

GUÍA PARA DESARROLLAR TU PLAN DE NEGOCIOS



Confidencialidad

Esta comunicación, está salvaguardada y protegida por la confidencialidad de las comunicaciones de toda índole. Este mensaje se dirige exclusivamente a su destinatario y puede contener información privilegiada o confidencial.

Si no es vd. el destinatario indicado, queda notificado de que la utilización, divulgación y/o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. Si ha recibido este mensaje por error, le rogamos que nos lo comunique inmediatamente por esta misma vía y proceda a su borrado y destrucción.

1 Introducción

Tanto si eres **emprendedor**, como si ya tienes empresa o estás pensando en **lanzar tu idea de negocio al mercado**, seguro, seguro, que te ha tocado o te tocará, enfrentarte a un **plan de negocios**. Ya sabes que en **Innokabi**, no somos muy “pro planes de negocios”, pero si lo tenemos que hacer, vamos a ser ágiles y vamos a hacerlo bien. Por eso, en este post, he pensado hacer una **guía donde te voy a dar las claves para construir un plan de negocios Lean** (ágil) y con sentido, que sea de verdad un documento útil y te permita tomar decisiones.

Lo veremos a través de ejemplos concretos, entre ellos, el plan de empresa de Innokabi. No hablamos de un documento para dejar en un cajón, sino de un plan de negocio de verdad.

Pero antes de nada, es necesario que te hagas algunas preguntas:

- ¿Para que necesito mi plan de negocios?
- ¿Qué conocimiento tengo del mercado real o del sector en el que quiero buscar mi oportunidad de negocio?
- ¿Qué necesito para lanzar una empresa al mercado?...

Si no tienes claro la respuesta a estas cuestiones, has llegado al lugar adecuado.

En esta Megaguía para redactar el plan de negocios de tu empresa, trataremos los siguientes puntos:

1. Aplicación de un plan de negocio.
2. Definición del plan de negocios
3. Plan de negocios modelo y formato
4. El **Canvas de Modelo de Negocio** como base para desarrollar tu plan de negocios.
5. Ejemplo de elaboración de un plan: Caso Real de Innokabi.

Empezaremos por el principio...



Cuál es la aplicación del documento y por qué es necesario redactarlo en determinados momentos.

2 Aplicación del Plan de Negocio

Cualquier documento, ya sea el plan estratégico de una empresa, el plan de marketing, plan financiero o cualquier otro, debe tener un objetivo y una aplicación práctica. Si no es así, es mejor no perder el tiempo en redactarlo. Por eso en este punto, es interesante detenernos a pensar para qué necesito mi plan de empresa, por qué ahora y qué haré con él en el futuro.

- Facilita la obtención de financiación bancaria. En mi opinión es una de las principales aplicaciones y uno de los mayores porqués a la hora de ponernos a trabajar en nuestro plan estratégico.
- Ayuda a reflexionar a los promotores de la [idea de negocio](#), sobre todos los aspectos que deberán cuidar cuando la empresa esté en marcha. Desde el plan comercial, al plan de fabricación, pasando por proveedores y tesorería...
- Participas en un programa o concurso donde te lo exigen... parece mentira, pero pasa...
- Necesitas captar nuevos socios o colaboradores y en determinados foros te lo han pedido.
- Necesitas definir las etapas por las que quieres que pase tu empresa. Sería la visión que tienes de tu nueva línea de negocio para el futuro.
- Puede facilitar la negociación con proveedores, y digo puede...
- Te ayuda a ser claro y a condensar la información de cada miembro del equipo en un documento al que todos deben tener acceso.
- Puede ser un punto de partida, pero te puedo asegurar que no se cumplirá en el 90% de los casos, a no ser que hayas hecho muy bien los deberes. Siento ser aguafiestas...
- Te permitirá medir resultados y tomar decisiones, que impliquen variar la estrategia que tenías definida.

En resumen, estas son algunas de las aplicaciones para tu plan. Lógicamente, cuanto mejor construido esté, más fácil será que sea un documento que de verdad te ayude a medir, tomar decisiones y te permita hacer crecer tu empresa.



