PLAN DE NEGOCIOS

Dr. César Augusto Atoche Pacherres

¿EL EMPRESARIO NACE O SE FORMA?

- ✓ Es una persona con grandes habilidades: capaz de captar situaciones diversas, interiorizarlas y transformarlas en grandes experiencias.
- ✓ Es un «creador», un «hacedor» y un «administrador» de proyectos.
- ✓ Goza de capacidades innatas, y simultáneamente los diversos factores y el entorno que lo rodea, lo van formando como tal.
- ✓ Quien nace como empresario se manifiesta pronto, quien se forma como empresario toma su tiempo.

FORMAS DE LLEGAR A SER EMPRESARIO

- **Por necesidad o fuerza mayor:** Cuando resulta imposible financiar estudios y solo queda empezar como negociante.

- **Por imitación:** Cuando los padres tuvieron negocio y ayudamos en su administración.

- **Por aprovechamiento de oportunidades:** Cuando supimos identificar la oportunidad y luego la aprovechamos con formación de redes de contacto.

¿CUÁNTO CAPITAL SE REQUIERE PARA EMPEZAR?

- Calcular con detalles la inversión inicial: capital fijo, capital de trabajo como para 3 meses.
- La cantidad dependerá del tipo de negocio.

FUENTES DE CAPITAL

- **Aportes propios:** Proveniente de propiedades, ahorros.

- **Familia:** Apoyo de padres, tíos, padrinos, abuelos, en fin familiares que pueden otorgarnos donaciones o préstamos con bajos intereses.

- **Socios:** Amigos u otras personas interesadas en incursionar en el negocio o empresa: compañeros de escuela o de la universidad, también inversionistas que buscan oportunidades comerciales.

- ✓ **BOLSA DE VALORES:** primer se constituye una Sociedad Anónima Abierta y se tramita la venta de acciones o bonos en la BVL.

- ✓ **Préstamos bancarios:** comerciales o de fomento.

- ✓ **Préstamos en Cajas o Cooperativas de ahorro-crédito:** con tasas de interés competitivas.

.¿CUÁNDO EMPEZAR?

- ✓ Se requiere planear, organizar, dirigir y controlar, con la finalidad de encontrar las mejores soluciones ante las vicisitudes.

- ✓ La clave es aprovechar la oportunidad en el momento preciso (timing): por ejemplo vender pan desde las 5 AM.

¿CÓMO CRECER?

- Identificar los llamados factores clave para el éxito, mejorarlos continuamente para así generar una Ventaja Competitiva capaz de superar a la competencia.

- ¿Quiénes son tus compradores?, ¿cuáles son sus necesidades?, ¿cuál es la mejor manera de atenderlos?

- ¿Cuánto poder de negociación y de influencia tiene la competencia?, ¿qué ventajas ofrece la competencia que tú no tienes?, ¿cuán eficaces y eficientes son tus estrategias frente a la competencia?

- Las respuestas te ayudarán a delinear una estrategia de crecimiento: intensiva, diversificada, integrada.

Michael Porter, en su libro «estrategia Competitiva» propone tres estrategias:

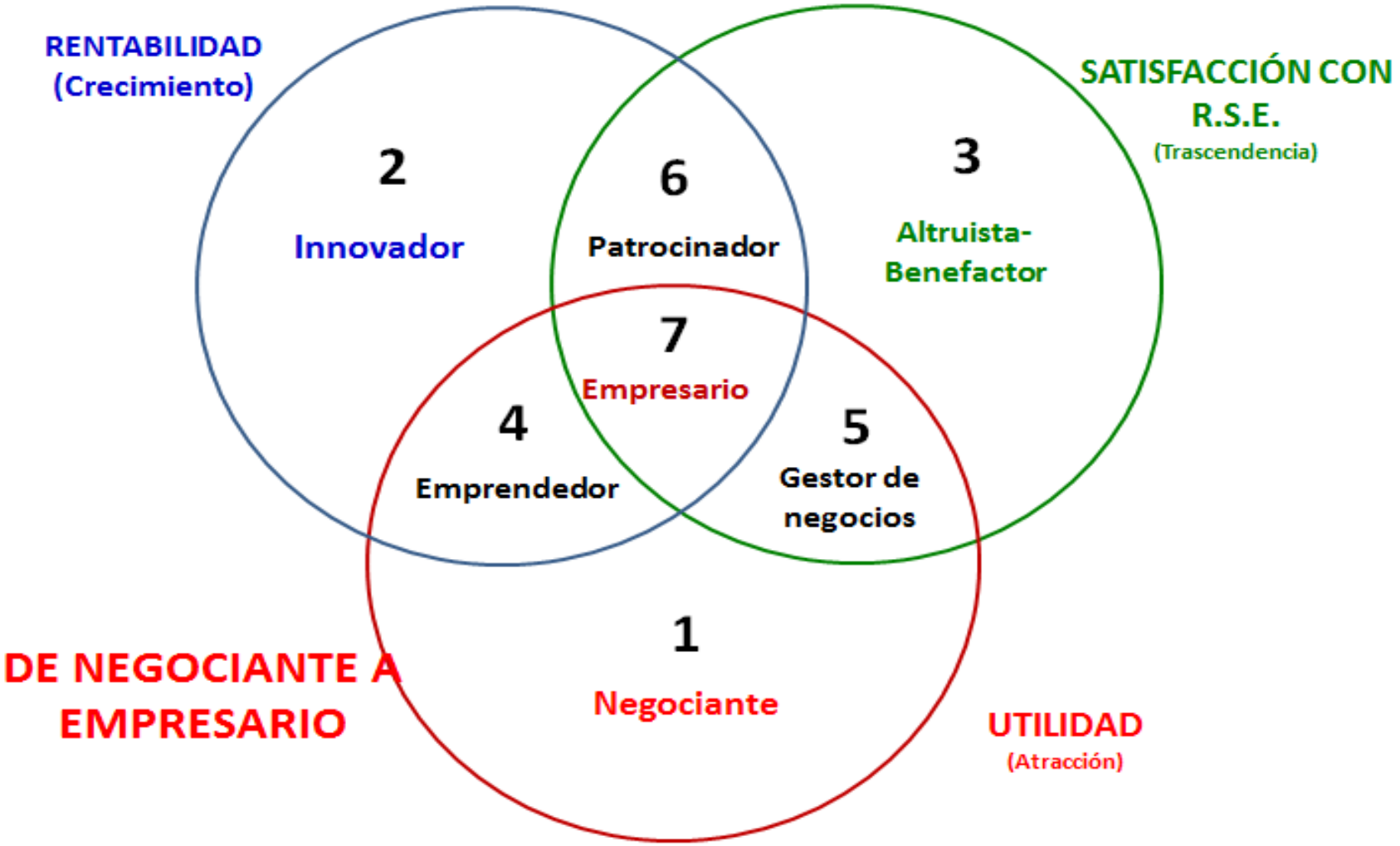
- **Reducir costos:** Analizando la cadena de valor podremos identificar puntos donde reducir los costos.
- **Diferenciación:** Buscando formas innovadoras y de mejora de los productos para generar la diferencia frente a los competidores.
- **Enfoca tu mercado:** Céntrate en un grupo específico de consumidores, conoce a fondo sus expectativas y cumple eficientemente con lo que esperan («menos es más»).

¿HAY ALGÚN COMPROMISO?

- ✓ A nivel personal: esfuerzos, sacrificios, mejora continua, controlar la variabilidad.

- ✓ A nivel organizacional: trabajo en equipo, comportamiento organizacional armonioso, responsabilidad social.

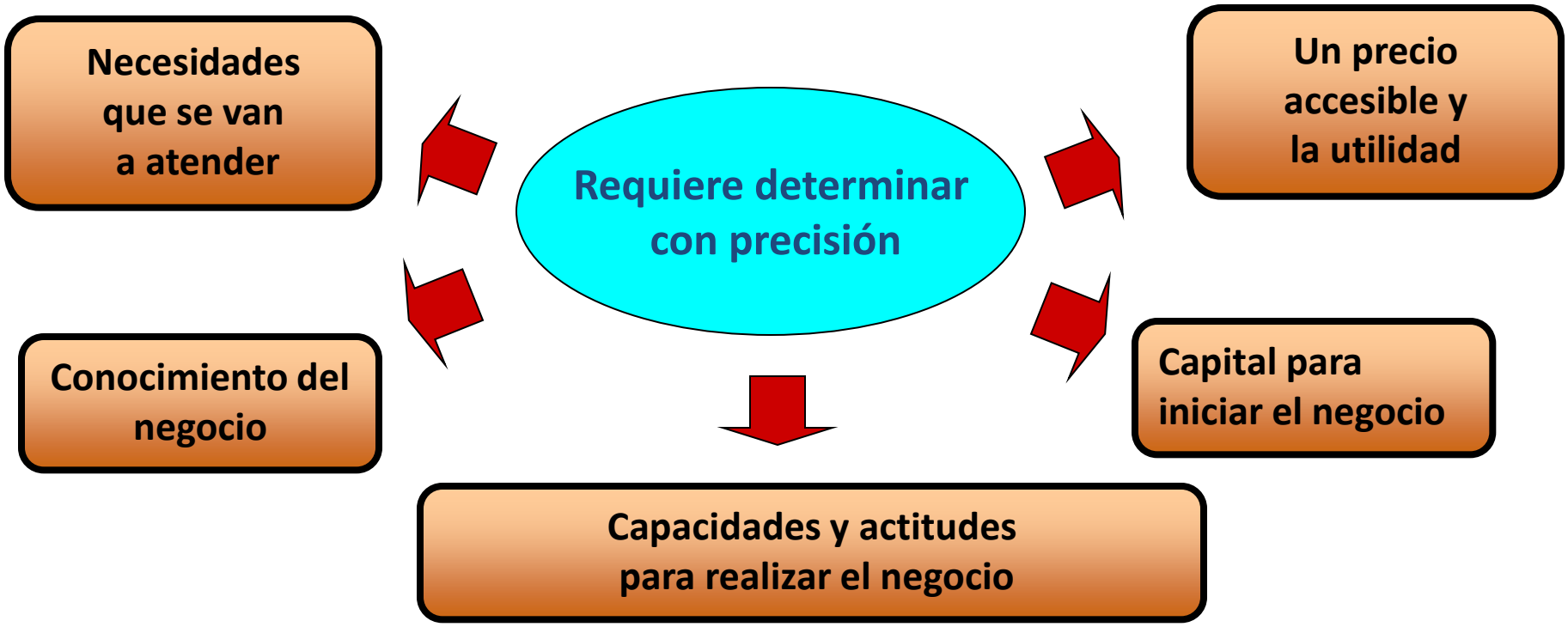
¿CUÁNTA PASIÓN?



