



La importancia de elaborar un plan de negocios al invertir y su financiamiento

María Estéfana Aguilar Sosa

Rodolfo Jesús Guerrero Quintero

María Cruz Córtez García

Isma Sandoval Galaviz



La importancia de elaborar un plan de negocios al invertir y su financiamiento



Editorial

La importancia de elaborar un plan de negocios al invertir y su financiamiento, es una publicación editada por la Universidad Tecnocientífica del Pacífico S.C., calle 20 de Noviembre, 75, Col. Mololoa, C.P. 63050. Tel. (31)1212-5253, www.tecnocientifica.com.
Junio 2017. Primera Edición digital.

ISBN

978-607-9488-37-6

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de La Universidad Tecnocientífica del Pacífico S.C.

La importancia de elaborar un plan de negocios al invertir y su financiamiento

Autores

María Estéfana Aguilar Sosa
Rodolfo Jesús Guerrero Quintero
María Cruz Córtez García
Isma Sandoval Galaviz

Edición

Sergio Ulises Caravantes Estrada
Gisela Juliet Estrada Illan

Diseño de Portada

Cruz Daniela Estrada Escalante

Tabla de contenido

Justificación	5
Introducción	6
Elementos que debe incluir un plan de negocios	8
Plan de marketing	10
Plan de producción y compras	12
Organización y recursos humanos	15
Área jurídico-fiscal	16
Área económico-financiera	17
Financiamiento para pymes	19
Conclusiones	24
Referencias.....	25

Justificación

Todo negocio nace a partir de una idea. Pero ¿Cómo convertir esa idea en una empresa exitosa?

El plan de negocios es un documento donde quien desea emprender un negocio plasma sus ideas, detalla información acerca de su proyecto y la forma de llevarlo a cabo. Contiene además los objetivos y las estrategias que le permitirán desarrollar su empresa.

Es un documento desarrollado por los emprendedores donde se analizan los diferentes factores y objetivos de todas las áreas que van a intervenir en la puesta en marcha de una empresa. Es una herramienta donde el emprendedor de una forma virtual diseña su empresa.

Un plan de negocios es una herramienta para todas aquellas personas que desean emprender un negocio. Es un documento escrito que permite identificar, describir y analizar la oportunidad de negocio. Además nos ayuda a determinar la viabilidad técnica, económica y financiera, que nos va permitir tomar la decisión entre poner en marcha el negocio o no.

Introducción

La planeación es la primera actividad que realizamos cuando vamos a hacer algo, es dónde definimos el objetivo, y detallamos como alcanzarlo. Es dónde nos respondemos los siguientes cuestionamientos:

¿Qué hacer?

¿Cómo hacerlo?

¿Cuándo hacerlo?

¿Dónde hacerlo?

¿Cuánto va a costar hacerlo?

El plan de negocios es un documento escrito donde quien desea emprender un negocio plasma sus ideas y detalla información acerca de su proyecto y la forma en que lo llevará a cabo. Contiene además los objetivos y las estrategias que le permitirán al emprendedor implementar su empresa.

El plan de negocios está elaborado para ser presentado ante dueños, posibles socios y entidades financieras, el cuál debe permitir darse una idea clara sobre los recursos materiales, humanos, tecnológicos y financieros necesarios para echar a andar el negocio.

Beneficios al elaborar un plan de negocios:

- Es un plan definido por escrito.
- Aclara la idea del negocio
- Ayuda a ordenar las ideas
- Identifica las variables críticas necesarias para alcanzar el éxito.
- Facilita el desarrollo del proyecto al llevarlo a cabo.

- Da enfoque y dirección.
- Es una herramienta que nos ayudará a dirigir el negocio.
- Asignación acertada de los recursos
- Nos sirve de entrenamiento previo.

¿Cómo y a quién presentar el plan de negocios?

El Resumen Ejecutivo es un documento que tiene la función de sintetizar toda la actividad de tu empresa y se genera con base en tu plan de negocios una vez que éste quede listo.

