

PLAN DE NEGOCIO

GUÍA

Parte 1

INTRODUCCIÓN

- Este documento pretende ayudar al proyectista en la construcción del plan de negocio.
- Hay mucha literatura respecto a como crear y desarrollar modelos de negocio, aunque nosotros recomendamos las siguientes metodologías:
 - Lean Startup
 - Canvas Business Model.

INDICE DEL PLAN DE NEGOCIOS

- Resumen Ejecutivo
- El Equipo
- Modelo de Negocio
- Plan Financiero
- Entorno
- Plan de Ejecución
- Análisis de Riesgos
- Estrategia de Salida
- Conclusión
- Anexos

RESUMEN EJECUTIVO

- La idea o propuesta de valor que presentamos.
- La ventaja competitiva.
- Estado del producto y desarrollo tecnológico.
- El equipo.
- Las necesidades financieras y rentabilidad esperada.

RESUMEN EJECUTIVO (I)

- Es el CV del Plan de Negocios. Tiene que vender la idea, no describirla. Su objetivo es el de atraer, enganchar al lector para que siga leyendo.
- No puede limitarse a ser un índice del plan de negocios ni debe añadir información nueva que no aparezca en el plan.
- Ha de presentar las ideas claves y hacerlo de forma muy esquemática. Ha de ser muy concreto y breve y, de su lectura, el destinatario tiene que poder extraer los puntos más importantes de la idea de negocio que se le está presentando.

EL EQUIPO

- Lista CEO y Gestores Clave.
- Incluye logros anteriores para mostrar que se trata de personas con un historial de éxito.
- Años de Experiencia

MODELO DE NEGOCIO

- Visión, Misión y Valores.
- Como funciona el Modelo de Negocio.
- Propositiones de Valor.
- Mercados Objetivos.
- Plan de Marketing.
- Recursos y Actividades Clave.

CANVAS: Diseña el Modelo

SOCIOS / PROVEEDORES CLAVE:

Describe la red de proveedores, socios, colaboradores, que hacen que el modelo de negocio funcione.

1. Alianzas Estratégicas entre no-competidores.
2. Alianzas Estratégicas entre competidores.
3. Alianzas para desarrollo de nuevo negocio.
4. Comprador / Proveedor para asegurar el suministro.

ACTIVIDADES CLAVE:

Describe las cosas más importantes que una compañía tiene que hacer para que el modelo de negocio funcione:

Cuales son las actividades clave requeridas para:

- ✓Proposiciones de valor.
- ✓Canales de Distribución.
- ✓Fuentes de Ingresos.

RECURSOS CLAVE:

Los activos más importantes requeridos para que el modelo de negocio funcione.

PROPOSICIONES DE VALOR:

Describen el paquete de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico. Resuelve los problemas de los clientes, o satisface la necesidad de los clientes.

Los valores pueden ser cuantitativos (precios, velocidad del servicio), o cualitativos (diseño, experiencia del cliente).

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

Describe el tipo de relación que una compañía establece con sus segmentos de clientes. Pueden variar desde Personal hasta Automatizada; e influencia profundamente en la experiencia total del cliente.

CANALES:

Describen como una compañía comunica y llega a sus segmentos de clientes para entregar cada Proposición de Valor.

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES:

Los clientes son el corazón de cualquier modelo de negocio. Los clientes se pueden categorizar en diferentes segmentos:

- ✓ Necesidades Comunes.
- ✓ Comportamientos Comunes.
- ✓ Por Canales de Distribución.
- ✓ Diferentes Rentabilidades.
- ✓ Otros...

ESTRUCTURA DE COSTES:

Describe todos los costes incurridos para operar el modelo de negocio.

- ✓Cuales son los costes más importantes inherentes al modelo de negocio.
- ✓Cuales son los Recursos Clave más caros.
- ✓Cuales son las Actividades Clave más caras.

FUENTES DE INGRESOS:

Representa los ingresos que la compañía genera de cada uno de los Segmentos de Clientes.

- ✓Qué valor están nuestros clientes dispuestos a pagar.
- ✓Cómo lo hacen actualmente.
- ✓Que representa cada fuente de ingreso en los ingresos totales.
- ✓Son ingresos recurrentes (suscripción), o ingresos únicos.

- El Canvas proporciona el modelo de negocio propuesto en una sola página.

LEAN: Testea el Modelo

- Traduce las ideas del modelo de negocio sobre las necesidades de los clientes, mostrado en el Canvas, en hipótesis a validar con los potenciales clientes.
- Sal de la oficina y testea las hipótesis con tus potenciales clientes.
- Aprende de tus potenciales clientes; calibra su reacción al concepto general de tu modelo de negocio.
- Si el feedback de los clientes revela que las hipótesis planteadas son erróneas, revísalas o crea nuevas hipótesis.

LEAN: Testea el Modelo (I)

- Una vez el modelo está validado, crea un Producto Mínimo Viable (PMV), que contiene solamente las características críticas, para probar la propuesta de solución en los clientes.
- Prueba y Refina el PMV con el feedback de clientes de manera ágil.
- Repite el ciclo: Prueba y Refina el PMV con el feedback de los clientes.
- Una vez el Producto está suficientemente perfeccionado, aumenta gradualmente el marketing y los gastos de venta, aumentando el negocio.

MODELO DE NEGOCIO (I)

- Utiliza el Canvas para dar a los lectores de un retrato visual inmediato.
- Describe entonces las Propositiones de Valor, muestra evidencias de las Necesidades del Cliente, resultado del testeo de las hipótesis realizadas con tus potenciales clientes.
- Explica como llegarás al mercado.
- Remarca el atractivo de tus segmentos objetivos.
- Finalmente, describe los Recursos y Actividades Clave necesarios para construir y ejecutar el Modelo de Negocio.