

PLAN DE EMPRESA

PLANIFICAR EL PROYECTO

El tiempo que dediquemos a la planificación de nuestro proyecto de empresa determinará en gran medida el éxito o el fracaso de nuestra actividad. Es muy importante establecer una base sólida, ya que en ella se apoyará el proyecto; si nuestra planificación es errónea o tiene muchas carencias, probablemente la actividad evolucione con pocas perspectivas de éxito.

Para planificar el proyecto, elaboraremos lo que se llama Plan de Empresa, o informe imprescindible en la fase previa a la constitución de una empresa, debido a que nos ayuda a comprobar si el negocio es viable o no lo es, y, por tanto, si merece la pena poner en marcha la idea o desecharla.

Pero además, si el Plan de Empresa es realista y recoge información detallada y fidedigna del negocio y demuestra su viabilidad económica, es un excelente medio de vender nuestro proyecto a posibles inversores o entidades financieras y de dar una imagen de profesionalidad.

Incluso en el caso de empresas que son ya veteranas en el mercado pero quieren expandirse o diversificar su producto, el Plan de Empresa es un instrumento muy útil que se emplea como indicador para saber si hay desviaciones respecto de la planificación inicial del proyecto.

En definitiva, debemos esmerarnos en redactar y recopilar información de calidad para que nuestro estudio determine con mayor exactitud la viabilidad del negocio. Para ello, debemos tener en cuenta ciertas normas de forma, como por ejemplo:

- Utilizar una expresión escrita adecuada a todos los lectores y cuidar que no tenga erratas;
- Calidad en los contenidos: que sean interesantes, claros y se pueda comprobar su veracidad;
- Una agradable presentación del documento, ya que, como hemos comentado antes, tiene como objetivo ser una eficaz tarjeta de visita de la empresa.

Pero también hemos de tener en cuenta otra condición: la estructura. Debemos organizar toda la información que contiene el plan, de tal modo que tenga una coherencia. Pero también debe ser una estructura flexible, que se adapte a las necesidades de sus distintos destinatarios, es decir, dependiendo de a quién vaya dirigido, nos interesará resaltar u omitir algunos apartados y, por tanto, variar la organización inicial

Dentro de esa estructura, conviene recoger los siguientes puntos para redactar nuestro Plan de Empresa:

- La imagen del producto o servicio;
- El mercado (mercado objetivo, clientes, la competencia);
- Producción (disposición de medios técnicos y humanos);
- Política comercial (precio, comunicación, distribución);
- Estudio económico-financiero (inversión, financiación, ingresos, gastos y cuenta de resultados);
- Plan de viabilidad.

Antes de desarrollar cada punto, es interesante añadir una introducción explicativa, donde se aporta el nombre de la empresa y una explicación breve de la actividad y el sector al que pertenece, así como los objetivos que se persiguen y los medios de conseguirlos. Se puede acompañar también de información acerca del emprendedor o emprendedores que componen el proyecto, de la inversión prevista y de las fuentes de financiación a las que se recurrirá.

A continuación se expone un guión que nos ayudará a elaborar nuestro Plan de Empresa:

1- Definir el producto o servicio y a qué público nos dirigimos:

- Definir cómo nace la idea;t
- Describir la actividad, en qué consiste nuestro producto o servicio y qué utilidad tiene;
- Analizar el sector de mercado susceptible de comprar el producto o servicio (clientes potenciales).

2- Influencia del entorno externo:

- Cómo afectará la evolución demográfica y política al funcionamiento de nuestra empresa;
- Qué aspectos debemos contemplar en cuanto a la normativa para empresas de la Administración;
- De qué manera adaptaré mi empresa a los cambios sociales y tecnológicos
- Describir a nuestro público objetivo;
- Qué proveedores requiere nuestra empresa y en qué condiciones: pagos, plazos de entrega, clientes, etc.;
- Describir a los competidores: sus servicios, precios y clientes.

3- Política Comercial:

- Analizar el nombre o marca comercial y su imagen: que el nombre sea fácil de recordar, de pronunciar y que se identifique con el servicio que ofertamos y que resulte atractivo;
- Describir el ciclo de vida del producto: si su consumo es temporal o permanente y si tenemos previsto cambiarlo. Es, por ejemplo, el caso del consumo de helados, un producto de la temporada veraniega que ahora funciona todo el año;
- Establecer un precio para nuestro producto o servicio, teniendo en cuenta el coste de producción y distribución y los precios que marca la competencia.
- Decidir si vamos a distribuir nuestro producto a través de intermediarios y bajo qué condiciones (plazos, forma de pago, precios...);
- Describir la identidad corporativa de la empresa (logotipo) y dónde se utiliza (papelería, señalización, vehículos, packaging, etc.);
- Si se va a realizar algún tipo de acción promocional de la empresa y sus servicios, definir qué medios se han elegido y por qué (prensa, radio, televisión, buzoneo, Internet, muestras, descuentos, etc.), en qué momento se desarrollará la campaña y en qué gasto incurrimos.

4- Disponibilidad de medios técnicos:

- Hacer un listado del material necesario para comenzar la actividad y su importe;
- Cómo organizamos el sistema de producción: describir el proceso de elaboración;
- Estimar cantidades de producción y plazos;
- Tener en cuenta el control de calidad del producto o servicio;
- Condiciones del local: propio o alquilado, coste y forma de pago, superficie, situación;
- Listar las mejoras o adecuaciones necesarias para la actividad;
- Contemplar la posibilidad de disponer de un almacén o futuras ampliaciones
- Descripción del equipamiento, ya sea maquinaria, herramientas, equipos informáticos o herramientas (precio, cantidad, costes de mantenimiento, etc.);
- Valorar la necesidad de transporte propio o contratado y en qué condiciones.

5- Disponibilidad de medios humanos:

- Realizar un listado de tareas dentro de nuestra empresa y establecer cuántos trabajadores necesitamos para cubrirlas y qué perfil profesional nos interesa más;
- Determinar cómo realizaremos la selección de personal, si la hubiera (tener en cuenta si vamos a contratar a una empresa especializada o nos encargaremos personalmente);
- Informarnos sobre tipos de contratación existente para optar por la más adecuada a nuestro caso y calcular los costes. Hay que tener en cuenta que existen ayudas a la contratación por parte de la Administración.

6- Estudio económico-financiero:

- No debemos olvidar las inversiones que tenemos que realizar para poner en marcha nuestra empresa: maquinaria, equipos informáticos, instalaciones (teléfono, luz, agua,...), compra de locales, gastos de constitución y puesta en marcha (abogados, escrituras, Impuesto de Actividades Económicas o IAE, licencia de apertura,...), etc.;
- De qué dinero disponemos, contemplar si necesitaremos un préstamo o crédito y en qué condiciones, si tenemos garantías o avales y por último, a qué subvenciones podemos optar y cuánto tardan en hacerse efectivas.