Generalmente, el resumen es de una a dos páginas, éste debe incluir los siguientes puntos:

- Concepto de negocio: Describe a la empresa, el producto o servicio que se pretende ofrecer, su ventaja competitiva, las características de los clientes potenciales y el contexto donde se desarrollará todo el negocio.
- Factores financieros.- En este renglón, destacan elementos como ventas, ganancias, flujo de efectivo y retorno de la inversión.
- Necesidades financieras.- Incluye el capital requerido para emprender o fortalecer el negocio, así como el destino de cada peso invertido.
- Posición actual del negocio.- Provee información relevante como el número de años de operación de la empresa, el nombre del propietario y socios, así como personal clave.

Elementos que debe incluir un plan de negocios

1. Estructura ideológica.

Conceptos de debe incluir:

- a) Historia del producto.- Una breve reseña del producto o servicio, como surge, quién lo invento, cuál es su uso más común.
- b) Descripción de la empresa.- Finalidad de la empresa, forma en que expenderá su producto o servicio, público al cuál será dirigido es decir clientes potenciales.
- c) Nombre del negocio.- Éste debe reflejar de manera sencilla a los que se dedica el negocio y el giro en el que se desenvuelve. Características debe ser corto, fácil de pronunciar y recordar.
- d) Registro.- Una vez definido el nombre, es importante registrarlo en el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial)
- e) Filosofía de la Empresa

Misión.- Define el concepto del negocio y su naturaleza, se deben responder las siguientes preguntas básicas:

¿Cuál es la razón de ser de la empresa?

¿Quiénes son sus clientes potenciales?

¿Cuáles son los productos o servicios que ofrece?

¿En qué contexto se desarrolla y quiénes son sus competidores?

¿Cuál es su filosofía, creencias y valores?

Visión.- Es una representación o proyección de lo que se piensa que debe ser la empresa en el futuro, por ejemplo, dentro de un año, dos años o una década.

Valores.- Reglas bajo las cuales se conducirá la organización a la hora de hacer un trato con clientes proveedores, inversionistas y colaboradores

Ventaja competitiva

Es aquella característica que va a hacer único nuestro negocio y por la cual los consumidores lo preferirán de otras opciones existentes en el mercado, como calidad, precio, servicio, entrega, etc.

Análisis FODA

Este te permite conocer, las fuerzas y debilidades del negocio, es decir variables internas que puedes controlar y las oportunidades y amenazas variables externas que conociéndolas puedes aprovecharlas y evitarlas.

Fortalezas.- Características que hace única y diferente ante sus competidores a la empresa.

Oportunidades.- Analizar qué demanda el mercado y definir cómo su negocio podría satisfacer estas necesidades.

Debilidades.- Reconocer los defectos de nuestro producto y servicio.

Amenazas.- Hechos externos que pueden afectar a la empresa, el tener conocimiento de éstas nos ayudará el poderlas detectar anticipadamente y minimizar sus efectos.

Plan de marketing

Consiste en establecer los objetivos comerciales coherentes con los objetivos generales de la empresa.

Definición del producto.

- Analiza de forma detallada el producto que se quiere ofrecer, describiendo aspectos técnicos, económicos y comerciales,
- Resaltar los elementos que lo diferenciarán de los productos ya existentes en el mercado.
- Concretar al segmento de mercado que va dirigido.
- Identificar si el producto o servicio va a satisfacer una necesidad ya existente o bien si se trata de crear una necesidad nueva.
- Si el producto los ofrecen otras empresas, resaltar la ventaja competitiva que vamos a ofrecer

Análisis de mercado

Este está compuesto por dos elementos importantes: el consumidor y la competencia, se deben estudiar a los posibles clientes y sus necesidades.

Análisis de la demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita.

El análisis de la demanda nos va a permitir llevar a cabo una previsión de ventas, la cual nos indicará de forma razonada las expectativas de ventas del producto o servicio, tanto en importe como en unidades.

Aquí es importante llevar a cabo:

- Determinación del universo de estudio.
- Determinación del tamaño de la muestra.
- Elaboración del instrumento de recolección de datos.

Análisis de la competencia u oferta

- Identificar los competidores existentes, como trabajan y como venden.
- Analizar sus fortalezas y debilidades, donde se localizan, y cual es el precio del producto que ellas ofrecen.

