



1^{er} Taller de Capacitación en Fortalecimiento Empresarial Exportador

“Plan de Negocios”

ProChile
Junio, 2009



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



1. Descripción de la Empresa

- Nombre de la empresa
- Descripción del proyecto/empresa
- Estado de desarrollo (idea de negocio, prototipo, inicio operaciones, plena operación, inicio exportaciones, exportador)
- Hechos importantes
- Inversionistas, actores importantes



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



2. Misión

Permite establecer el norte estratégico de la empresa

- Misión: es necesario dar respuesta a estas tres preguntas
 - ¿Quiénes somos?
 - ¿Quién es nuestro cliente?
 - ¿Cómo queremos que nos vean nuestros clientes dentro de 5 años?



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



3. Análisis de Mercado – Parte I

- Identificar la necesidad o problema que el producto o servicio satisfaga
- Mercado objetivo: segmento de consumidores actuales y potenciales a los que se quiere llegar.
 - ¿Quiénes son?
 - ¿Qué es lo que quieren o necesitan?
 - ¿Por qué están dispuestos a pagar?

Para caracterizarlos se pueden considerar los siguientes descriptores:

- Geográficos: país, región, ciudad, comuna, clima
- Demográficas: edad, sexo, tamaño familiar, ocupación, ingreso, educación
- Psicográficas: estilos de vida (actividades, intereses, opiniones), personalidad
- Conductuales: ocasión de uso de producto, actitud, lealtad, beneficio buscado



3. Análisis de Mercado – Parte II

- Características del mercado
 - nº de clientes - participación de mercado a la que se aspira
 - % del presupuesto destinado a la compra del producto/servicio
 - proyecciones de crecimiento del mercado
- Competencia
- Análisis FODA (Fortalezas-Oportunidades-Debilidades y Amenazas):

Connotación	Positiva	Negativa
Factores de la empresa		
Internos	Fortalezas (explotarlas)	Debilidades (corregirlas)
Externos	Oportunidades (aprovecharlas)	Amenazas (neutralizarlas)



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



4. Investigación de Mercado

- Servicios de ProChile
 - Visita guiada a ferias
 - Misiones de prospección
 - Sitio Web
 - Perfiles de Mercado Producto / Servicio
 - Biblioteca virtual
 - Estadísticas de comercio exterior
 - Estudios a pedido
 - Otros
- Otras formas
 - Pagar un estudio a una empresa de Investigación de Mercado
 - Sitios Web con venta online
 - “Google”



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



5. 4 P's, Marketing Mix o Mezcla de Marketing

1. Producto/servicio
2. Precio
3. Promoción
4. Plaza (distribución)



5. 4 P's: Producto/Servicio

- Cómo resuelve la necesidad / el problema planteado
- Posicionamiento: ¿cómo quiero que mi producto/servicio sea percibido?
- Niveles de producto:
 - Básico: beneficio o servicio básico
 - Real: marca (nombre, logo), envase, etiquetado, embalaje, calidad, atributos, estilo
 - Aumentado: instalación/entrega, financiamiento, servicio post venta, garantía
- Productos sustitutos



5. 4 P's: Precio

- Política de precio: sugerido por el importador/distribuidor, bajo para atraer a cliente, alto para aumentar el prestigio, otros
- Que cubra los costos, ¿cuál es el margen?
- Estudiar disposición a pagar (estudio de mercado)
- Descuentos
- Modalidad de pago



5. 4 P's: Promoción

- Publicidad: a través de algún medio masivo (gran alcance / baja tasa de cierre)
- Promoción de ventas: incentivos a corto plazo para aumentar las ventas (aumentos de venta / efectos de corto plazo)
- Venta personal: comunicación directa (alta tasa de cierre / costos elevados)
- Marketing directo: e-mail, llamadas, cartas e información distribuida directamente a clientes potenciales (contacto directo / baja tasa de respuesta)
- Relaciones públicas: promover la imagen de los productos
- Placement (publicidad por emplazamiento): productos y servicios en medios de comunicación audiovisual, por ejemplo en películas y teleseries
- Servicios de ProChile:
 - Participación en ferias
 - Misiones de penetración
 - Participación en Sabores de Chile, Semanas de Chile, Muestras y Cata
 - Macro Rueda de Negocios III – Europa (7 al 9 de Septiembre, Viña del Mar)



5. 4 P's: Plaza (Distribución)

