera efectiva tu plan de ventas son:

- 1 Conoce a profundidad todo lo relacionado con el producto o servicio que ofreces.
- 2 Define tu público objetivo, es decir, a quiénes se va a dirigir tu esfuerzo de venta.
- 3 Analiza a tu competencia tanto directa como indirecta.
- 4 Investiga sobre nuevas tendencias dentro de tu mercado, también sobre nuevas tecnologías que aporten al desarrollo de tu negocio y estrategias de ventas.
- 5 Define objetivos de ventas dentro de tiempos determinados.
- 6 Identifica estrategias de venta afines a tu público objetivo, así como competitivas dentro de tu mercado.
- 7 Implementa y determina tanto la fuerza de ventas como la programación de actividades.
- 8 Planea, incluye los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Considera el peor y el mejor escenario que puedes enfrentar, las estrategias para lograr los objetivos establecidos, la proyección de ventas y tu presupuesto. Debes conocer las diferentes temporadas a las que te vas a enfrentar (altas y bajas).
- 9 Fija el presupuesto de ventas.
- 10 Seguimiento y control del plan.
- 11 Una vez establecido el plan de *marketing* y el plan y el presupuesto de venta, es importante que desarrolles o identifiques el talento humano para lograr los objetivos y resultados de tu negocio.



Identificar el talento humano:

El liderazgo es un aspecto fundamental para que los equipos de trabajo logren los resultados, ya que deben llevar a un grupo de personas con intereses y expectativas diferentes hacia un mismo fin, el cual es atraer clientes fieles al negocio.

Sin embargo, la labor de un líder es retadora, pues tiene que identificar y fidelizar el talento humano, guiarlos a los objetivos y motivar a cada colaborador para que cumpla las metas.

Por ello, es importante poner en práctica algunas recomendaciones:

- ✓ Define los roles, el alcance y las competencias de cada uno.
- ✓ Realiza el proceso de selección de los candidatos bajo las competencias laborales que requiere el rol (haz clic al enlace para conocer el estatus de proceso de atracción y fidelización en tu negocio).
- ✓ Haz un plan de desarrollo de competencias de tu talento humano, que le permita fortalecer sus conocimientos.
- ✓ Desarrolla un plan de inducción al momento de generar nuevas contrataciones en tu negocio.
- ✓ Identifica buenas prácticas de salario emocional que cree fidelización en los colaboradores.
- ✓ Estructura las políticas y procesos para la administración del talento humano.
- ✓ Impulsa el trabajo colaborativo.
- ✓ Toma en cuenta al talento humano como fuente principal para aportar a la estrategia de marketing de tu compañía.
- ✓ Desarrolla estrategias de compensación basadas en los resultados de ventas.
- ✓ Crea programas que impulsen la mejora del clima laboral.

Considerar **aspectos legales:**

Luego de definir los puntos anteriores, se debe identificar la estructura legal del negocio, sea como persona natural o jurídica, así como validar los requisitos legales para el tipo de actividad económica. Esto con el fin de generar el Registro Único de Contribuyente (RUC) y el Número de Identificación Tributaria (NIT). De igual modo, se debe confirmar el tipo de facturación a utilizar, el registro de Aviso de Operación, la inscripción municipal y, en caso de que aplique, los permisos sanitarios, para que consideres dentro de la inversión inicial cuáles serían esos gastos en los que debes incurrir con el fin de operar.

¿Cuáles son las entidades ante las que se deberán realizar los trámites de formalización de emprendimientos?

Dentro del listado de entidades están las siguientes:


- **Registro Público de Panamá**
- **Ministerio de Comercio e Industrias – Panamá Emprende**
- **Dirección General de Ingresos**
- **Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa**
- **Ministerio de Salud**
- **Municipios**





Diseñar el plan financiero:

Uno de los principales retos al emprender es lograr que el negocio se posicione en el mercado y que sea saludable financieramente. Esto al contar con los recursos necesarios que permitan el desarrollo y el crecimiento sostenible; mediante la planificación y control financiero, el empresario puede alcanzar este estado. Por esto es importante que desde el plan de negocio se cuente con un modelo que permita visualizar la inversión necesaria, las ventas que se deben alcanzar, lo que costaría la producción del producto o servicio, los gastos administrativos, la evaluación de las ganancias o pérdidas y el retorno de la inversión. Luego de este análisis, podrás llegar a la conclusión de si es conveniente desarrollar la idea de negocio según los indicadores que den como resultado.