Llegados a este punto... ¿Cómo definimos el plan de negocios?

3 Plan de negocios Definición

El plan de empresa, es un documento escrito con un conjunto de objetivos, estrategias y acciones para llevar a cabo una idea de negocio o iniciativa empresarial. En ese documento se recoge cómo el equipo emprendedor o el emprendedor individual, desarrollarán las acciones en cada uno de los “departamentos” de su empresa para alcanzar los objetivos marcados.

Los planes de negocio suelen quedar obsoletos rápidamente, por lo que mi primer consejo es que no sea un documento demasiado extenso, que permita su revisión de manera rápida y sea sencillo aplicar las correcciones necesarias.

En la práctica es difícil que un equipo emprendedor revise con frecuencia el plan de negocios, por lo que existen otras alternativas, como ya conoces, mucho más ágiles y sencillas. Hablo del **Business Model Canvas o lienzo de modelo de negocio** que ya hemos comentado en otros posts.

VER TAMBIÉN: [Cómo emplear el Business Model Canvas](#)

En etapas iniciales de nuestra idea de negocio, no es aconsejable empezar a redactar el plan de negocio, porque el conocimiento del mercado, de los clientes, proveedores y del comportamiento del sector al que nos dirigimos es escaso.

Si redactas un plan de negocios demasiado pronto, perderás el tiempo

Por eso, mi consejo pasa por empezar por el **Lean Cavas**, si tu idea todavía está en fase temprana o por el **Business Model Canvas** si ya está un poco más avanzada.

Un modelo de negocio es dinámico, cambiante y se adapta al mercado. Un plan de negocios por lo general, sufre pocos cambios en su vida. No conozco muchas empresas o emprendedores que dediquen su tiempo a modificar su plan de empresa, después de haber conseguido financiación, por ejemplo, a pesar de que casi con toda seguridad, su modelo de negocio cambiará.



El plan de empresa tiene la credibilidad del modelo de negocio que representa y el modelo de negocio tiene la credibilidad de cómo se han validado las hipótesis sobre las que se sustentaba.

VER TAMBIÉN: [Cómo emplear el Lean Canvas](#)

En el siguiente punto, vamos a ver la estructura que debe contener un plan de negocios y después veremos cómo nos puede ayudar tener definido el Business Model Canvas. Para ello, trabajaremos con el modelo de negocio de Innokabi, como ejemplo, sobre el que acabaremos construyendo el plan de negocios.

4 Plan de negocios modelo y formato

En este apartado vamos a ver la estructura de un plan de negocios, para que recoja toda la información necesaria, pero que no se convierta en un documento insufrible.

Por ejemplo, el plan de negocios de Innokabi es un documento de 24 hojas, no es excesivamente largo, pero permite contar todos los aspectos que veremos a continuación. La estructura de nuestro plan es fundamental para ordenar nuestras ideas, relacionar la información y evitar caer en repeticiones innecesarias.

En el siguiente punto analizamos la estructura del plan de negocio de Innokabi, que te podrás descargar en pdf, al final del post.

4.1 Estructura de un plan de negocios

Existen gran variedad de formatos de plan de negocio, desde lo más sencillo a lo más complejo. Pero en general, casi para cualquier negocio, basta con un documento sencillo que recoja los aspectos más importantes de nuestra línea de negocio.

4.2 Elementos de un plan de negocios

Para trabajar con un plan de negocios estructurado, pero sencillo y conciso a la vez, desde Innokabi proponemos este esquema, que abarca las principales



áreas en las que hacer énfasis al diseñar cómo trabajará tu empresa en el futuro:

- Resumen ejecutivo
- Breve descripción de la actividad, antecedentes y situación actual
- Misión, Visión y Valores
- Modelo de negocio
- Estrategia
- Análisis del mercado y plan de marketing
- Recursos Humanos
- Plan de inversiones y financiación
- Estados financieros

Lógicamente, dependiendo del tipo de negocio, si es más industrial o menos, por ejemplo, se hará más énfasis en la parte de producción, calidad, almacén, etc. En el caso de Innokabi, no disponemos de todo eso, por lo que el plan de negocios es más sencillo. De cualquier manera, es posible reducir el contenido y quedarnos con lo fundamental en cada caso.

