

PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL



Photo by [Kelly Sikkema](#) on [Unsplash](#)

Planificación Empresarial – ¿Cómo empezar?

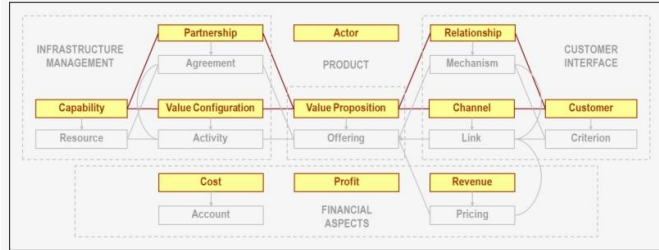


Pre-requisitos:

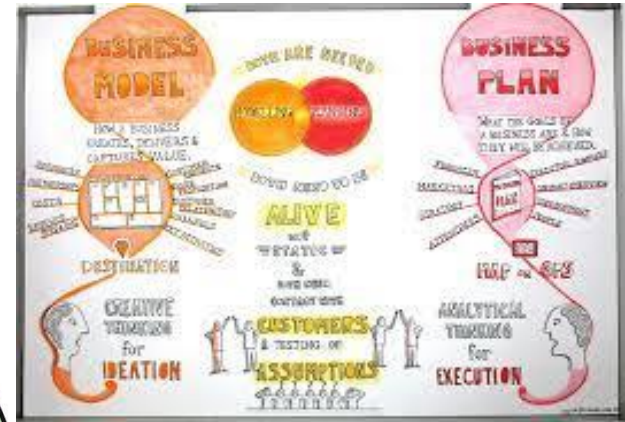
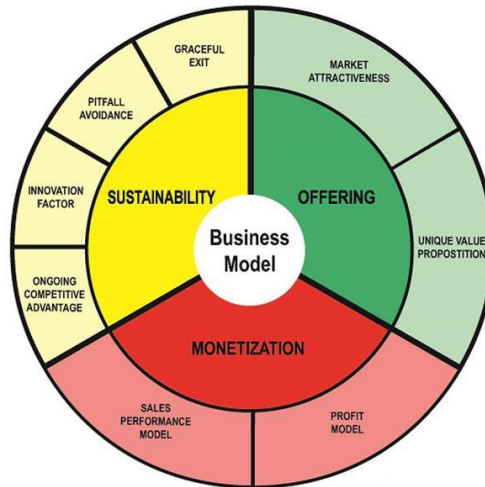
- Estrategias de Marketing
- Entorno regulatorio
- Requisitos de capitalización
- Oportunidades de financiación
- Organización
- Riesgos
- Competencia

Planificación empresarial – ¿Qué modelo seguir?

How? What? Who?

