

Módulo 5

Vida extra: Desarrollo del plan de negocios esquema del modelo empresarial, estrategias

Lección 1



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Resultados de aprendizaje

Al final de este módulo deberás poder:

- Esbozar una idea de plan de negocio de la forma tradicional o en esquema
- Empezar un análisis de mercado donde analizarás los clientes y competidores potenciales



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Qué es un plan de negocio?

El plan de negocio es un documento estructurado de una forma precisa para resumir los contenidos y aspectos de un proyecto empresarial. Su última finalidad es entender si la idea de negocio es factible o no. Y, si es factible, ¿cómo puede llevarse a cabo, con qué recursos y cuándo?



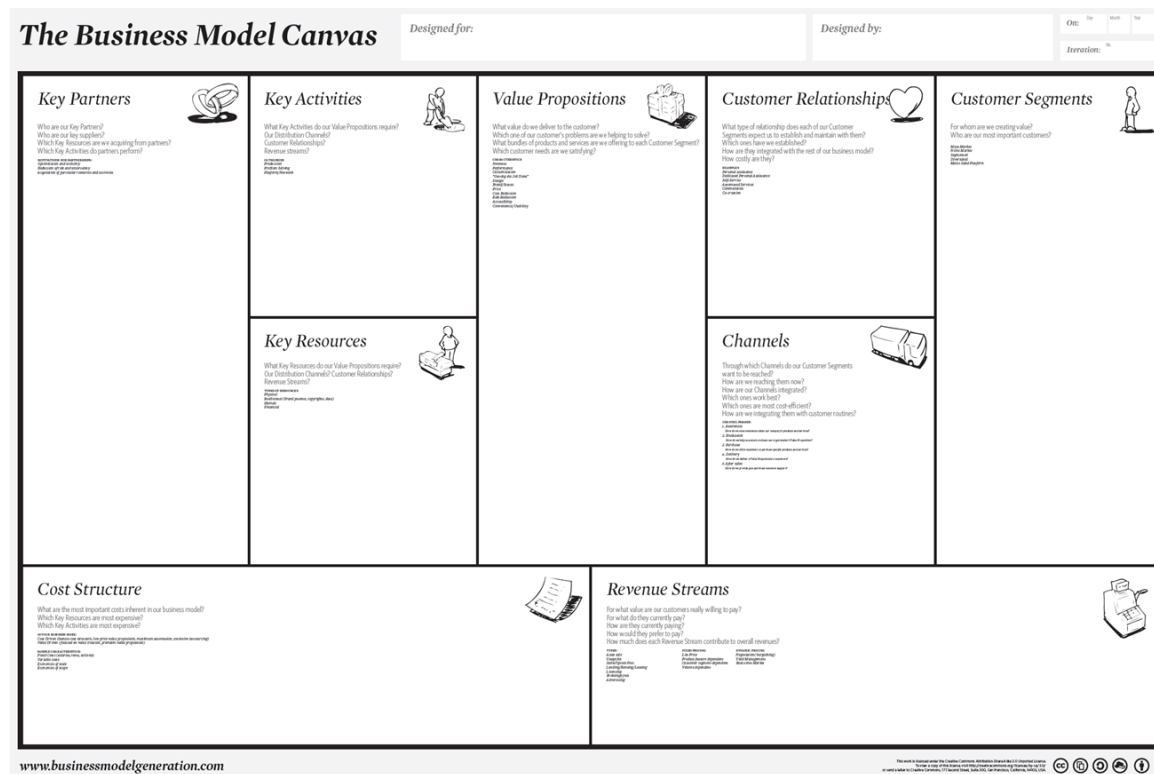
Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cuántos modelos de plan de negocio existen?

1. El llamado **Business Model Canvas** es una herramienta estratégica que visualmente ayuda a crear y describir cualquier modelo de negocio. Con el uso de una cuadrícula visual subdividida en 9 bloques temáticos -que representan los 9 elementos principales de la empresa- el modelo nos permite representar gráficamente cómo un negocio crea, distribuye y capta el valor.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cuántos modelos de plan de negocio existen?