Sin duda, el plan de negocios debe recoger los aspectos fundamentales de todo modelo de negocio, por eso, el primer paso, debería ser plasmar un boceto del modelo de negocio que tengas en mente para tu empresa.

5 El Lienzo de Modelo de Negocio, como base para desarrollar tu plan de negocios

El business Model Canvas o **lienzo de modelo de negocio**, es la herramienta de partida para plantear un modelo de negocio, ya sea de una idea innovadora o un proyecto empresarial tradicional. Los nueve bloques del Canvas de Modelo de negocio, te ayudarán a definir la estructura de tu negocio y destacar las áreas donde tu conocimiento del mercado es menor, o tienes mayores carencias.

Como sabes el lienzo de modelo de negocio se compone de 9 bloques.





5.1 Resumen de los 9 bloques del Canvas de Modelo de Negocio

- **Cientes:** A quién diriges tu negocio. Quién te va a comprar. Inicialmente, identificamos a nuestros Early Adopters.
- **Propuesta de Valor:** Por qué te van a comprar y qué te diferencia de la competencia.
- **Ingresos:** Cómo generas ingresos ofreciendo la propuesta de valor a tus clientes.
- **Relación con tus clientes:** A través de qué medios hablas, recibes consultas, las contestas, ofreces servicio técnico, etc.
- **Canales:** Cómo haces llegar tu producto o servicio a tus clientes.
- **Actividades Clave:** Qué actividades son clave en tu día a día para poder ofrecer la propuesta de valor a tus clientes.
- **Recursos Clave:** Aquellos recursos sin los cuales, no podrías ofrecer tus productos o servicios. Personales, materiales, maquinaria, instalaciones, etc.
- **Costes:** Por dónde se te va el dinero en la empresa. Gastos de personal, alquileres, marketing, I+D, impuestos, etc.

[Puedes descargar el canvas de modelo de negocio en pdf aquí.](#)

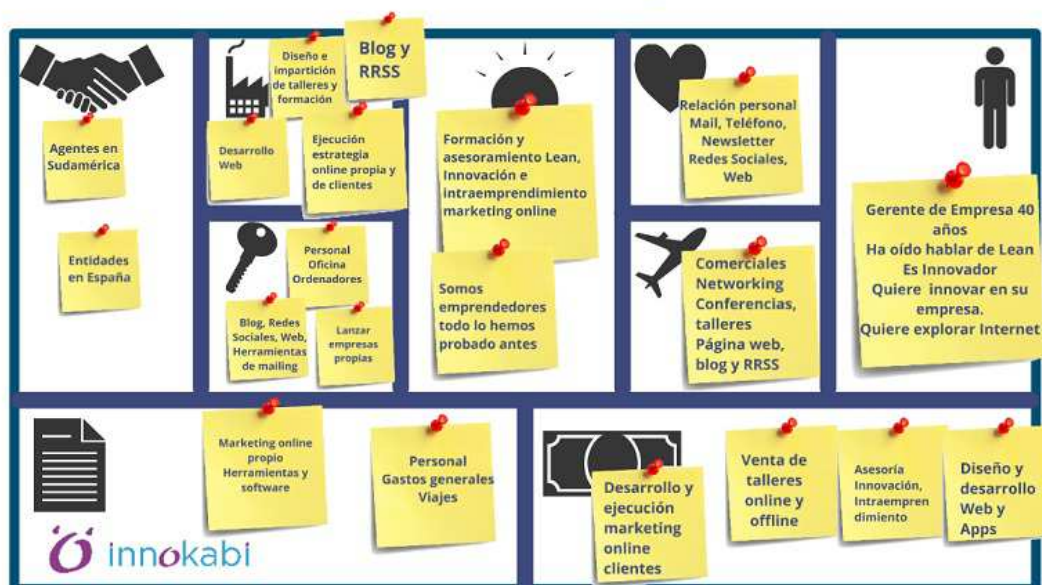
Para ver el ejemplo de un modelo de negocio real, te propongo analizar el Lienzo Canvas de Innokabi. Por si no conoces qué hacemos, te lo cuento en tres líneas:



Innokabi ofrece formación y asesoramiento para ayudar a las empresas a innovar. A través de metodologías **Lean Startup** y **Lean Marketing** ayudamos a nuestros clientes a explorar nuevas líneas de negocio, transformar sus modelos de negocio, explorar el canal online para vender sus productos o servicios y desarrollar su marca en Internet.

Dicho esto, para el caso de Innokabi, nuestro Canvas de modelo de negocio, previo a nuestro plan de negocios, sería el siguiente:

Lienzo de modelo de negocio Innokabi



En este Lienzo de Modelo de negocio, plasmamos los aspectos fundamentales de nuestro negocio, sobre los cuales vamos a poder diseñar y construir nuestro plan de negocios.

Puntualización:

En el caso de Innokabi, llevamos años trabajando el modelo de negocio, testando hipótesis, probando diferentes tipos de clientes y de propuestas de valor, hasta que hemos dado con la que mejor nos funciona. En el caso de un



emprendedor o una empresa que desea lanzar su nueva línea de negocio, será necesario comprobar las hipótesis más críticas del modelo de negocio en el mercado real.

Cundo hablo de hipótesis, me refiero por ejemplo a lo siguiente:

Si en mi modelo de negocio, me dirijo a Gerentes de empresa y quiero impactarles y generar confianza en ellos con mi blog, tengo que comprobar que efectivamente, ese perfil de cliente, lee artículos en blogs de cierta temática. Por contra, si lo que leen son revistas de innovación, por ejemplo, no voy a poder llegar a ellos a través del blog. Esta sería mi hipótesis y debería plantear un experimento que me permita comprobar si es correcta o no.

Lo haría así:

Hipótesis: Los gerentes de empresas de sectores tradicionales, leen blogs de temática innovadora o buscan en Internet cuando piensan en innovar en su empresa.

Para comprobarlo se me ocurren estos dos experimentos:

Experimento 1: Contactar con varios gerentes y hacerles una entrevista de problema, para comprobar las fuentes de las que se informan para incorporar procesos innovadores. Me marco como objetivo que el 60% de los entrevistados empleen internet para localizar empresas que les ayuden a innovar.

Experimento 2: Seleccionar una serie de palabras clave y poner varios anuncios en Google Adwords, para ver cuál convierte mejor. Me marco como objetivo un ratio de clics en el anuncio de un 3%, por ejemplo. Si se cumple valido el experimento y la hipótesis, si no, debería pensar que los gerentes buscan este tipo de servicios en otros lugares que no son Google ;-(

Para no extenderme demasiado dejo estos dos posts relacionados, donde explico cómo validar las hipótesis de mi modelo de negocio.

VER TAMBIÉN: [Ya tengo las hipótesis de mi modelo de negocio y ahora ¿qué?](#)



VER TAMBIÉN: [Cómo saber si mi idea será rentable sin gastar todos mis recursos](#)

Visto esto, vamos a ver cómo empezamos a transferir la información de nuestro Canvas de Modelo de negocio al Plan de negocios, que es el objetivo de este post. Para ello, tenemos que tener claro el modelo de plan que vamos a emplear y cuál es el índice de puntos que queremos que aparezcan en él.

Para el caso de Innokabi, tendríamos el siguiente modelo.

6 Modelo de un plan de negocios

Ya hemos visto en el punto 3.1 la estructura de un plan de empresa sencillo. En este punto, vamos a profundizar un poco más en cada uno de los puntos, una vez tenemos el lienzo canvas planteado y suponemos que muchas de las hipótesis de nuestro negocio verificadas.

En este caso, vamos a detallar cada uno de los puntos y posteriormente, veremos el ejemplo, para el modelo de negocio de Innokabi.