- Descripción del proceso de ventas: cómo y dónde opera (cómo se comercializan los productos), cómo se consiguen los clientes, cuánto se demora, dónde se vende, qué se requiere
- Canales de distribución y asociación con otros para entregar valor a clientes (alianzas, partners, etc.). Tipos de distribución:
 - Directa
 - Uso de intermediarios
 - Va a depender de características del producto, comprador, presupuesto, control que quiero.
- Fuerza de ventas: composición, número y evolución en el tiempo para alcanzar metas. Considerar n° visitas, % propuestas presentadas, % cierre.
- Estrategia de distribución:
 - Push (empujar): productor promueve producto/servicio en el distribuidor
 - Pull (tirar): productor promueve producto/servicio en el consumidor



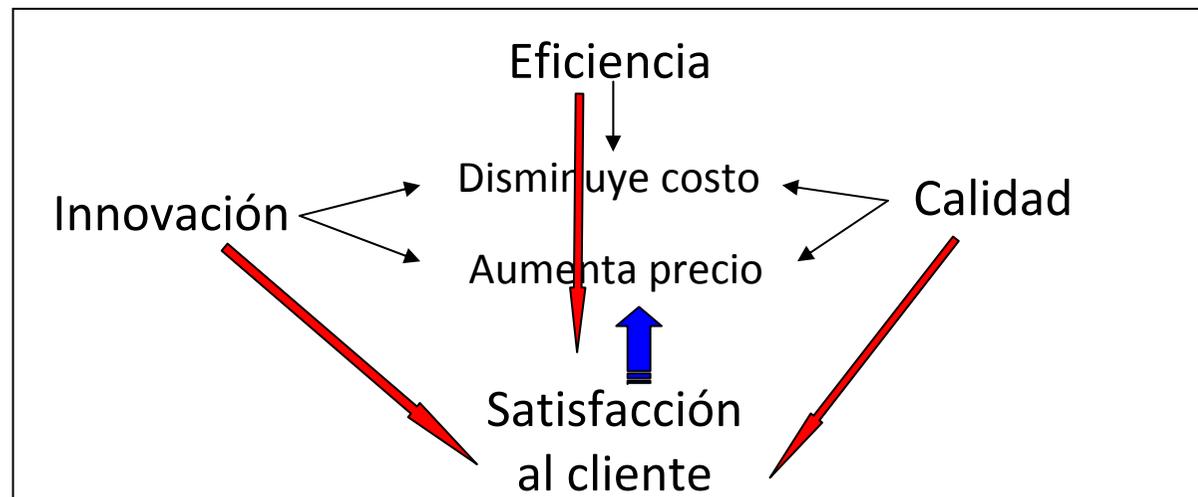
¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



6. Estrategia Competitiva

- Estrategias masivas:
 - Estrategia de costos
 - Estrategia de diferenciación
- Estrategia de nicho (mercado reducido):
 - Estrategia de costos
 - Estrategia de diferenciación





¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



7. Operaciones

- Infraestructura necesaria
- Personal requerido
- Tecnología requerida
- Seguros
- Abastecimiento (adquisiciones)
- Producción
- Despacho
- Controles
- Certificaciones



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



8. Organización y Plan de Trabajo

- Organigrama (equipo gerencial): rol de cada uno, conocimientos, experiencia
- Planificación: inversión, puesta en marcha, fases, actividades críticas, principales responsables de las actividades



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



9. Proyecciones Financieras

- Inversión requerida para llevar a cabo las ventas
- Estrategia de financiamiento
- Proyecciones de venta (objetivo de venta): en volumen e ingresos para 5 años con detalle trimestral para el 1^{er} año, y detalle anual para los años siguientes



¿En qué consiste un Plan de Negocios?

1. Descripción de la empresa
2. Misión de la empresa
3. Análisis de mercado
4. Investigación de mercado
5. 4 P's: producto/servicio, precio, promoción y plaza (distribución)
6. Estrategia competitiva
7. Operaciones
8. Organización y plan de trabajo
9. Proyecciones financieras



Apoyo de ProChile

- A través de su red de 15 Oficinas Regionales y 52 Oficinas Comerciales en el Exterior en 41 países. En este caso a través del Ejecutivo de la RM.
- Sitio Web de ProChile
- Fono Asistencia al Exportador: 02 - 676 5700
- Conocimiento de mercado
- Promoción de exportaciones
- Programa Pymexporta
- Programa PIAC
- Otros



1^{er} Taller de Capacitación en Fortalecimiento Empresarial Exportador

“Plan de Negocios”

ProChile
Junio, 2009