

## SESIÓN 3

### PLAN DE EMPRESA

#### I. CONTENIDOS:

1. Proceso de formación de una empresa.
2. Naturaleza del proyecto
  - 2.1. Resumen ejecutivo.
  - 2.2. Descripción del negocio.
  - 2.3. Plan de mercado.
  - 2.4. Plan de operaciones.
  - 2.5. Plan de organización.
  - 2.6. Plan de finanzas.
  - 2.7. Integración del plan de empresa.
  - 2.8. Anexos al plan de empresa.
3. Directorio del grupo.
4. Agenda de reuniones.
5. Desarrollo de minuta de las reuniones.
6. Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa.
7. Evaluación de las ideas.

#### II. OBJETIVOS:

Al término de la Sesión, el alumno:

- Conocerá el proceso de formación de una empresa.
- Sintetizará los contenidos estructurales del Plan de Empresa
- Organizará la mecánica de las reuniones, por medio de la creación del directorio, la agenda y las minutas.
- Realizará una tormenta de ideas para determinar si su empresa, comercializará, industrializará o prestará algún servicio
- Evaluará la matriz de *Tormenta de Ideas*, para decidir si su empresa comercializará, producirá o prestará algún servicio.

#### III. PROBLEMATIZACION:

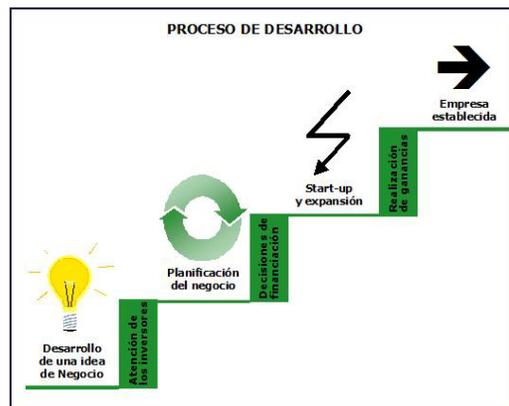
*Comenta las preguntas con tu Asesor y selecciona las ideas más significativas.*

- ¿Si tuvieras que planear el nacimiento de una empresa cuáles serían las acciones que realizarías?
- Imagina que tienes una deuda, ¿cómo administrarías todos tus recursos para pagarla?
- ¿Cuál es la función de tomar nota de las reuniones y tener un directorio y una agenda?

#### IV. TEXTO INFORMATIVO-FORMATIVO:

##### **1.1. Proceso de formación de una empresa.**

El proceso que comúnmente sigue la formación de una empresa comienza con la gestación, le sigue la planeación, inicio, operación, desarrollo y consolidación. La gestación se fundamenta en una fuerte motivación que tenga suficientes razones para crear la empresa posteriormente concretizar la idea de empresa que se tiene. En un segundo momento se elabora el plan de negocios en que se explicitará la identidad del negocio. Así como también definir lo que se necesita para el negocio, es decir, conseguir los recursos.



Entonces viene el tercer paso que es el inicio o nacimiento del negocio. Una vez que nace, la operación es el cuarto momento en donde todo lo que se planeo se pone en acción. Se desarrolla en un quinto paso buscando el crecimiento económico sostenible para que finalmente se llegue a consolidar con el pasar de los años.

### 2.1. Naturaleza del proyecto

Al describir lo que es la naturaleza del proyecto nos podemos dar cuenta básicamente qué es lo que se quiere hacer. Para formular un proyecto es conveniente apoyarse en algunos cuestionamientos que permitan edificar el centro referencial del mismo (qué, por qué, para qué, cuánto se quiere hacer, dónde, cómo, cuándo, a quiénes, quiénes, con qué y cómo se va a costear. La implementación de un proyecto puede llevarse a cabo en tres momentos: estudio de inicio donde se presenta su perfil, el estudio de investigación para ver si es factible y el estudio final o de acción.

#### 2.1. Resumen ejecutivo.

Este tipo de resumen se refiere a la primera sección o parte de un plan de negocios. Contiene sucintamente los elementos más significativos de las otras partes del plan, así que debe ir al principio, pero será elaborado una vez que se terminaron las otras partes. El objetivo de este resumen es que quien lo lea adquiera una perspectiva amplia y resumida del proyecto para que se interese en él y lea las demás secciones del plan. Se propone que el resumen ejecutivo no se mayor a tres páginas en las que se presente, al que lo lea, de manera clara, sencilla y concisa la idea generalizada del negocio o empresa que se plantea. Debe contener la descripción del negocio, los principales actores, el objetivo del plan de negocios, lo que lo hace diferente de otros negocios y los motivos por los que tendrá éxito y el capital que necesita para el negocio, así como la fuente de donde obtendrá los fondos.