Índice de tu plan de negocios

- 1.- Resumen ejecutivo
- 2.- Breve descripción de la actividad,
- 3.- Antecedentes y situación actual
- 4.- Misión, Visión y Valores
- 5.- Modelo de negocio
- 6.- Estrategia
- 7.- Análisis del mercado y plan de marketing
- 8.- Recursos Humanos
- 9.- Plan de inversiones y financiación
- 10.- Estados financieros



6.1 Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es la introducción donde contamos de manera breve, varios puntos que permiten poner en antecedentes a quien se encuentra con nuestro plan de empresa por primera vez.

Los puntos claves de este resumen ejecutivo son:

1. **El problema que resolvemos y la solución.** Por eso es importante haber trabajado bien el Lienzo de Propuesta de Valor, que nos permite profundizar en qué necesidades tienen nuestros clientes.
2. **Oportunidad del mercado.** Describimos brevemente, el mercado al que dirigimos nuestro producto o servicio, por qué es atractivo y por qué hemos identificado que es una oportunidad de negocio.
3. **Nuestra ventaja competitiva.** Es decir, qué aportamos nosotros que no aportan otros, en qué nos diferenciamos de otras empresas, productos y servicios que ya existen en el mercado o que se aproximan a lo que nosotros pretendemos ofrecer.
4. **Productos y servicios que ofrecemos.** Qué vamos a vender y cómo vamos a generar negocio
5. **Plan de Marketing.** Cómo esperamos llegar al mercado, qué acciones principales vamos a realizar para darnos a conocer y llegar a nuestros clientes.
6. **Cuenta de resultados de 5 años.** Lo que estimamos que vamos a vender, gastar.. una cuenta de resultados basada en lo que creemos, y con la credibilidad que ello conlleva. Cuanto más conozcamos el sector, a nuestros clientes, hayamos empezado a vender, etc. podremos hacer estimaciones más realistas. Cuanto menos conozcamos del sector y más lejos estemos de la venta real de nuestros productos o servicios, menos credibilidad tendrán nuestros números.
7. **Equipo.** Es importante describir quién forma el equipo emprendedor si son varias personas o solo una, perfiles y breve información de cada uno.

Estos son los puntos básicos que debería tener el resumen ejecutivo de nuestro plan de negocios, que no debería ser más extenso de 3 o 4 hojas. Como ves, los puntos 1,2,3 y 4 salen prácticamente solos del trabajo previo realizado con el lienzo de propuesta de valor y Early Adopter.



VER TAMBIÉN: [Descarga en pdf el Lienzo de Propuesta de valor y Early Adopters de Innokabi](#)

Una vez tenemos la idea general de nuestra empresa, será más fácil empezar a profundizar en otros aspectos como veremos en los siguientes puntos.

6.2 Breve descripción de la actividad

Como indica el título del apartado se trata de dar una descripción de la actividad a la que nos vamos a dedicar, cómo hemos llegado a ella y repasar la situación actual del mercado al que nos queremos dirigir.

Hablaremos de nuestro sector, de los productos o servicios que queremos desarrollar o estamos desarrollando y de la oportunidad de negocio que hemos detectado.

6.3 Antecedentes y situación actual

Será importante señalar por qué hemos llegado a identificar esta oportunidad, cuál es nuestra experiencia en el sector, en qué hemos trabajado anteriormente y cuál es la situación actual del mercado y qué oportunidades presenta.

En el plan de empresa de Innokabi que podrás descargar al final del artículo, te mostramos el ejemplo concreto de nuestro mercado y por qué hemos llegado a esa conclusión.

En este punto hablaremos de la solución propuesta por nuestra empresa, para dar cobertura a las necesidades del mercado al que nos dirigimos.

6.4 Misión, Visión y Valores

No es un apartado especialmente relevante en mi opinión, pero es algo que generalmente, gusta a quién lo va a leer. En mi opinión apenas aporta nada, pero es algo que por tradición se suele poner.