Es importante saber cómo se va a garantizar la viabilidad financiera de tu empresa no solo por el bien de tu negocio, sino por el de tus inversores. Al elaborar el plan financiero debes desarrollar dos niveles principales:

 **Planificación del efectivo:** es fundamental conocer el efectivo que requiere el desarrollo del negocio y evaluar si de las ventas este estará disponible o se requiere una mayor inversión por parte de los accionistas. Esto se desarrolla mediante un modelo de flujo de caja o flujo de efectivo. En este se consideran las entradas y salidas de efectivo en el mes en que se dará el saldo disponible en el banco, con el propósito de analizar las necesidades y oportunidades según la liquidez con que cuenta el negocio. En este punto ya se debe conocer el plan de ventas y la estructura de costos, gastos e inversiones. La liquidez mide la capacidad de dinero con la que dispone el negocio para hacer frente a sus obligaciones financieras.

 **Planificación de utilidades:** se deben considerar los objetivos y las metas financieras a corto, mediano y largo plazo, mediante la estructura de un estado de resultado y balance general proyectado.

 **Estado de resultado:** se consideran las fuentes de ingresos, los costos operativos en que se incurran para la generación de los productos o servicios, los gastos administrativos y los impuestos estimados. Esto te dará como resultado la utilidad o pérdida de cada periodo.





Este informe ayuda a comprender la situación financiera de la empresa al identificar qué proceso del negocio consume más recursos financieros.



Balance general: permite conocer la situación financiera del negocio mediante la medición de activos, pasivos y capital. Se puede obtener una vista general de la situación de una empresa al considerar los principales indicadores de medición como la liquidez, el endeudamiento, el capital de trabajo y la autonomía. En palabras sencillas, te muestra lo que posee el negocio, lo que debe y el capital.

Estos informes son fundamentales para la toma de decisiones y deben ser realizados de la mano de un experto en el tema. El resultado de estos responderá a preguntas como las siguientes:

- ✓ ¿Cuánto capital necesitas para arrancar tu negocio?
- ✓ ¿Cuánto capital deben poner tus inversores?

- ✓ ¿Cuándo empezarás a obtener beneficios?
- ✓ ¿Qué beneficios esperas obtener a un año vista? ¿Y a 3 o 5 años?
- ✓ ¿Cuánto necesitas vender para sostener el negocio?
- ✓ ¿Conoces los gastos fijos y variables?

A forma de cierre, añade en tu plan de negocio por qué tu empresa es viable o rentable: destaca en él la utilidad de tus productos o servicios para el nicho de mercado al cual te diriges, resalta las características que te distinguen de tu competencia y qué hace diferente e indispensable a tu negocio. Menciona también la calidad de tu producto o servicio y la eficiencia en el sistema en el cual lo desarrollas.

Si gustas obtener más información sobre temas relacionados al plan de negocios o **participar de nuestros talleres o asesorías, ingresa en nuestra página web** donde puedes encontrar información importante para el desarrollo de tu negocio.



Si quieres saber más sobre nuestro Plan de Negocios y conocer cómo desde Empresas SURA y nuestra red de aliados podemos acompañarte, visita nuestro sitio web <https://segurosura.com.pa/empresas/> y ve a la sección Nuestros Servicios - Empresas SURA.

Los servicios, materiales, contenidos, información, opiniones y artículos publicados o compartidos constituyen recomendaciones o lineamientos generales. Por lo tanto, SURA o los terceros autorizados no se hacen responsables del uso e interpretación que se dé por parte del empresario, ni por los daños o perjuicios que puedan derivarse del mismo. Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial de ninguna parte de esta obra, ni su comercialización ni publicación en cualquier medio, sin el permiso previo y escrito de Suramericana S.A.



Regulado y Supervisado por la Superintendencia de Seguros y Reaseguros de Panamá.