Modelo propuesto por Dr. César Augusto Atoche

IDEA DE NEGOCIO

¿QUÉ ES LA IDEA DE NEGOCIO?	ES UNA DESCRIPCIÓN CORTA Y PRECISA DE LAS OPERACIONES BÁSICAS DEL NEGOCIO QUE SE PIENSA REALIZAR.



CARACTERÍSTICAS DE LA IDEA DE NEGOCIO

Una buena idea de negocio debe identificar:

¿Qué producto o servicio venderá su negocio?	Precisa el producto o servicio que se oferta, el cual debe estar basada en lo que se conoce y sabe hacer bien.	• **Faldas.** • **Servicio de guía turística**
¿A quién le venderá su negocio?	Especifica con claridad el tipo de cliente y el área de intervención del negocio.	**Los clientes son mujeres de 16 a 25 años, estudiantes de Huarmey Ancash**
¿Cómo venderá su negocio sus productos o servicios?	Especifica de que maneras diferentes venderá su producto o servicio.	• **Directamente al cliente** • **A minoristas**
¿Qué necesidad de sus clientes atenderá su negocio?	Precisa con claridad la necesidad del futuro cliente cliente, además por el cual esta dispuesto a pagar	**No se encuentran faldas juveniles y bonitos para damas en Huarmey**

¿DONDÉ ENCONTRAR IDEAS DE NEGOCIO?

La ideas de nuevos negocios nacen de observar con atención la vida cotidiana y la economía. Principalmente de los cambios y de las nuevas necesidades que se producen en la economía y en la sociedad que nos rodea.

FUENTES DE IDEAS DE NEGOCIO

- Cosas que existen.
- Ferias comerciales y exhibiciones.
- Surgimiento de nuevas tecnologías.
- Recursos naturales.
- Publicaciones
- Productos de desechos.
- Necesidades insatisfechas
- Habilidades, pasatiempos.
- Programas de inversión públicos y privados
- Oferta de productos y servicios complementarios.
- Puntos débiles de la competencia.

FUENTES DE IDEAS DE NEGOCIO

COSAS VIEJAS	• Requieren mucho tiempo y energía para hacerlos • Tienen alto costo. • No son estéticos o ni funcionales	• Faldas. • Riego por aspersión • Ollas de barro
NECESIDADES INSATISFECHAS	Lo que no se encuentra en la zona y por lo que la gente esta dispuesta a pagar	Hospedajes, limpios, seguros, con buen trato y discreción
PUBLICACIONES	Muestra productos novedosos y que no se encuentran en la zona.	• Accesorios de computadora. • Prendas de vestir
HABILIDADES O PASATIEMPOS	Las habilidades e intereses que posees	• Me gusta cocinar. • Soy hábil para hacer manualidades.
RECURSOS NATURALES	Los recursos naturales y culturales de la zona	• Arcilla. • Zona arqueológica

FUENTES DE IDEAS DE NEGOCIO

PRODUCTOS DE DESECHO	Materiales sobrantes de las cosas que hacemos y que las desechamos.	• Botellas. • Papeles.
FERIAS Y EXHIBICIONES	Las ferias comerciales y costumbres que se efectúan en la localidad	· Feria dominical. · Semana santa
PUNTOS DEBILES DE LA COMPETENCIA	Las debilidades de los productos que oferta la competencia	• Faldas tradicionales y pasadas de moda • Trato al cliente
LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	Los nuevos productos y servicios generados por la aparición de nueva tecnología	• Internet. • CD. • TV cable
OFERTA DE PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS	Servicios complementarios para sus usuarios o trabajadores de las instituciones de la localidad	• Transporte. • Alimentación. • Fotocopias.