Otros elementos importantes que se deben de incluir dentro del plan de marketing son:

Determinación del precio de venta

- El precio es una decisión importante ya que determinará los límites: máximo el cual el cliente no estará dispuesto a comprar el producto y mínimo por debajo del cual no se debe vender para evitar pérdidas.

Comercialización del producto

- Canales de distribución
- Actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

Canales de comunicación

- Además de los ya tradicionales radio y televisión, existen hoy día redes sociales, correos electrónicos, páginas web, blogs, etc.

Plan de producción y compras

En éste debemos detallar como vamos a fabricar o adquirir los productos que vamos a vender.



Figura 1. Plan de Producción y Compras.

Plan de compras

Esto implica programar las siguientes actividades:

- Selección de proveedores
- Fijación de fechas de entrega y cantidad.
- Características técnicas de las materias primas y materiales.
- Análisis de los costos.
- Control de calidad.

- Organización de los almacenes
- Suministro y proveedores alternativos
- Equilibrio entre compras y existencias.

Tecnología aplicada

- Aquí debemos incluir toda la maquinaria y tecnología que requiriremos para el desarrollo del proceso productivo o de las ventas.
- Si la empresa es productora es necesario describir las características de las instalaciones necesarias, así como la maquinaria y el personal que se empleará.
Características del local.
- Permisos que se necesitarán dependiendo del tipo de industria.
- Capacidad de producción.
- Esta debe de estar íntimamente ligada a la demanda del mercado

Proceso de Fabricación

Aquí debemos describir detalladamente el proceso de fabricación de los productos o servicios, indicando materiales, tiempos para cada fase del proceso y llegar al cálculo total del tiempo de producción, materiales necesarios y como se usaran en el proceso de fabricación. Describiendo además el almacenamiento del producto final y cómo lo haremos llegar al cliente.

Localización del proyecto

Es la ubicación física donde se construirá o se instalará el negocio, comprende la macro localización y la micro localización.

Distribución de la planta

Es la ordenación de las áreas específicas requeridas para el buen funcionamiento de la empresa, dentro del espacio físico seleccionado para la puesta en marcha de la misma.

Organización y recursos humanos

Se deben definir las funciones de cada uno de los involucrados a partir de los objetivos del proyecto, se deben repartir las funciones dependiendo del currículum y experiencia profesional, además configuración del organigrama donde quedara manifiesto las responsabilidades de cada área.

La nómina es un documento que reciben los trabajadores de la empresa mes a mes y que es el recibo de salario que la empresa da al trabajador reflejando la cantidad económica que el empleado recibe a cambio de su trabajo.

En otros términos, la nómina es un documento con validez legal que refleja por escrito el salario de los trabajadores. Todo esto con la finalidad de conocer el importe real que se pagaría de este concepto.

Área jurídico-fiscal

En el plan de negocios debemos incluir información sobre la forma jurídica elegida, incluyendo todos los trámites administrativos y legales necesarios para la constitución de la empresa. Elementos a considerar:

- Determinación de la forma jurídica
- Obligaciones fiscales propias de la actividad
- Aspectos laborales: IMSS, INFONAVIT, SAR, Impuesto sobre nóminas
- Permisos, licencias y documentación oficial,

Área económico-financiera

Una vez definidos los objetivos y directrices de nuestro plan de negocios debemos de realizar una fusión de toda la información obtenida a través del plan de marketing, de producción y compras, de organización y recursos humanos, del área jurídico-fiscal, aquí debemos plasmar toda la información cuantitativa de todos los supuestos generales de la empresa.

En la parte financiera se deben incluir el registro de los ingresos y flujo de efectivo que generará tu empresa, Además el Balance general proyectado y el Estado de resultados proyectado, información que te va a permitir conocer:

- Cuál será la inversión inicial
- Cuáles serán tus ingresos totales
- Cuáles serán tus costos y gastos

Información que te permitirá conocer con exactitud, la cantidad necesaria para echar a andar tu negocio.

Plan de inversión inicial

Debemos determinar todos los fondos o inversiones necesarias para llevar a cabo nuestro proyecto como inversiones en:

Activo circulante ó capital circulante – Efectivo en caja y bancos (para pago a proveedores, nóminas, gastos generales), almacenes (materia prima, envases, embalajes, producto terminado), capital para financiar las ventas a crédito.

