

TIPS PARA EMPRENDER

DESARROLLA TU PLAN DE NEGOCIOS



La **descripción de la empresa**, el **análisis financiero** y una **estrategia de marketing** son algunos de los principales aspectos que se deben considerar en el plan de negocios, una herramienta clave para el desarrollo de la firma.

- El plan de negocio es una herramienta que describe de manera detallada la idea de negocio, los objetivos de la empresa y la estrategia para alcanzarlos, la inversión necesaria y soluciones a las posibles dificultades que se puedan presentar en el camino.
- Tener un plan que considere todos estos aspectos no solo es importante para el emprendedor, quien podrá tener claridad sobre el desarrollo del plan, esta herramienta puede jugar un papel vital al momento de buscar financiamiento, ya sea a través de inversionistas, entidades o la banca, quienes necesitarán conocer este documento antes de invertir u otorgar recursos financieros.



1. DESCRIBE EL NEGOCIO

Este ítem puede servir para realizar un **resumen** de lo que hace la empresa como los productos y/o servicios que ofrece, la misión y la visión. También se pueden incluir las estructuras legal y comercial de la firma.



2. ANALIZA LAS FINANZAS

Independiente de si estás en busca de financiamiento, siempre es clave detallar el modelo financiero del negocio, lo que debe incluir los costos iniciales y gastos de la empresa. Por ello, la recomendación es realizar una proyección financiera del corto, mediano y largo plazo, lo que te permitirá potenciar tu empresa.



3. CONOCE EL MERCADO

Para explotar el potencial del negocio es primordial conocer las oportunidades que existen en el mercado, asimismo tener claridad de la competencia, lo que permitirá definir el valor diferenciador y potenciarlo. Un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) es una herramienta que te puede ayudar a identificar los aspectos que debes considerar en el desarrollo de tu empresa.



4. DESARROLLA UNA ESTRATEGIA DE MARKETING

¿Cómo planeas vender tus productos o servicios? Gracias al análisis previo del mercado y establecer tu público objetivo puedes dar paso a una estrategia de marketing. Así definir aspectos como el equipo y los canales de venta y distribución o la vía para comunicarte con tus clientes. Este apartado del plan te permitirá establecer cómo vas a captar la atención del mercado a través del posicionamiento de tu negocio, considerando una estrategia de precios.



5. CREA UN PLAN DE ACCIÓN

Cuando ya definiste los ítems anteriores, la etapa siguiente es definir qué pasos vas a seguir para concretar el plan y las fórmulas para alcanzar todos tus objetivos. Esto considera tareas diarias y las acciones del corto y mediano plazo, para comenzar a concretar el plan.