PROCEDIMIENTOS PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

1. IDENTIFICAR LAS NECESIDADES O PROBLEMAS
2. IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES
3. SELECCIONAR LAS IDEAS CON MAYORES PROBALIDADES DE ÉXITO
4. SELECCIONAR UNA IDEA DE NEGOCIO
5. DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA IDEA PRIORIZADA

PROCEDIMIENTOS PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

IDENTIFICAR LAS NECESIDADES O PROBLEMAS

PREGUNTAS QUE AYUDAN:

- **¿QUÉ FUENTES SON MI REFERENTE?**
- **¿QUÉ NECESIDAD O PROBLEMA TIENEN LAS PERSONAS EN LOS REFERENTES QUE PRIORICE?**
- **¿LA NECESIDAD ES POSIBLE SATISFACERLA MEDIANTE UN NEGOCIO?**

LISTA DE NECESIDADES	
1	En la localidad Huarmey no se encuentran faldas juveniles y modernas para estudiantes de 16 a 25 años de edad
2	Un alto porcentaje de las frutas se malogran, solo el 20% se comercializa .
3	En la localidad de Huarmey no se cuenta con hoteles que brinden el servicio de hospedaje con limpieza, seguridad y con buen trato al cliente

PROCEDIMIENTOS PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS QUE RESPONDAN A LA NECESIDADES PRIORIZADAS

PREGUNTAS QUE AYUDAN:

- **¿QUÉ PRODUCTOS O SERVICIOS SATISFACEN LA NECESIDAD IDENTIFICADA?**
- **¿POR QUÉ SERIA UNA BUENA IDEA DE NEGOCIO?**
- **¿EL CLIENTE ESTARIA DISPUESTO APAGAR POR EL PRODUCTO O SERVICIO QUE LE OFERTAS?**

	LISTA DE NECESIDADES	IDEA DE NEGOCIO	¿POR QUÉ SERIA UN BUEN NEGOCIO?
1	En la localidad Huarmey no se encuentran faldas juveniles y modernas para estudiantes de 16 a 25 años de edad	Venta de faldas	El clima caluroso obliga a las damas usar faldas, las jóvenes requiere faldas modernas, para satisfacer su necesidad viajan a Chimbote o Lima
		Confección de faldas	
2	Un alto porcentaje de las frutas se malogran, solo el 20% se comercializa .	Elaboración de mermeladas	
		Elaboración de néctares.	
		Deshidratación de frutas	

PLANTEA IDEAS DE NEGOCIOS Y FUNDAMENTALAS

PROCEDIMIENTOS PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

SELECCIONAR LAS IDEAS CON MAYORES POSIBILIDADES DE ÉXITO

SE REALIZA MEDIANTE LA TÉCNICA DE MACRO FILTRO.

Macro Filtro, **es una herramienta que sirve para seleccionar ideas de negocios de manera rápida guiándonos por algunas preguntas ejes para seleccionar y excluir las ideas que tengan respuesta negativa.**

PREGUNTAS ORIENTADORAS	CONFECCIÒN DE FALDAS		ELABORACIÒN DE MERLADA		ELABORACIÒN DE NÉCTAR		DESHIDRATACIÓN DE FRUTAS	
	Si	No	Si	No	Si	NO	Si	No
¿Tu idea de negocio responde a alguna necesidad?	X		X		X		X	
¿Existe un mercado para este producto o servicio?	X		X		X			X
¿Hay una demanda insatisfecha?	X		X		X			X
¿Ustedes quieren realizar este proyecto?	X			X		X		X
¿Es posible producir el producto en su distrito/región?	X		X		X		X	
¿Este proyecto permite tener ganancias?	X		X		X		X	
Total	6	0	5	1	5	1	3	3

Las ideas con mayor cantidad de respuestas afirmativas podrían tener mayor éxito con relación a aquellas ideas que obtuvieron la mayor cantidad de respuestas negativas.

PROCEDIMIENTO PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

SELECCIONAR UNA IDEA DE NEGOCIO

SE REALIZA MEDIANTE LA TÉCNICA DE MICRO FILTRO.

Micro Filtro, es una herramienta que permite priorizar la idea de negocio a trabajar. Se tendrá en cuenta para esto la que ofrezca mejores oportunidades comerciales y a la vez que se puedan producir en su región de acuerdo a la disponibilidad de destrezas, tecnología, mercado y materia prima. Seleccionando la idea que tenga mayor puntaje.

ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA IDEA DE NEGOCIO	Confección de falda	Elaboración de mermelada	Elaboración de néctar
Disponibilidad de local y de materias primas	4	4	4
Existencia de demanda insatisfecha	3	3	3
Disponibilidad de mano de obra calificada	4	2	2
Disponibilidad de mano de obra a costo aceptable	4	2	2
Tecnología localmente disponible	3	2	2
¿El emprendedor tiene las habilidades para gestionar el proyecto?	3	3	3
TOTAL PUNTAJE	21	16	16

Tabla de Calificación: 4 Muy Bueno 3 Bueno 2 Regular 1 Malo 0 Muy Malo

La mejor idea de negocio es aquella que obtuvo el mayor puntaje

PROCEDIMIENTO PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA IDEA PRIORIZADA

SE REALIZA MEDIANTE LA TÉCNICA DE ANÁLISIS FODA

El análisis FODA permite identificar las fortalezas y las debilidades internas de la idea de negocio y compara de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

FORTALEZAS	Recursos, condiciones y capacidades especiales con que se cuenta	¿EN QUÉ SERÁ BUENO MI NEGOCIO?
DEBILIDADES	Aspectos que provocan una posición desfavorable	¿CUALES SERÁN LAS DEBILIDADES DE MI NECOCIO?
OPORTUNIDADES	Factores positivos favorables del entorno	¿QUÉ ASPECTOS DEL ENTORNO BENFICIARAN A MI NEGOCIO?
AMENAZAS	Factores negativos y desfarobles del entono	¿QUÉ ASPECTOS DEL ENTORNOAFECTARAN NEGATIVAMENTE A MI NEGOCIO?

PREGUNTAS QUE AYUDAN AL ANALISIS FODA

PROCEDIMIENTOS PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

ASPECTOS A CONSIDERAR EN EL ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA IDEA DE NEGOCIOS PRIORIZADA

FORTALEZAS

DEBILIDADES

- Disponibilidad de infraestructura.
- Maquinaria y equipo.
- Conocimientos y habilidades del equipo.
- Acceso a fuentes de consulta
- Recursos monetarios.
- Acceso a Internet.
- Características del producto: durabilidad, diseño, utilidad, garantía, servicios post-venta, etc.

SE ENCUENTRAN DENTRO DEL NEGOCIO

ESTOS ASPECTOS CONTROLA EL EMPRENDEDOR

ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DE LA IDEA DE NEGOCIO

PREGUNTA ORIENTADORA

¿QUÉ FORTALEZAS TIENEN El EQUIPO PARA EL INICIO DEL NEGOCIO?

IDEA DE NEGOCIO: CONFECCIÓN DE FALDA

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN	¿RECIBES ALGÚN APOYO? ¿DE QUIÉN?
Disponibilidad de infraestructura.	Se cuenta con el taller de confecciones	De familiares
Contar con maquinaria y equipo	Se cuenta con el equipo básico, maquinas de costura recta y remalladoras	De amigos
Conocimientos y habilidades (de tu equipo)	Desarrollamos confección industrial	De familiares
Fuentes de consulta: Manuales, libros u otros	Se cuenta con manuales y textos sobre confecciones.	Amigos
Recursos monetarios	Préstamo del 50% para el capital de trabajo Aportes propios para cubrir el 50% del capital de trabajo	Bancos Nuestros ahorros
Acceso a Internet	Se cuenta con acceso a Internet	Movistar

ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES DE LA IDEA DE NEGOCIO

PREGUNTA ORIENTADORA

¿QUÉ DEBILIDADES TIENEN QUE SUPERAR PARA PODER REALIZAR EL NEGOCIO?

IDEA DE NEGOCIO: CONFECCIÓN DE FALDA

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN	¿A QUÉ INSTITUCIONES O PERSONAS BUSCAS PARA SUPERAR LAS DEBILIDADES
Disponibilidad de infraestructura.	La autorización para hacer uso del taller	
Contar con maquinaria y equipo		
Conocimientos y habilidades (de tu equipo)	No tenemos conocimiento de dirección de empresa.	
Fuentes de consulta: Manuales, libros u otros	No se cuenta con manuales o texto de gestión empresarial	
Recursos monetarios		
Acceso a Internet		

PROCEDIMIENTOS PARA IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIOS

ASPECTOS A CONSIDERAR EN EL ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA IDEA DE NEGOCIOS PRIORIZADA

OPORTUNIDADES

- Recursos naturales disponibles
- Presencia de empresas o instituciones que pueden convertirse en proveedores o clientes.
- Presencia de instituciones que brindan capacitación y asesoría técnica.
- Presencia de instituciones con quienes realizar alianzas y convenios.
- Demanda en aumento
- Política de gobierno favorable al desarrollo del tipo de empresa a generar.

AMENAZAS

- Factores ambientales que determinan que el producto se venda.
- Presencia de otras empresas que compiten con el proyecto.
- Recursos naturales no disponibles en la zona.