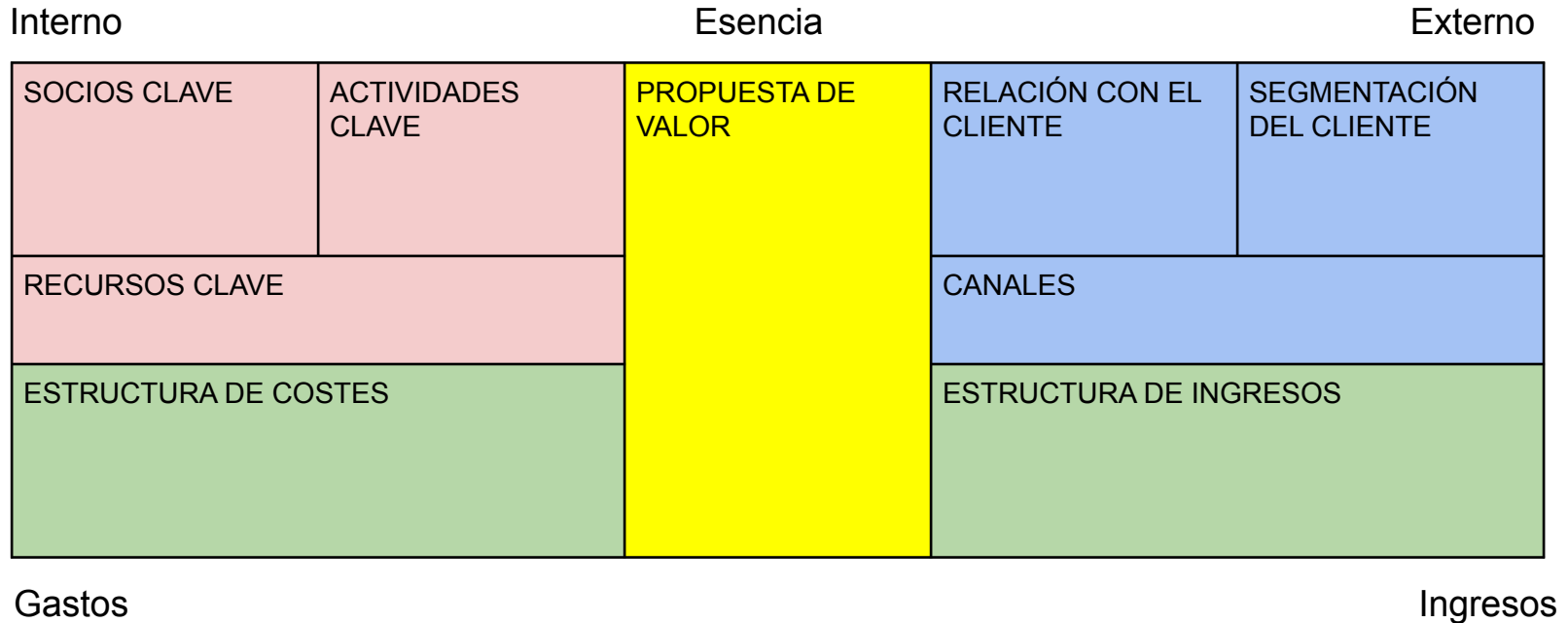


How much?



Business Model CANVAS

- 2005 por [Alexander Osterwalder](#)



Business Model CANVAS

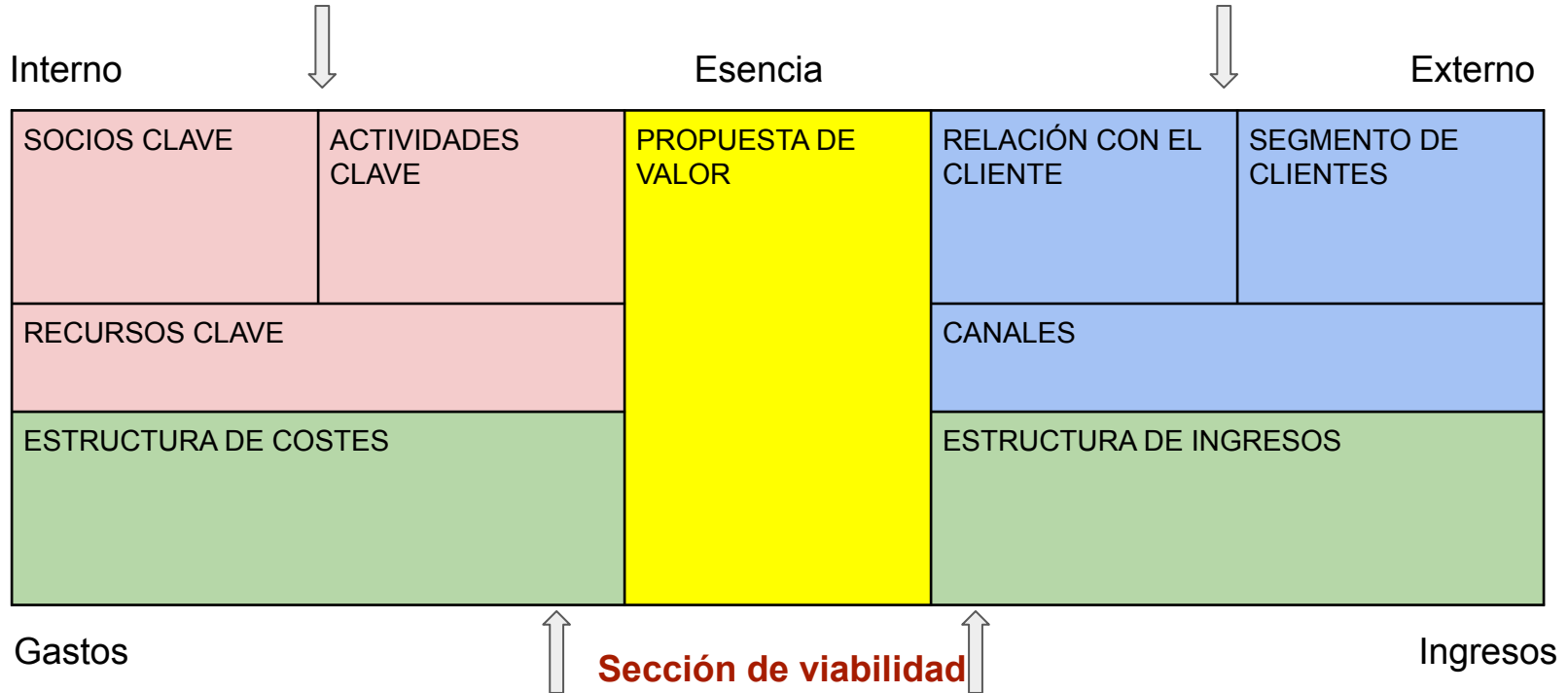
- 2005 por [Alexander Osterwalder](#)



Business Model CANVAS

Sección de factibilidad

Sección de lo deseable



1. Propuesta de valor

- ¿Cuál es el problema/necesidad que resolveremos en la sociedad o al cliente?
- ¿Por qué alguien querría resolver este problema?
- ¿Qué es lo que causa este problema?
- ¿Qué cosa singular podemos hacer para resolver este problema/necesidad?
- ¿Cómo podemos comunicar la cosa singular de una manera única?