- **Misión.** Sería el por qué de todo lo que vamos a hacer, planteado en tres líneas.
- **La visión** es aquello que queremos conseguir, qué visión tenemos de nuestra empresa a largo plazo. Qué nos gustaría conseguir, cambiar o qué huella queremos dejar de nuestro paso.



- **Los valores**, son aquello que forma parte del ADN de nuestra empresa y son las reglas en las que nos vamos a mover a lo largo de nuestra trayectoria empresarial.

En nuestro caso, cada uno de los puntos anteriores serían:

Ejemplo Innokabi

Misión:

Formar y asesorar a empresas y emprendedores para que conviertan sus ideas en realidad, innoven en sus modelos de negocio y exploren nuevos canales para llegar a sus clientes.

Visión:

Convertir ideas innovadoras de negocio en oportunidades de negocio rentables y escalables.

Misión:

- Trabajo en equipo.
- Lean Startup.
- Colaboración. No existe el concepto de competencia.
- Innovación.
- Emprendimiento.
- Sostenibilidad.
- Aprendizaje continuo.

6.5 Modelo de negocio

Este apartado, ya lo hemos trabajado cuando hemos hablado del Canvas de Modelo de Negocio en un punto anterior. Es el momento de contar cómo vamos a generar negocio con nuestros clientes, cuál es nuestra propuesta de valor, cómo vamos a llegar a ellos, cómo nos relacionamos, en resumen, definiremos los 9 bloques del modelo de negocio que ya hemos trabajado.

Como siempre, cuanto más hayamos trabajado el modelo de negocio, más hipótesis hayamos testado y más conocimiento tengamos del mercado, más



creíble será nuestro modelo de negocio, tanto para nosotros como para el banco que esperamos nos de financiación.

En este apartado tienen cabida todas las fuentes de ingresos que tenemos pensadas. Por ejemplo en el caso de Innokabi, podríamos plantear por ejemplo:

- Talleres formativos para empresas, en innovación y metodología Lean Startup.
- Asesoramiento en el lanzamiento de nuevas líneas de negocio e intraemprendimiento.
- Desarrollo de estrategia online y posicionamiento en Internet.
- Formación y asesoramiento en Marketing online.
- Desarrollo de plataformas web

6.6 Estrategia

En la parte de estrategia de nuestro plan de negocios, hablaremos de:

- **Posicionamiento de marca.** Cómo vamos posicionar nuestra marca en el sector al que nos dirigimos. Hablaremos de la metodología que empleamos, por ejemplo.
- **Ejes estratégicos**, tanto a nivel nacional como internacional, si es el caso. Qué tipo de sinergias podemos crear para expandirnos.
- **Fases e Hitos** que vamos a cubrir para desarrollar nuestra estrategia. Qué tenemos pensado a largo plazo y qué pasos vamos a dar para llegar a esa visión que tenemos de nuestra empresa a largo plazo. Por ejemplo, si quiero llegar a tal nivel de facturación, a expandirme a otros países o a desarrollar nueva tecnología, en este apartado de mi plan de empresa, deberé marcar y definir los pasos para lograrlo.

6.7 Análisis de Mercado y Plan de Marketing

En cuanto al análisis del mercado podemos y debemos hacer referencia a varios puntos claves:

El ciclo de vida del sector al que queremos dirigirnos.

Conocer cómo se comporta, referencias y datos que avalen nuestras afirmaciones. El análisis del mercado es importante para conocer bien la



tendencia del sector, si está en alza o decreciendo y encontrar un nicho de mercado que nos permita derivar un negocio rentable.

El análisis de los clientes.

Podemos tener diferentes tipos, y para cada uno de ellos habremos desarrollado un lienzo de propuesta de valor, habremos estudiado sus perfiles, sus objetivos, acciones y problemas y seremos capaces de definir muy bien a quién nos dirigimos. Como en el caso del modelo de negocio, el perfil de los clientes será algo que con toda seguridad evolucione en el tiempo y se verá modificado a medida que vayamos consiguiendo hitos.

Análisis de proveedores.

Con qué proveedores vamos a contar para desarrollar nuestro negocio. Esto lógicamente evolucionará, contaremos al principio con proveedores que después no estarán, lo mismo que los clientes, por eso, nuestro modelo de negocio será dinámico.