AMBAS SE ENCUENTRAN FUERA DEL NEGOCIO

ESTOS ASPECTOS NO CONTROLA EL EMPRENDEDOR

ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DE LA IDEA DE NEGOCIO

PREGUNTA ORIENTADORA

¿CUÁLES SON LAS OPORTUNIDADES QUE SE PRESENTAN EN SU ZONA QUE PUEDA AYUDAR EL INICIO DEL NEGOCIO?

IDEA DE NEGOCIO: CONFECCIÓN DE FALDA

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN	¿CÓMO SE APROVECHA?
Recursos naturales / clima		
Empresas o instituciones privadas	El fuerte calor de la zona obliga a las jóvenes a usar ropa ligera (faldas – short)	Diseñando modelos novedosas de acuerdo a las tendencias de la moda. Vendiendo a precios económicos.
Instituciones que brindan capacitación y asesoría técnica	La Dirección Regional de Trabajo apoya brinda asesoramiento técnico para iniciar negocios	Inscribir y asistir a las charlas que realizan. Solicitar asesoramiento técnico
Instituciones con quienes pueden hacerse alianzas y convenios	El Instituto de Educación Superior Tecnológico. Las Universidades Privadas	Firmar convenios para elaborar sus uniformes para su personal femenino.

ANÁLISIS DE LAS AMENAZAS DE LA IDEA DE NEGOCIO

PREGUNTA ORIENTADORA

¿QUÉ AMENAZAS TIENEN QUE SUPERAR PARA INICIAR EL NEGOCIO?

IDEA DE NEGOCIO: CONFECCIÓN DE FALDA

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN	¿CÓMO SE SUPERA?
Factores ambientales	El fenómeno “La Niña" puede ocasionar climas lluviosos y fríos	Informándonos de las alteraciones climáticas y realizando producción a pequeña escala
Presencia de otras empresas que compitan con tu proyecto	Existen varias empresas grandes que vende prendas de vestir, y que invierten en publicidad a nivel nacional Existen muchos ambulantes que ofrecen faldas de baja calidad	Ofreciendo productos novedosos, de calidad y de bajo costo
Recursos naturales	El incremento del combustible incrementa los precios de transporte de materiales	Compraremos por anticipando, teniendo en almacén suficiente tela para cuando escasee.

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

1) Descripción del negocio.
2) Análisis Mercado.
3) Análisis Estratégico.
4) Plan de Marketing.
5) Plan Operativo.
6) Plan Organizacional.
7) Plan Financiero.

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1) Razón social
2) Estructura empresarial (fundadores, personal clave)
3) Tipo de negocio o sector económico donde se desarrollará
4) Necesidades que se van a satisfacer
5) Productos a ofrecer para cubrir necesidades
6) Clientes, competidores, usuarios
7) Modelo de negocio (quién, cómo, dónde se producirá, aseguramiento de la calidad
8) Resultados económicos y financieros proyectados
9) Fortalezas que harán sostenible al negocio o empresa
10) Factores que afectarían al negocio o empresa.

ANÁLISIS DE MERCADO

- Metodología de la Investigación:
  - Definición del Problema
  - Objetivos.
  - Tipo de la Investigación.
  - Medición de mercado.
  - Técnicas e instrumentos para recopilar datos.
  - Análisis de la Competencia.

ANÁLISIS DE MERCADO

- Segmentación
  - Geográfico.
  - Demográfico.
  - Socioeconómico.
  - Psicográfico.