DECLARACIÓN DE MISIÓN Y VISIÓN

SEGMENTO DE CLIENTES - Perfil del cliente

- ¿Qué problema se necesita resolver?
- ¿Quién apreciaría tu propuesta de valor única?
- ¿Qué tienen en común tus clientes?
- ¿Cuáles son los comportamientos, pensamientos o rutinas de sus clientes?
- ¿Son conscientes de las necesidades o problemas a los que se enfrentan?



SEGMENTOS DE CLIENTES: 1. Aspectos demográficos
2. Aspectos sociológicos
3. Aspectos psicológicos

SEGMENTO DE CLIENTES

Actividades para llevar a cabo:

1. Definir el avatar de tu cliente(s)
2. Definir tu segmento del mercado
3. Definir la dimensión de tu segmento del mercado
4. Detallar tu segmento del cliente

SEGMENTO DE CLIENTES - herramientas de análisis de mercado

Sección de lo deseable

Cuestionarios de análisis de mercado

Ejemplos de pregunta:

- ¿Qué tan probable es que recomiende este producto a un amigo o colega?
- ¿Qué es lo que más te gusta del producto?
- ¿Qué es lo que más le gusta de los productos de la competencia en el mercado?
- ¿Qué razones tienes para elegir el producto?
- ¿Cuáles son las razones por las que podría no comprar el producto?
- ¿Con qué frecuencia compra este producto?
- ¿Tienes alguna experiencia negativa con productos similares?

RELACIÓN CON EL CLIENTE (interacción con los clientes)

- ¿Quieres/necesitas una relación a largo/corto plazo?
- ¿Necesitas contacto humano/tecnológico?
- ¿Dónde está tu enfoque: cliente nuevo/fidelizado?
- ¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos con cada uno de nuestros Segmentos de Clientes?
- ¿Cuáles hemos establecido?
- ¿Cuánto cuestan?
- ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

CANALES

- ¿Cómo y dónde comunicamos a los clientes nuestros productos/soluciones?
- ¿Dónde están nuestros clientes? ¿Cómo los estamos alcanzando ahora?
- ¿Dónde prefieren los clientes comprar nuestros productos?
- ¿Cómo prefieren comprar nuestros productos? (tarjeta/efectivo; sitio web/físico)
- ¿A través de qué canales quieren llegar nuestros Segmentos de Clientes?
- ¿Cómo se integran nuestros Canales? ¿Cuáles funcionan mejor?
- ¿Cuáles son más rentables?
- ¿Cómo los estamos integrando con las rutinas de los clientes?

ACTIVIDADES CLAVE

- ¿Qué tienes que hacer para cumplir tu promesa (visión)?
- ¿Qué departamentos son necesarios para acometer estas tareas?
- ¿Qué Actividades Clave requieren nuestras Propuestas de Valor?
- ¿Cuáles son nuestros Canales de Distribución?
- ¿Cómo planeamos concebir nuestras relaciones con los clientes?
- ¿Cuáles son nuestras principales fuentes de ingresos?



PROCESOS Y TAREAS

RECURSOS CLAVE

- ¿Qué necesitas para cumplir con esas actividades (recursos fijos/humanos)?
- ¿Qué Actividades Clave requieren nuestras Propuestas de Valor?
- ¿Cuáles son nuestros Canales de Distribución?
- ¿Cómo planeamos concebir nuestras relaciones con los clientes?
- ¿Cuáles son nuestras principales fuentes de ingresos?

Ejemplos: recursos humanos, tecnología, equipos, base de datos, ubicación, stock de materiales, marca

SOCIOS CLAVE

- ¿Qué habilidades son tus puntos fuertes (de emprendedor) y cuáles no?
- ¿Quién te ayudará a ofrecer el valor que prometiste (socios, partes interesadas, colaboradores)?
- ¿Quiénes son sus socios clave?
- ¿Quiénes son sus proveedores clave?
- ¿Qué recursos clave estás adquiriendo de los socios?
- ¿Qué actividades clave realizan los socios para ti?

ESTRUCTURA DE COSTE

- ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
- ¿Qué recursos clave son más caros?
- ¿Qué actividades clave son más caras?
- ¿El costo es fijo/variable?

ESTRUCTURA DE INGRESOS

- El precio que estás vendiendo por segmento de clientes;
 - La frecuencia de venta de los productos;
 - El valor medio de los ingresos por productos;
-
- ¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
 - ¿Cómo preferirían pagar?
 - ¿Cuánto contribuye cada flujo de ingresos a los ingresos generales en términos de porcentajes del total?

¿Cuáles son los principales beneficios de un Plan de Negocios para artesanos?

- demostrar que te tomas en serio tu negocio.
- Establecer hitos comerciales.
- Entender mejor a tu competencia.
- Entender mejor a su cliente.
- Evaluar la viabilidad de su emprendimiento.
- Documentar su modelo de ingresos.
- Determinar sus necesidades financieras.
- Atraer inversores.
- Reducir el riesgo de aprovechar la oportunidad equivocada.
- Obligarte a investigar y conocer realmente tu mercado.
- Posicionar tu marca.
- Juzgar el éxito de su negocio.
- Documentar su plan de marketing.
- Descubrir nuevas oportunidades.