#### 2.2. Descripción del negocio.

En esta etapa se ofrece una reseña de lo que es el negocio y de sus adelantos competitivos. Se incluye también una clara exposición del medio o de la industria en la que se pretende participar. Y una puntualización clara de las propiedades originales que tiene el negocio y que lo diferencian de otros que están en competencia por los mismos consumidores. El siguiente cuestionamiento puede ser útil:

- ¿En cuál mercado, en general, está incluido el negocio?
- ¿Cuál es el producto y/o servicio en su negocio?
- ¿Cuál es la imagen de calidad que el negocio va a tener?
- ¿En cuál rango de precios va a competir?
- ¿Cuál es el volumen de ventas que usted espera?
- ¿Cuáles de las necesidades de su cliente satisfacen el negocio?
- ¿Qué hace al negocio diferente de la competencia?

#### 2.3. Plan de mercado.

En este plan hay que describirles a los lectores el por qué del apremio y conveniencia del negocio en el ambiente mercantil, previendo de que en adelante aparezca una cierta competencia. Por lo que el plan de debe incluir un estudio de mercado, tamaño actual del mercado, ciclo de vida o estacional del negocio, un análisis de competencia, una explicación de las ventajas competitivas, descripción de los perfiles de los clientes, detallar a los clientes que podrían comprometerse a firmar contratos, como se van a cubrir las necesidades de los clientes (4Ps), porcentaje de producto que va a participar, describir el área geográfica y medios de distribución, ubicación, manejo de los precios y cuáles son las oportunidades de mercado para el futuro.

#### **2.4. Plan de operaciones.**

En este plan se describe el procedimiento que tiene la empresa para hacer negocio, así como también el desarrollo en la fabricación de los productos o en la oferta de los servicios y sus interrelaciones. Se tiene en cuenta también la manera de organizar el personal teniendo en cuenta su cultura y su crecimiento como ser humano. Sin importar el estilo de negocio que sea, el plan debe integrar los pormenores de los individuos y de los bienes que se necesiten para llevar a cabo las actividades cotidianas de la organización, como puede ser:

- Número de empleados requeridos, capacidad y experiencia que deben tener.
- Uso de consultores externos (abogados y contadores).
- Equipo requerido (maquinaria, vehículos, computadoras...)
- Forma de operar el negocio.

Cuando la firma es manufacturera debe ofrecer un programa de asignación de la empresa y los pormenores de las fases que comprende la manufactura. Si es de comercio detallista ofrecerá los datos respecto a la clasificación de los abastecedores y los sistemas de inspección de inventarios, así como los criterios de crédito para los abastecedores y los compradores. Aquí mismo se debe contemplar el reparto de la mercancía con el fin de acrecentar las ventas. Si es de servicios integrará en su plan datos sobre el itinerario laboral y el sistema para hacer frente al requerimiento desmesurado de atenciones.

#### **2.5. Plan de organización.**

Este plan nos permite constatar que el grupo de personas que están asociadas y echarán a andar la fábrica tienen todos los medios humanos y materiales para operarla. Así como para establecer los cargos que tendrá cada persona al interior de la firma. Partiendo de este plan se elaboran los compendios de responsabilidades y las maneras de proceder de cada uno y así ordenan la firma desde sus comienzos. Este plan contempla la estructura organizacional en la que debe coincidir las funciones y los objetivos, la captación de personal (reclutamiento y selección) y relaciones de trabajo en el que se visualiza la comunicación, trabajo en equipo y la motivación. Sin olvidar la clase de vida y la naturaleza personal de todos los que constituyen la empresa

#### **2.6. Plan de finanzas.**

Aquí se contemplan los datos sobre el futuro desarrollo económico de la firma, así como un posible plan de apoyo económico. En otras palabras se presenta en detalle la realidad económica de la empresa, sus urgencias económicas, el resultado que espera, los posibles apoyos económicos y el inventario económico comúnmente utilizado. Si se desea hay que integrar una ponderación primera de la empresa mediante movimientos de caja descontados. En caso de que sea un dinero en riesgo se deben ofrecer opciones de salida a los que están invirtiendo. Hay que integrar en este plan los aspectos de cómo y cuándo actividad económica de la fábrica se revisa y se calibra. Así como las formas de anticipar el pago de los impuestos.