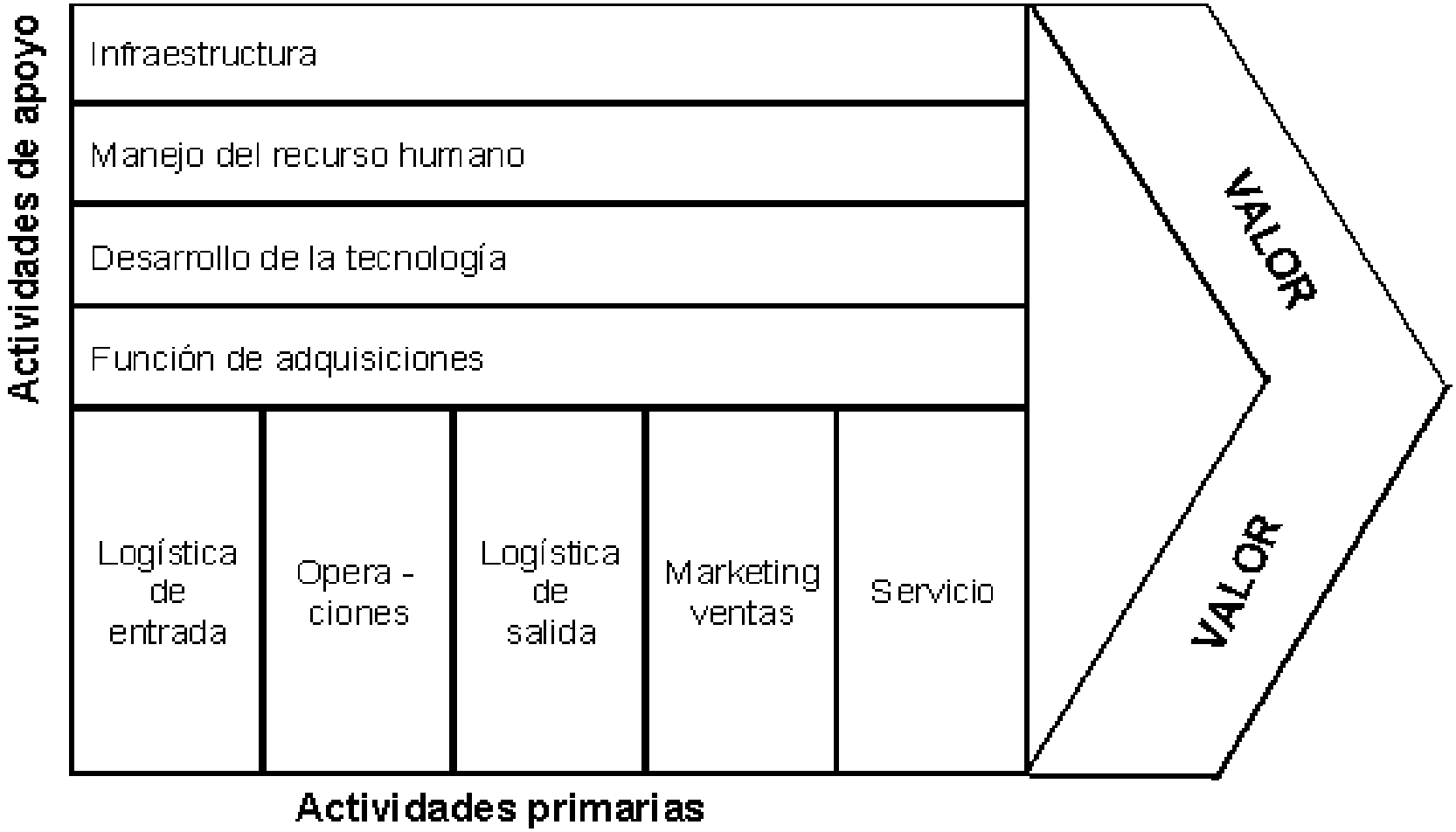
- Producto Mercado
  - Cliente.
  - Funciones.
  - Tecnología.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

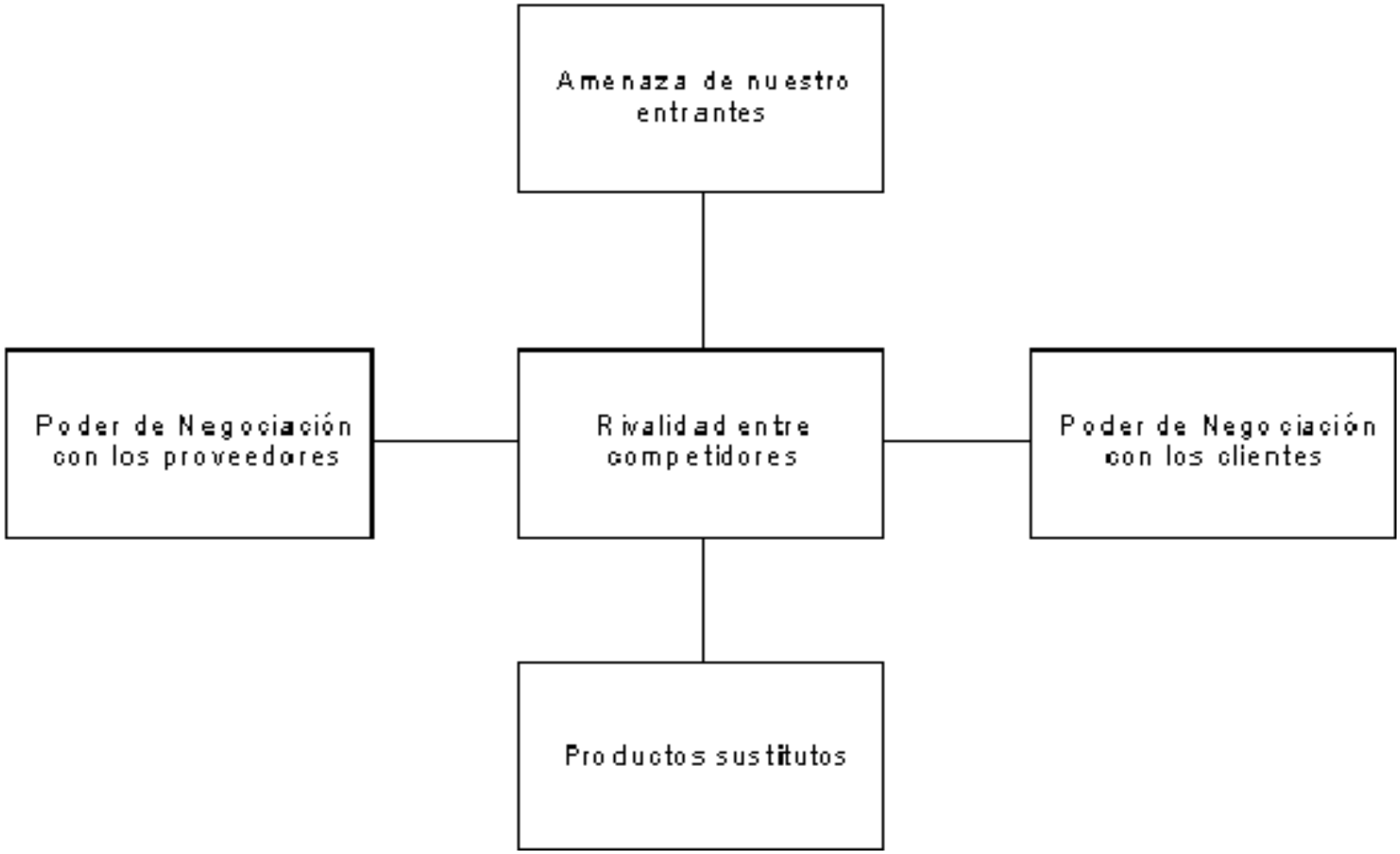
1) Visión.
2) Misión.
3) Valores organizacionales.
4) Objetivos Estratégicos.
5) Análisis FODA.
6) Matriz FODA.
7) Análisis Interno.
8) Análisis Externo.
9) Estrategias Genéricas.