Activo fijo – Terrenos, Edificios, maquinaria y equipo, herramientas, etc.

Análisis de la información financiera



Figura 2. Indicadores claves para medir la rentabilidad de tu empresa

Plan de financiamiento

Definir de dónde vendrán los recursos financieros que requerimos, los cuales pueden ser:

- Recursos propios.- Aportación de dueños, socios, o accionistas.
- Recursos ajenos.- Son recursos obtenidos por empresas de terceras personas bajo compromiso de devolución a cierta fecha, adicionando cierta tasa de interés por concepto de remuneración por el préstamo.

Tiempo: a corto plazo (menor de 12 meses), a largo ó mediano plazo (superior a 12 meses)

Financiamiento para pymes

Entidades financieras como gubernamentales ofrecen productos y programas diseñados especialmente para microempresas.

Los créditos que ofrecen las instituciones de banca múltiple son una opción de financiamiento viable para la adquisición de maquinaria y herramientas de trabajo (refaccionario), para la compra de mercancías y materias primas (habilitación o avío) o en su caso para capital de trabajo (crédito simple). Los montos son determinados según las necesidades y capacidad de pago del empresario y los plazos varían entre 6 y 60 meses. La mayoría de las instituciones no te solicitan garantías hipotecarias, sino avales o en su caso, la maquinaria, herramientas o materias primas adquiridas quedan como garantía.

Otra opción son los microcréditos, los cuales son pequeños créditos a tasas accesibles que se adecúan a la necesidad de quien lo solicita. En algunos casos las instituciones pueden solicitar un aval u obligado solidario, garantías prendarias o garantías por medio del ahorro que se tiene en la misma institución. Se pueden solicitar de forma individual o grupal.

Algunos bancos los ofrecen, pero principalmente lo hacen las Sociedades Financieras Populares (SOFIPO), Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SCAPS) y Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOM).

Créditos otorgados para micronegocios

Institución / nombre del producto	Características	Tasa de interés
 AFIRME Negocio sí	<ul style="list-style-type: none"> - Monto: de \$2,000 a \$70,000. - Plazo: de 2 a 12 semanas. - Destino: capital de trabajo, activo fijo, remodelación o ampliación del local. 	62.90% anual
 ASP Financiera Credicrece	<ul style="list-style-type: none"> - Monto: \$8,000 pesos en adelante. - Plazo: entre 2 y 18 meses. - Destino: materiales, equipo, refacciones, insumos, herramientas, maquinaria, mercancías ampliaciones y remodelación de locales. 	60% anual
 Banco Ahorro Famsa Microcrédito	<ul style="list-style-type: none"> - Monto: según capacidad de pago del cliente. - Plazo: hasta 36 meses. - Destino: compra de herramientas o maquinaria, ampliar, remodelar, abastecer o equipar tu negocio. 	40% anual negocios con alta en SHCP 45% anual negocios sin alta en SHCP
 BANCO AZTECA Credimax empresario	<ul style="list-style-type: none"> - Monto: desde \$50,000 hasta \$150,000. - Plazo: 13 a 78 semanas. - Destino: inventario, maquinaria y equipo, insumos, materia prima, etc. 	Depende del proyecto
 CAME CRÉDITO Y AHORRO A TU MEDIDA Crédito individual	<ul style="list-style-type: none"> - Monto: de \$1,000 hasta \$150,000. - Plazo: 1 hasta 24 meses. - Destino: inversión en negocio. 	78% anual
 Compartamos Banco Tu crédito en micro/pequeños Crédito crece tu negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Monto: de \$8,000 hasta \$100,000. - Plazo: de 4 hasta 24 meses. - Destino: inversión en su negocio. 	56.4% anual
 Santander Súper crédito negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Monto: hasta \$200,000. - Plazo: hasta 48 meses. - Destino: capital de trabajo. - Cliente: personas físicas con actividad empresarial. 	Depende del proyecto

Nacional Financiera (Nafin) ofrece Crédito Pymes que otorga financiamiento en conjunto con intermediarios financieros (bancos), los cuales pueden utilizarse para capital de trabajo (maquinaria) o activo fijo (un local) y se otorgan de acuerdo a las posibilidades y garantías de pago del cliente.