2. El **plan de negocio (tradicional)** es un documento más complejo y bien estructurado. Indica el dinero y el tiempo necesarios para poner en práctica la idea. En este sentido, representa de forma cualitativa y cuantitativa, a través de tablas contables, el equilibrio financiero, las ideas, la estrategia, las intuiciones y, en definitiva, todos los aspectos desarrollados durante la creación del modelo empresarial. El primer documento a ser diseñado es el modelo de esquema empresarial (Business Model Canvas), y sólo después podrás pasar a esbozar el plan de negocio.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Quién genera el plan de negocio?

El escenario típico para la preparación de un **plan de negocio** es el de la start-up social, para la cual este documento facilita una información importante sobre la idea emprendedora que debe llevar a cabo.

El plan de negocio también es utilizado por las empresas sociales ya existentes para:

1. gestionar y guiar su negocio;
2. encajar los cambios que suceden en el mercado;
3. sacar ventaja de las nuevas oportunidades que surgen.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Y para quién?

Los beneficiarios del plan de negocio pueden ser sujetos diferentes.

En primer lugar, se prepara para aquellos que puedan financiar/apoyar una start-up o una empresa ya existente, como bancos, capital riesgo, consorcios de garantía, Business Angels y mentores, seguidores de un determinado proyecto con finalidades sociales, etc. Asimismo, el plan de negocios puede desarrollarse para convencer a una empresa del mismo sector para asociarse con ella, o incluso para poder competir entre diferentes start-ups en convocatorias y premios.

Y, por último, también se diseña para ayudar al emprendedor social a gestionar de forma más efectiva y consciente su negocio.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cómo se divide?

El plan de negocio consiste en 3 partes principales:

1ª El **concepto de negocio**. Esto está presente en la estructura empresarial, en el producto/servicio que se quiere ofrecer y en cómo se quiere conseguir (objetivos).

2ª El **análisis del mercado**, el cual describe y analiza a los potenciales clientes (quiénes son y dónde están, cuántos son y otra información útil sobre su estilo de vida, expectativas, etc.). Esta sección también describe a la competencia y cómo posicionarnos con respecto a ella.

3ª El **Plan de marketing**, el **análisis SWOT**, la descripción del **Equipo** y el **estado contable** con los gastos e ingresos previstos (el análisis económico de los costes/ingresos así como el umbral de rentabilidad -o punto muerto-).



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

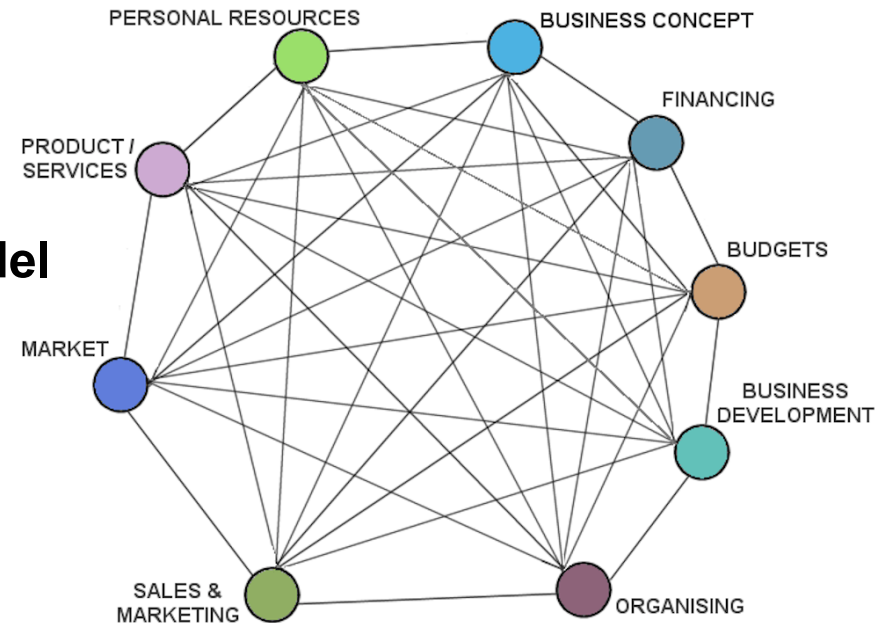
S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

El plan de negocio se divide en 9 secciones

1. Resumen de la idea emprendedora
2. Misión
3. Descripción del servicio/producto ofrecido
4. Target (Clientes)
5. Análisis competitivo (Competidores del mercado)
6. Plan de marketing
7. Análisis Swot
8. Equipo
9. Análisis económico y financiero