Pero de entrada debemos localizar proveedores que nos ayuden a desarrollar nuestro negocio. Cuanto más consigamos involucrarlos, mejor, de tal manera que casi pueden llegar a formar parte de nuestra propia empresa y transformarse en asociaciones clave más que en proveedores.

Asociaciones clave y colaboradores.

Es importante identificar aquellos agentes que nos ayuden a hacer crecer nuestro negocio.

Las asociaciones clave no son meramente cliente-proveedor, si no que son asociaciones que van más allá, porque nos hacen crecer nuestro negocio y el de nuestro asociado, llegando a mercados que de otra manera no podríamos llegar.



Análisis de la competencia.

En este apartado es importante dejar constancia de que conoces otras empresas, productos o servicios sustitutivos que aunque no hagan lo mismo que tú, a ojos del cliente pueden ser un sustitutivo de tu empresa. Aportar conocimiento del mercado en este punto, da sensación de que se ha hecho un buen trabajo de análisis, y de que se conoce el sector y el mercado al que se va a dirigir nuestra empresa.

En este apartado es importante destacar cuál es la ventaja competitiva de nuestra empresa, qué nos hace diferentes y por qué nos deberían comprar a nosotros y no a otros. Haber trabajado muy bien la propuesta de valor de nuestra empresa, producto o servicio, será fundamental para este apartado.

Políticas de Marketing

Lógicamente cómo vamos a dar a conocer nuestros productos y servicios será una de las claves de nuestra empresa. En general, las políticas de marketing no se suelen tener muy en cuenta por los emprendedores y empresas que están más centrado en desarrollar el producto o el servicio que en darlo a conocer. Pero sin marketing, sin acción comercial y sin ventas, no hay negocio, por tanto, este apartado será fundamental para explicar cómo vamos a llegar a esos clientes a los que esperamos vender nuestros productos.

Cómo vamos a fijar el precio, también será un punto que deberá estar incluido en este apartado, para poder establecer una política de precios que haga rentable nuestra empresa.

La parte de comunicación es también un apartado fundamental de nuestro plan de negocios, por lo que debe quedar detallado, como esperamos comunicar lo que hacemos, difundir nuestro conocimiento y conseguir que los clientes confíen en nosotros.

Una buena definición del **embudo de conversión**, será importante en este apartado para definir al menos a grandes rasgos cómo va a ser el proceso de compra de nuestros servicios.



La estrategia comercial, aparecerá muy ligada a todo esto que estamos viendo, a través de la cuál, podremos desarrollar acciones que nos permitan acercarnos a nuestros clientes, dar a conocer nuestros productos y sobre generar confianza en nuestros clientes.

El blog por ejemplo, es una excelente herramienta para dar a conocer tu experiencia, tu conocimiento y qué beneficios aportan tus servicios a los posibles clientes. Las redes sociales y una rápida respuesta, también serán acciones comerciales que te ayudarán a crear ese canal y esa confianza en tu empresa.

En este apartado también puedes explicar en qué basas tu previsión de ventas, como piensas conseguir los números que plasmarás en tu plan financiero y de inversiones, y sobre todo en qué te basas para dar credibilidad a tu modelo de negocio.

6.8 Recursos Humanos

En este apartado el contenido debe estar enfocado a las personas que forman el equipo emprendedor. Generalmente, suele estar mejor visto un equipo formado por varias personas, pero no tiene por qué dar mejores resultados a la larga. Depende enormemente del equipo, de los emprendedores, de los objetivos que tengan cada uno y del nivel de riesgo que están dispuestos a soportar para llevar adelante el proyecto.

El equipo emprendedor suele ser una de las mayores causas de fracaso de proyectos empresariales, por lo que es necesario tener muy claro con quién nos asociamos y qué expectativas tenemos cada uno del proyecto.

Realizar un análisis de los perfiles personales y profesionales, debería ser una tarea a realizar antes de lanzar cualquier proyecto empresarial y a la hora de esbozar nuestro plan de negocio será uno de los puntos a tener muy en cuenta.