Interno / Externo	Fortalezas:	Debilidades:
	F1 Ubicación Estrategica. F2 Disponibilidad de capacidad instalada. F3 Uso de la Tecnologia. F4 Bajos costos de produccion. F5 Imagen de prestigio.	D1 Pensamiento cortoplacista. D2 Escasos recursos economicos. D3 Falta de capacidades. D4 Personal desmotivado. D5 Procesos burocraticos. D6 Falta de comunicación.
Oportunidades O1 Productos subsidiados. O2 Acceso al crèdito. O3 Aprovechamietno de innovaciones tecnologicas. O4 La aparición de nuevos fondos concursables a nivel nacional e internacional. O5 Globalización	Estrategia FO (F1,F5,O5).- Campaña Agresiva de Marketing. (F2,F3,O2).- Desarrollo de un plan de inversiones adecuados.	Estrategia DO (D5, 03).- Introducir cambios tecnologicos. (D3,D4; O2).- Desarrollar un plan de capacitacion.
Amenazas A1 Aparicion del Fenomeno del niño. A2 Inestabilidad economica y politica. A3 Tipo de Cambio. A4 Competencia	Estrategia FA (F3; A4).- Desarrollar ideas innovadoras.	Estrategia DA (D3,A2).- Reestructuracion del recurso humano. (D6, A4).-Buscar caminos de penetracion.

ANÁLISIS INTERNO



ANÁLISIS EXTERNO



ESTRATEGIAS

PLAN DE MARKETING

1) Comportamiento del Consumidor.
2) Estrategias del Producto.
3) Estrategias de Distribución.
4) Estrategias de Promoción.
5) Estrategias de Precio.
6) Poder de la Marca.
7) Posicionamiento.

PLAN DE OPERACIONES

- Diseño del producto.
- Proceso Productivo.
- Diseño de la Planta.
- Determinación de Equipamiento.
- Costos de Producción

PLAN ORGANIZACIONAL

1) Conceptos y definiciones.
2) Elementos de la Organización: división del trabajo, recursos necesarios, ambientes requeridos, personal.
3) Áreas Básicas de un negocio: marketing, producción, finanzas, recursos humanos.
4) Estructura Organizacional.
5) Asignación del recurso humano: en base a competencias.

PLAN FINANCIERO

- **Inversión.-** Asignaciones de dinero destinadas a adquisición de equipos o mejoras de las condiciones de producción y ventas de la empresa. Elementos:
  - Activo Fijo. (Terreno, maquinaria, equipos, muebles).
  - Gastos Pre- Operativos. (licencia de funcionamiento, gastos de constitución legal, capacitación, etc..)
  - Capital de Trabajo. (insumos, mano de obra).
  - Costo Indirectos. (Gastos administrativos, gastos de ventas).

PLAN FINANCIERO

- ✓ Fuentes de financiamiento.
- ✓ Estados financieros: Balance general y estado de ganancias y pérdidas.
- ✓ Flujo de caja
- ✓ VAN
- ✓ TIR

www.cesar-augusto-atoche.com

Gracias ...