#### **2.7. Integración del plan de empresa.**

Este plan es un escrito extenso que le permite al dueño estudiar el mercado y proyectar las maniobras de la fábrica. En él se revelará la habilidad del dueño para programar y controlar su firma. Aquí se incluye el tipo de artículos o atenciones que brindará la compañía, incluyendo su plaza que tiene como objetivo, la competencia el entorno, las tácticas de acción y las ponderaciones económicas. Hay que incluir la razón por la que el negocio es una ocasión clara para entrar en comercio exterior, así como la capacidad la compañía para desplegarlo. La razón por la cual hay que elaborar este plan es porque nos permite atraer personas con deseos de invertir, nos ayuda a ver si el negocio es posible, a conducir las acciones de la empresa y a acompañar el progreso del contacto con los abastecedores.

Este plan tiene nueve secciones que sirven para que los capitalistas se sientan con la confianza de invertir en el proyecto.

Los elementos del plan de la empresa son:

1. Resumen ejecutivo
2. Descripción del concepto de negocio
3. Plan de mercado
4. Plan de operaciones
5. Plan organizacional y de administración
6. Plan financiero
7. Análisis de riesgos
8. Integración del plan
9. Anexos

### 2.8. Anexos al plan de empresa.

En esta sección se integran aspectos que vienen a complementar o a aportar información significativamente importante que ayude a comprender de una manera global el proyecto y que no se hayan introducido en partes anteriores. Y como la palabra lo dice (anexo) va después de toda la información del proyecto.

Algunos de los aspectos que se pueden incluir en esta sección pueden ser: listado de clientes potenciales, cartas de intención de compra, encuestas demarcado aplicadas, formato de trámites legales realizados y por realizar, currículum del personal clave de la empresa, información relevante complementaria, directorio de fuentes de información, copias de contratos, certificados, y cualquier otra actividad importante que la empresa haya celebrado, copia de documentos oficiales (formatos internos) y estrategias de participación en ferias y diseño de stand.

### 3.1. Directorio del grupo.

En esta sección se integran los datos personales de los que conforman dicha organización. Se sugiere que el directorio contenga los siguientes aspectos:

Nombre: \_\_\_\_\_  
Domicilio: \_\_\_\_\_  
Colonia: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_  
Fecha de Nacimiento: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_  
Licenciatura: \_\_\_\_\_  
Universidad: \_\_\_\_\_

### 4. Agenda de reuniones.

Esta agenda es muy útil ya que permite enlistar los aspectos sobre que se van a discutir en una reunión acordada. Para su elaboración sugerimos los siguientes aspectos: nombre de la compañía o plan propuesto, la fecha, hora y lugar donde tendrá efecto dicha junta laboral, nombre de las personas convocadas a la reunión, el nombre de los temas que se van a abordar en la asamblea laboral e indicar el orden que se va a seguir (orden del día).

### 5. Desarrollo de minuta de las reuniones.

Por minuta se entiende la síntesis de lo abordado y de lo que se acordó en una reunión, la cual ayuda a realizar el acta definitiva. Para elaborarla hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: nombre del plan propuesto o de la compañía, fecha, hora y lugar donde tuvo efecto la junta laboral, nombre de los que asistieron a la asamblea laboral y lista de compromisos o acuerdos que se adquirieron en la junta laboral.

**6. Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa.**

Como proceso creativo se entiende la evolución mental en el que se conjugan una y otra vez conocimientos y experiencias pasadas, con alguna modificación, la cual desemboca en un nuevo concepto, configuración o idea que soluciona de una mejor manera las urgencias expresadas por los seres humanos. En este sentido un artículo o necesidad que resuelve una compañía será creativo en la medida en que tenga originalidad y utilidad, es decir, que sea totalmente nuevo y que responda una demanda de la sociedad.

Los pasos que se siguieren para impulsar una metodología creativa que nos permita proponer un artículo o crear un negocio son:



**7. Evaluación de las ideas.**

A través de la dinámica llamada tormenta o lluvia de ideas se llega a establecer el artículo o la necesidad a la que responderá la organización. En seguida, proponemos una gráfica de apoyo para llevar a cabo la primera dinámica que servirá de base fundamental para el proyecto.

Producto o Servicio	Características	Necesidad o problema que satisface
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Ya que se han plasmado la totalidad de las sugerencias se someten a una valoración mediante los tópicos que se perciben más adecuados, de ahí se va a escoger la que se considere mejor. Se puede usar una gráfica como esta.

Criterios/ Ideas	Niveles de Innovación	Mercado Potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento de capital	Total