

8 pasos

Para saber cómo hacer
un plan de negocios



TODA STARTUP debería elaborar un PLAN DE NEGOCIOS como carta de presentación para conseguir financiación y para disponer de una hoja de ruta que explique a los agentes interesados (inversores, socios, clientes, por ejemplo) QUÉ ES LO QUE VA A HACER PARA QUE SU EMPRESA SEA RENTABLE Y QUÉ PASOS VA A SEGUIR.

Además, este documento AYUDARÁ AL EMPRENDEDOR A DEFINIR TODAVÍA MÁS SU IDEA Y A TENER UNA VISIÓN MÁS AMPLIA de lo que va a suponer la puesta en marcha de ésta durante sus primeros años de vida.

Si estás pensando en elaborar un plan de negocios para tu startup, ¡espera! antes de comenzar presta atención a LOS OCHO PASOS QUE TE PROPONEMOS PARA ALCANZAR EL ÉXITO CON MÁS FACILIDAD, toma nota y empieza a elaborarlo...¡YA MISMO!



/ 1. Resumen ejecutivo

EN ESTE PUNTO deberás hacer un repaso POR LOS ASPECTOS más importantes que incluirás en el plan de negocio (posteriormente explicados con más detenimiento). PIENSA QUE CON ESTE PRIMER PUNTO tendrás que ser capaz de captar la atención e interés DE LOS FUTUROS INVERSORES, así que... ¡a por todas!

PARA ELLO, tendrás que definir PRINCIPALMENTE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS: cuál es la idea de negocio, cuál su público objetivo Y BUYERS PERSONA EN CONCRETO, el valor del producto/servicio, el tamaño del mercado Y EL CRECIMIENTO ESPERADO, cuál es el entorno competitivo, la inversión que necesitarás, LA FASE DE DESARROLLO EN LA QUE SE ENCUENTRA, objetivos a corto/medio/largo plazo... Y TODOS AQUELLOS ASPECTOS QUE CONSIDERES RELEVANTES DE COMENTAR.

RECOMENDAMOS QUE ESTE RESUMEN EJECUTIVO no se exceda de páginas, sino más bien que quede escueta Y COHERENTEMENTE EXPLICADO. Así que, la mejor manera DE CONSEGUIR UN BUEN RESUMEN ES elaborándolo una vez ya tenemos el resto de puntos definidos.

/2. Descripción del producto

Aquí es donde tendrás que explicar perfectamente el producto: su concepto, origen de la idea y características principales. Una vez, los interesados ya conocen qué ofrecemos, deberás especificar a qué target va dirigido, por qué y las necesidades que les satisface.

Finalmente, tendrás que hacer una conclusión explicando por qué tu producto es único, diferente y aporta un valor distinto al del resto del mercado.



LANZADERA



/ 3. Análisis del mercado y la competencia

ESTE PUNTO ES CLAVE PARA NUESTRO PLAN DE NEGOCIOS. EN ESTE ANALIZAREMOS, POR UN LADO, **el mercado** en el que se introducirá el producto, su **tamaño**, los **factores de éxito** que lo caracteriza, con qué **barreras de entrada** Y SALIDA NOS PODEMOS ENCONTRAR, **cuál es su evolución** Y CRECIMIENTO NATURAL, SU CONSIGUIENTE RITMO Y LAS TENDENCIAS ACTUALES.

Y POR EL OTRO LADO, TENDREMOS QUE HACER **una investigación a fondo de la competencia** A LA QUE NOS ENFRENTAMOS POR OFRECER EL MEJOR PRODUCTO Y **llegar al mayor número de consumidores**. EN ESTA **investigación**, DEBEREMOS CONOCER DE NUESTROS COMPETIDORES LO SIGUIENTE: SU VOLUMEN DE VENTAS, PRECIOS, CUOTA D MERCADO, SERVICIO DE CLIENTES, **canales de distribución**, **cuál es su ventaja competitiva respecto a los demás**, CONOCER SUS FORTALEZAS Y DEBILIDADES, ETC.

