**ELEMENTOS INTEGRANTES DE UN PLAN DE NEGOCIOS**

Antes de iniciar con el proyecto de elaborar un plan de negocios que permita al desarrollo tecnológico y/o la innovación ubicarla en un segmento de mercado, es necesario realizar algunos cuestionamientos sobre tu proyecto.

* **Identificar en dónde se está.**
* **A dónde se quiere llegar.**
* **Cómo y con qué se podrá llegar.**
* **¿Que se requiere y que acciones debemos encaminar ?**
* **Para fondearse (conseguir capital y/o crédito)**
* **Para reducir riesgos/ incrementar probabilidades de éxito**
* **Para integrar al equipo que se encargará de implementarlo**

**1. Antecedentes y propósito del negocio:**

* El concepto del negocio, la descripción del producto o servicio, la innovación; es “evolucionario o revolucionario”; se competirá por costo o por innovación?
* Objetivos de corto, mediano y largo plazo

**2. El equipo directivo, ejecutivo y tecnológico que respaldará la**

Implementación (sus capacidades, experiencia, logros previos, condiciones en que se les pretende contratar)

* Integridad, capacidad de resolución de problemas, de trabajo en equipo, complementariedad, balance entre capacidad y pasión por implementar el proyecto, etc.

**3. Análisis de mercado:**

* Tamaño del mercado que se busca
* Crecimiento esperado
* Ubicaciones geográficas (local, nacional, internacional)
* Tendencias del sector

**4. Mercado objetivo:**

* Segmento o nicho de mercado que se busca
* Análisis demográfico del mismo
* Información relacionada a investigaciones de mercado (propios o adquiridos)
* Resultados de sesiones de “grupos de enfoque”
* Tendencias de mercado específico
* Barreras de entrada a nuevos competidores
* Estrategia de entrada y acciones para penetrar el mercado

**5. Competencia:**

* Directa e indirecta; local, nacional e internacional
* Diferenciación de nuestro producto o servicio vs la competencia; ventajas competitivas
* Propiedad intelectual y su protección (nuestra y de los competidores)
* Estrategias de precio

**ELEMENTOS DE UN PLAN DE NEGOCIO**

Un plan de negocios típico contiene ocho secciones separadas, cada una sirve para un propósito especial. A continuación se enumeran y definen cada uno de los elementos.

**1.-Resumen ejecutivo.-**Es la introducción al documento, pero debe ser lo suficientemente amplio para sostenerse y explicarse por si mismo, en muchas ocasiones, esta es la única sección del plan de negocios que un inversionista lee, por tal razón, debe ofrecer un buen panorama general del plan en su conjunto y debería enfocarse en captar el interés del inversionista. Debe ser breve (1 a 2 paginas).

Se sugiere preparar un borrador inicial que sirve como guía durante la preparación del resto del plan y puede ser utilizado como una herramienta preliminar para comenzar a negociar con personas interesadas en el proyecto, una vez que se ha concluido el plan de negocios, entonces se procederá a revisar y actualizar el resumen ejecutivo.

**2.-Descripción del negocio.-** El objetivo de esta sección, es proporcionar un panorama detallado de la empresa y de los productos o servicios que se planean ofrecer. Debe definirse la misión y visión de la empresa, deben establecerse las ventajas competitivas.

**3.-Análisis de mercado.-** Este describe el tamaño y crecimiento potencial del mercado meta en que el negocio va a competir. El empresario debe demostrar que la empresa tiene un entendimiento claro de las condiciones del mercado y que el concepto de negocio es viable dadas las condiciones actuales y futuras.

**4.-Cuerpo directivo.-** Es importante resaltar en esta sección los antecedentes, las capacidades y habilidades, logros, los éxitos obtenidos de los directivos y ejecutivos que van a dirigir este proyecto-empresa. Asimismo se debe considerar que exista la oferta y demandada todo tipo de mano de obra para echar a andar el proyecto.

**5.-Operaciones.-** Esta es la parte más larga y detallada. Esta sección describe las estrategias del empresario para penetrar en el mercado meta seleccionado. Le demuestra al lector que esta bien desarrollado y que es factible llevarlo a cabo.

**6.-Riesgos críticos.-**Muchos empresarios prefieren omitir o evitar esta sección porque piensan que va en detrimento del negocio el presentar los riesgos potenciales que el plan presenta y que esto disminuirá las posibilidades de conseguir financiamiento. Pero al contrario el hecho de incluir un análisis completo de los riesgos del negocio, demuestra al futuro socio, que el empresario ha considerado todas las posibilidades y que incluso ha considerado soluciones a los posibles riesgos.

**7.-Proyecciones financieras.-**El objetivo de este apartado es convencer al lector que el concepto del negocio es financieramente factible y lucrativo. Aquí se establecen los egresos, ingresos, utilidades a corto y largo plazo.

**8.-Apéndice.-** Aquí se incluye toda la información que sirve para respaldar lo que se afirmo a lo largo del desarrollo del plan de negocios: convenios de crédito con proveedores, cartas de intención de compra de clientes, estudios de mercado, patentes, actas constitutivas, uso de suelo, etc.