

El plan de negocios:

El plan de negocios:

Referenciar: <http://www.ecobachillerato.com>

Actividades propuestas sobre este libro:

Introducción:

Este libro tiene como objetivo aconsejar y ayudar al empresario de una pequeña a empresa a realizar y estructurar su propio plan de negocios, explicando desde qué es, por qué se necesita, hasta como hay que hacerlo. No se queda sólo hay, sino que abarca otros temas relacionados con el plan de negocios como el análisis DAFO al que en el libro está referido como análisis FODA.

Además incluye actividades relacionadas con cada uno de los temas expuestos, conceptos e ideas que hay que recordar, conclusiones y esquemas que facilitan el aprendizaje.

Resumen:

Este libro está dividido en ocho secciones, de las que se puede deducir como ideas principales las siguientes ideas:

De la primera sección, ¿por qué es necesario un plan de negocios?, habría que destacar que el no tener un buen plan de negocios puede constituir un desperdicio entre otros de dinero y tiempo, supone una falta de control y dirección por muy pequeña que sea esta, y que una de las grandes deficiencias de la mayoría de las pequeñas empresas es precisamente que las actividades que realiza no están organizadas adecuadamente.

Continúa explicando en la segunda sección, ventajas y beneficios del plan de negocios, denotando seis ventajas que explica tanto al principio de la sección como en las conclusiones, entre las que están las siguientes:

- Constituye un elemento útil y eficaz para el autodesarrollo de la empresa.
- Sirve para mejorar la comunicación interna de la empresa como la exterior.
- Ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa.

También resalta la diferencia entre eficacia y eficiencia, ya que se pueden confundir fácilmente.

En la sección 3, explica en que consiste un plan de negocios y cuales son las partes que lo integran (misión de la empresa, objetivos, análisis "foda" o "swot", planes de acción y presupuestos).

En las siguientes y restantes cinco secciones desarrolla cada una de las partes de que constituyen un plan de negocios y nombradas en el párrafo anterior.

La misión de la empresa está desarrollada en la sección 4 del libro. Habla también sobre el entorno de la empresa (aunque sin profundizar mucho) y desarrollo sobre todo (en relación con la misión) el área de negocios y da mucha importancia a los clientes.

La sección 5 trata los objetivos que el empresario tiene que establecer para su empresa, las áreas clave de estos (externa e interna), los factores que determinan el posicionamiento de una empresa (Ej.: Las relaciones personales), los objetivos y el potencial de ventas e incluso un análisis del comportamiento de las ventas desde 1989 hasta 1993.

El análisis FODA o SWOT (al que en economía también se le llama DAFO) está explicado en la sexta sección. Este análisis consiste en analizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y las Amenazas a las que la empresa está expuesta.

Las estrategias que debe utilizar una empresa para alcanzar sus objetivos cuantificables (metas), los planes para cumplirlos (planes de acción) y el desarrollo del proceso global (determinar la misión, establecer los objetivos iniciales, aplicar el análisis foda, establecer los objetivos finales, las estrategias y las metas) están expuestos en la sección séptima del libro.

En la última sección, intenta convencernos de la importancia que tienen los presupuestos ya que constituyen uno de los instrumentos más importantes para la gestión de cualquier empresa y de las

funciones que cumplen: Es un instrumento de control que identifica las necesidades financieras futuras, entre otras muchas. También hace una distinción entre el presupuesto de ingresos (incluye las ventas de sus productos y servicios) y el presupuesto de egresos (incluye todos los gastos y costes).

Vocabulario:

- i. **Eficacia:** Capacidad y habilidad para lograr determinados objetivos y metas.
- ii. **Eficiencia:** Capacidad para alcanzar los objetivos y metas con la menor inversión de tiempo, esfuerzo y recursos.
- iii. **Planificar:** Consiste en la organización de recursos y acciones que habrán de ejecutarse en el futuro con el fin de lograr determinados objetivos y metas.
- iv. **Plan de negocios:** Documento formal en el que se incluye las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa.
- v. **Objetivo:** Es un resultado específico que se prevé alcanzar por medio de la implantación del plan de negocios.
- vi. **Posicionamiento de una empresa:** Es aquello que representa la forma como el público (clientes actuales y potenciales) la perciben y recuerdan.
- vii. **Percepción:** Es lo que el público ve, escucha o interpreta respecto a su empresa.
- viii. **Potencial de ventas:** Es aquel que representa el volumen posible de ventas que su empresa podrá alcanzar establecido en función del mercado que sirve.
- ix. **Beneficio:** Es la diferencia que existe entre los ingresos y los costes totales de una empresa durante un período determinado de tiempo.
- x. **Gerencia:** Es la experiencia en el área de negocios, nivel de conocimientos y habilidades de los niveles de dirección, sistema de planificación,...

- xi. **Innovación:** Capacidad para generar nuevos productos o servicios, creatividad, calidad de diseños...
- xii. **Fortalezas:** Son las características propias de la empresa que le facilitan el logro de los objetivos.
- xiii. **Oportunidades:** Son las situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrán favorecer el logro de objetivos.
- xiv. **Debilidades:** Son las características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos.
- xv. **Amenazas:** Son las situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían afectar negativamente en el logro de los objetivos.
- xvi. **Estrategia:** Enfoque general de las acciones que se ejecutarán para alcanzar los objetivos.
- xvii. **Metas:** Constituyen los objetivos principales, específicos y cuantificables que se deben alcanzar, para cumplir el objetivo establecido con anterioridad.
- xviii. **Presupuesto de ingresos:** Es aquel en el que se incluyen todo lo que se considera como ingresos de una empresa.
- xix. **Presupuesto de egresos:** Es aquel en el que se incluyen todos los conceptos de gastos y costes que representen una disminución de los recursos financieros de una empresa.

Opinión personal:

Me parece un libro que realmente sí que ayuda al pequeño empresario, pretendiendo potenciar las habilidades de dirección y planificación de los dueños y intentando que estos se adapten a las técnicas de gestión necesarias para conseguir que una pequeña empresa permanezca en el mercado.

El único inconveniente que he detectado está en el orden de las secciones, especialmente en el de las tres primeras. El orden que está establecido en el libro es: primero, por qué es necesario un plan de negocios, segundo, las ventajas y beneficios y en tercer lugar, en qué consiste.

Opino que para un pequeño empresario, que puede estar empezando en este "mundillo" convendría haber empezado explicando desde un principio en qué consiste, y ya habrá espacio después para ver sus ventajas o por qué es necesario.

Autor: Jesús Pérez Allueva