Resumen de la idea emprendedora

El resumen ofrece una síntesis del proyecto que se quiere realizar. La introducción del plan de negocio es como la “tarjeta de visita” que debe estimular a quien lo lea para que siga leyendo. La breve descripción debe ser **SINTÉTICA** pero a la vez **CLARA** y **COMPRENSIBLE**. Es importante mencionar que el plan de negocio no se dirige exclusivamente a los expertos en la ámbito de la idea de negocio, sino a todos aquellos que formen parte, a su manera, de la iniciativa empresarial.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

2. Misión

El epicentro de todo plan de negocio queda representado en esta sección, pues es donde hay la descripción general de la empresa e ilustra la naturaleza de la compañía con la descripción de sus características fundamentales.

Empezamos por la descripción de la misión y pasamos luego a la descripción de los objetivos a corto, medio y largo plazo, el tipo de compañía (industrial, social, servicios), la fecha de creación, la forma legal, inversores, administradores y gráfico organizador. Finalmente, en esta sección, debe especificarse cuál es la oferta que se impulsa y a qué nivel de desarrollo se encuentra. Los objetivos deben ser realistas, alcanzables, y a la vez deben llamar la atención de potenciales inversores. Asimismo, en el caso de la empresa social, la finalidad última será la producción e intercambio de bienes/servicios con utilidad social.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

3. Descripción del servicio/producto ofrecido



Esta sección muestra la descripción de los productos/servicios ofrecidos por la empresa y los planes de futuro. Es necesario especificar si estos productos/servicios ya existen y se comercializan, si están listos para entrar en el mercado (indicar el momento) o si están en desarrollo (indicar también el tiempo). Asimismo, tienes que anotar las características específicas del producto (marca, patente si la hay) o los potenciales competidores que pueden surgir y que debes describir claramente.

También es útil indicar qué te hace posible entrar en un mercado consolidado (en el caso de que lo sea). Es importante resaltar las características que distinguen los productos/servicios que ofreces comparado con los de la competencia. Para hacerlo, necesitas saber las empresas que ya están en el mercado y analizar cómo funcionan, y así podrás proponer nuevos productos/servicios que llamen la atención de los potenciales clientes. En esta fase, es bueno mostrar que eres experto en este ámbito.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

4. Análisis del mercado - Target (clientes)

Esta sección responde a las siguientes preguntas:

¿Dónde queremos trabajar? ¿Cuáles son las características del mercado en el que entraremos? ¿Quiénes son nuestros clientes?

El análisis de mercado es fundamental para entender cómo la toma de decisiones puede dirigir la compra de los clientes potenciales.

A menudo uno de los obstáculos durante el plan de negocio es la dificultad de acceder a los datos de un mercado específico o incluso la falta de datos precisos sobre las elecciones de los clientes potenciales.

Aquí deberías destacar los aspectos de los clientes potenciales a los que te diriges y qué problemas necesitas resolver. Para identificar el **TARGET DE LOS CLIENTES**, es apropiado escoger un criterio de segmentación que te ayudará a identificar al cliente en términos de edad, género, hábitos, criterio de compras, etc. La elección del criterio de segmentación depende del tipo de producto/servicio ofertado.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

5. Análisis de la competencia en un mercado específico

Esta sección responde a la siguiente pregunta:

¿Quién es la competencia en el mercado que quieres entrar?

El trabajo de analizar la competencia es un componente esencial de la estrategia empresarial. Una vez has definido el mercado en el que quieres incorporarte, deberás identificar detalladamente y seleccionar las empresas especializadas en el mismo producto/servicio. Cuando tengas toda la información posible sobre ellas, puedes empezar el análisis reordenando y procesando todos los datos recopilados a través de varios canales: webs, redes sociales, etc.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Este proyecto ha sido financiado por la Unión Europea, en el marco del Programa Erasmus +, K2 Asociaciones estratégicas



Aviso

“Este documento refleja sólo los puntos de vista de sus autores y la Agencia Ejecutiva de Educación Audiovisual y Cultura y la Comisión Europea no se hacen responsables del uso que se pueda hacer de la información contenida”