/ 4. Modelo de negocio

Aquí definiremos el modelo de negocio Y EL PLAN FINANCIERO, en los que se detallarán los acuerdos financieros, EL PORTAFOLIO CENTRAL DE PRODUCTOS O SERVICIOS QUE la organización ofrece y ofrecerá CON BASE EN LAS ACCIONES NECESARIAS PARA ALCANZAR LAS METAS y objetivos estratégicos, la valoración de la compañía, así como una cuenta de resultados PROVISIONAL Y TODAS AQUELLAS necesidades de financiación a corto/medio/largo plazo.





/ 5. Descripción del equipo y temas societarios

IMPRESINDIBLE DESCRIBIR AL EQUIPO HUMANO QUE FORMA LA STARTUP. LOS INVERSORES DAN MUCHA IMPORTANCIA A ESTE PUNTO PARA COMPROBAR SI ESTOS EMPRENDEDORES SON CAPACES DE LLEVAR A CABO CORRECTAMENTE EL NEGOCIO.

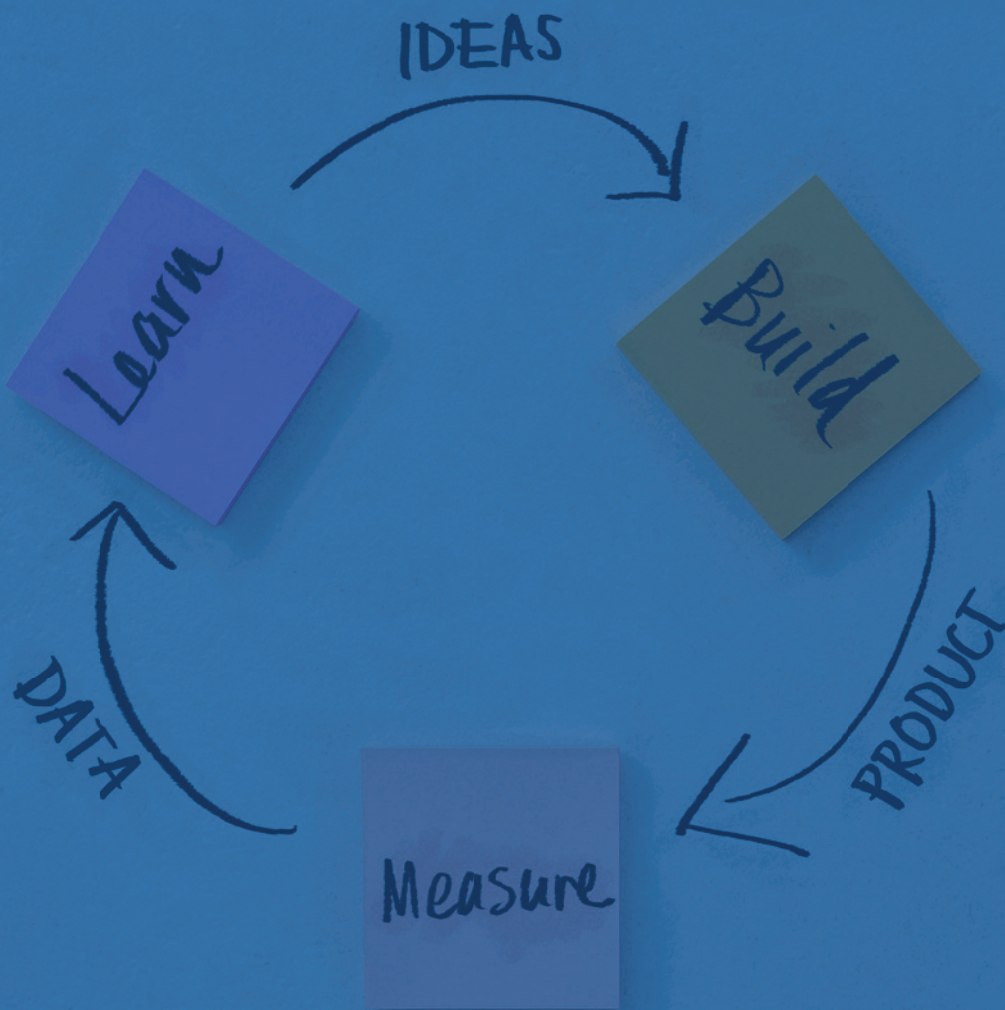
PARA ELLO, únicamente tendrás que detallar, por una parte, una especie de currículum para cada empleado que contenga: su educación, EXPERIENCIA LABORAL, HABILIDADES, qué es lo que aporta a la startup... Y por otra, realizar una breve descripción DE LAS FUNCIONES QUE REALIZA EN LA MISMA ACTUALMENTE y cómo las desempeña.