En el apartado del plan de recursos humanos, describiremos el reparto de acciones de la empresa, la formación y curriculums de cada integrante del equipo y sobre todo, qué labores van a realizar dentro de la empresa. Un equipo complementario, siempre es un plus importante para cualquier empresa y suele



ser algo en lo que habitualmente se fijan las personas que pueden invertir en tu proyecto empresarial.

En este apartado también será importante introducir el plan de contrataciones, que de soporte al plan estratégico y al modelo de negocio que se ha definido. Además es importante tener en cuenta el crecimiento de la empresa, para tenerlo en cuenta a la hora de contratar personal y de cómo va a repercutir esa contratación en el plan financiero de nuestro plan de negocios.

6.9 Plan de Inversiones y financiación

En el plan de inversiones, es importante reflejar todo aquello en lo que vamos a invertir como empresa, maquinaria, acción comercial, marketing, equipos, instalaciones, internacionalización, y en resumen todo aquello que suponga un desembolso importante y que debamos tener en cuenta.

Un ejemplo podría ser el siguiente:

Inversiones necesarias	Importe
Web	3.000 €
Acción comercial	10.000€
Marketing online	12.000€
Equipos	15.000€
Mobiliario	7.000€
Otros	3.000€



6.10 Estados financieros

En el plan financiero incluiremos las previsiones de gastos que vamos a hacer de aquí a 3 o 5 años, la cuenta de resultados, balances y tesorería que va a soportar todo el negocio sobre el que estamos trabajando.

Por ejemplo, la cuenta de resultados de una empresa sería algo así:

CUENTA DE RESULTADOS 

	2016	2017	2018	2019	2020
Importe neto cifra negocios	160.000 €	300.000 €	500.000 €	650.000 €	980.000 €
Coste de Ventas (variable)	50.000 €	70.000 €	110.000 €	140.000 €	200.000 €
Margen Bruto	110.000 €	230.000 €	390.000 €	510.000 €	780.000 €
Gastos de personal.	49.000 €	137.400 €	228.000 €	201.600 €	271.200 €
Sueldos, salarios y asimilados	42.000 €	88.000 €	134.000 €	119.000 €	144.000 €
Cargas sociales	7.000 €	49.400 €	94.000 €	82.600 €	127.200 €
Otros gastos de explotación	48.500 €	57.350 €	68.245 €	81.492 €	97.461 €
Amortización del inmovilizado.	2.000 €	5.000 €	7.000 €	10.000 €	11.000 €
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	10.500 €	30.250 €	86.755 €	216.908 €	400.339 €
Gastos financieros	1.800 €	7.000 €	8.400 €	8.400 €	8.400 €
RESULTADO FINANCIERO	1.800 €	7.000 €	8.400 €	8.400 €	8.400 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	8.700 €	23.250 €	78.355 €	208.508 €	391.939 €
Impuestos sobre beneficios	2.001 €	5.348 €	18.022 €	47.957 €	90.146 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	6.699 €	17.903 €	60.333 €	160.551 €	301.793 €

Además en este apartado se pueden plantear otros escenarios, uno más pesimista y otro más optimista, así como escenarios paralelos según el tipo de empresa o proyectos que tengamos en mente acometer. Por ejemplo, imagina que tienes en mente la posible asociación con una gran empresa con acceso a su red comercial. Eso puede que te proporcione una generación de ingresos y gastos que de para plantear un cuarto escenario diferente a los tres anteriores (pesimista, realista y optimista).

Esperamos que esta guía te haya resultado interesante.

Un cordial saludo

Alfonso Prim



Si deseas ponerte en contacto con nosotros o recibir información sobre nuestros [talleres](#) o [asesoramiento](#), puedes hacerlo enviando una mail a contacto@innokabi.com

Ayúdanos a difundir el contenido de esta guía compartiendo el post en tus redes sociales.

Muchas gracias.

Para más información www.innokabi.com o escríbenos a contacto@innokabi.com