ABC Capital	Banorte
Banamex	Banco Regional
Banca Afirme	Banco Ve por más
Banca Mifel	Banregio
Banco Ahorro FAMSA	Bansi
Banco Autofin México	BBVA Bancomer
Arrendadora Ve por Más	Arrendadora Afirme
Banco Bajío	HSBC México
Banco Base	Santander
Banco Interacciones	Financiera Bajío
Banco Multiva	Arrendadora Mifel
Arrendadora Banregio	

Figura 3. Intermediarios Financieros Participantes

La Secretaría de Economía (SE) ofrece acceso a financiamientos, capacitación, comercialización, consultoría y desarrollo tecnológico.

Mediante México Emprende la SE te guía, con ayuda de un consultor financiero, durante el proceso que implica conseguir un crédito: detección de la necesidad, búsqueda del producto financiero adecuado, preparación de la documentación necesaria para solicitar el crédito.

México Emprende no otorga el crédito, sirve como gestor ante la banca e instituciones financieras.

También cuenta con el programa Emprendedores, que busca impulsar la cultura empresarial; te ayuda a formar tu idea inicial, incubar tu proyecto e incluso encontrar financiamiento económico para empezarlo.

Otro proyecto es Capital Semilla, que proporciona apoyo financiero temporal para el arranque y etapa inicial del negocio. Los montos financiados varían dependiendo del negocio y los plazos van de 42 a 48 meses. Para más información, consulta la página www.capitalsemilla.org.mx

El Fondo Pyme es un instrumento de ayuda temporal destinado a la compra de equipamiento, fortalecimiento y acondicionamiento de los puntos de venta o atención al público. Cuentan con distintos proyectos integrales enfocados a giros específicos como “Mi Tortilla”, “Mi Panadería” y “Mi Tienda”, entre otros.

Las incubadoras de negocios son organizaciones que tienen como objetivo apoyar la creación y el desarrollo de pequeñas empresas en sus primeras etapas de vida. Proporcionan orientación, consultoría y asistencia integral (desde el desarrollo del plan de negocios hasta la puesta en marcha de la empresa), evalúan la viabilidad técnica, financiera y de mercado de

los proyectos y en algunos casos, proveen de espacios físicos como oficinas, equipos, servicios administrativos, de logística, así como apoyo técnico.

El Sistema Nacional de Incubación de Empresas (SNIE) está integrado por 500 incubadoras, con presencia en 190 ciudades.

Algunas universidades que participan y apoyan a éste programa: IPN, Itesm, Universidad Anáhuac, Universidad Iberoamericana, Universidad de Guadalajara, etc.

Conclusiones

- El plan de negocios nos sirve para poner claramente por escrito los distintos aspectos del negocio.
- El tiempo y el detalle que le dediquemos a éste será una de las inversiones más importantes de nuestro negocio.
- Determinar de cuanto será la inversión inicial.
- Nos sirve como presentación para obtener medios de financiamiento.
- Es una herramienta de marketing
- Determinación del punto de equilibrio.
- Nos permite conocer que tan viable será nuestra inversión, la TIR, el PRI, el VPN.

Además tener conocimiento de los puntos fuertes y débiles de nuestro negocio.

Referencias

Libros:

Alcaraz Rodríguez, Rafael (2011) *Emprendedor de Éxito* México: McGraw Hill.

Baca Urbina, Gabriel. (2010) *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.

Fisher, Laura y Navarro, Alma (1985) *Introducción a la investigación de mercados*. México: Nueva editorial interamericana, S.A. de C.V.,.

Gitman, Lawrence J. (2000) *Administración Financiera Básica*. México: OXFORD.

José A. Almoguera (2003) Plan de Negocios – ESINE Centros de Estudios Técnicos Empresariales

Revistas Científicas:

Marissa Sánchez (2011, Mayo) Cómo desarrollar tu plan paso a paso. Revista Entrepreneur, 48-53.

Páginas web

<https://www.nafin.com/prtalnf/get?file=/pdf/otros/TRECE-PASOS.pdf>

www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/credito/.../249-credito-para-tu-negocio