EN CUANTO A LOS TEMAS SOCIETARIOS, es necesario exponer cuál es la denominación social Y COMERCIAL DE LA EMPRESA, el objeto social de ésta, EL NOMBRE DE LOS FUNDADORES, EL CAPITAL SOCIAL, especificar los órganos de administración que tiene la sociedad y qué obligaciones tiene con las Administraciones Públicas.

/ 6. Estado de desarrollo del negocio

Es importante especificar aquí en qué fase SE ENCUENTRA EL PRODUCTO, SI SE HA REALIZADO un **testeo** (aplicación de la metodología **Lean Startup**) O SI EXISTE UN PROTOTIPO DESARROLLADO, ETC.

ASIMISMO, habrá que aportar en este punto un **calendario de planificación con actividades** Y ACCIONES QUE SE VAN A LLEVAR A CABO. Así como, establecer las **fechas orientativas** EN LAS QUE SE VAN A CUMPLIR LOS OBJETIVOS MARCADOS.





/ 7. Estrategias de marketing

ESTE PUNTO, PUEDE QUE SEA el más extenso (siempre dependiendo del tipo de estrategia de marketing que se va a llevar a cabo). EMPEZAREMOS DETALLANDO LAS DECISIONES SOBRE ACCIONES Y RECURSOS A UTILIZAR TANTO EN EL MEDIO ONLINE COMO EL OFFLINE, que nos permitirán alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización, así como especificar SI VAMOS A TRABAJAR CON ALGUNA agencia de comunicación, publicidad o consultoría de marketing online.

Muy importante también en este punto, DETALLAR LOS OBJETIVOS ESPERADOS CON la implantación de la estrategia de marketing Y, SI SE TRATA DE UNA NUEVA IDEA DE NEGOCIO, explicar cómo va a hacerse su lanzamiento.



/ 8. Plan de contingencia

COMO EN TODO NUEVO PROYECTO QUE SE LANZA, los riesgos tienen cabida y hay que contar con ellos. POR ESO, ES IMPORTANTE QUE LOS TENGAMOS EN CUENTA y los pongamos sobre la mesa en este documento, DE ESTA MANERA LOS INVERSORES, SOCIOS... podrán conocer por nuestra parte cuáles podrían ser los riesgos a los que se enfrentarían.

PONGAMOS COMO EJEMPLO LO SIGUIENTES: CRECIMIENTO MENOR E INESPERADO, costes/gastos mayores y también inesperados, entrada de competidores desconocidos hasta la fecha o que el producto en sí NO SEA CAPAZ DE CUBRIR las necesidades/expectativas del consumidor.

Para evitar ser sorprendidos por estos riesgos, ELABORAREMOS UN PLAN DE ESTRATEGIAS DE SALIDA. ES DECIR, PLANTEAREMOS ESTAS POSIBLES SITUACIONES Y TRATAREMOS DE HACERLES FRENTE DE MANERA SIMULADA. Para ello, podremos recurrir a estas estrategias de contingencia: modificar el producto ofertado en función de las necesidades del consumidor o modificar, EN CONSECUENCIA, EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE NOS QUEREMOS DIRIGIR, vender parte o toda nuestra empresa a otra del mismo sector, LIQUIDAR EL PROYECTO, ENTRE OTRAS.

Acabamos esta guía con una infografía detallando SEIS RAZONES POR LA QUE TODA STARTUP DEBERÍA ELABORAR UN BUEN PLAN DE NEGOCIOS ANTES DE LANZAR SU PROYECTO, ¡ahí va!

/6 Razones para elaborar UN PLAN DE NEGOCIOS



SIRVE DE HOJA DE RUTA Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO



PERMITE CONOCER EL SECTOR Y LA COMPETENCIA



AYUDA A COMPROBAR LA COHERENCIA INTERNA DEL PROYECTO



ESTUDIA LA VIABILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA DEL PROYECTO



FACILITA LA COMUNICACIÓN DE LA IDEA A POSIBLES INVERSORES, SOCIOS, CLIENTES...



PERMITE VISIONAR EL FUTURO A CORTO PLAZO.