

Herramientas para salir de la crisis

Módulo 2: ¿Cómo puedo solucionarlo?

A Coruña, 15 de Diciembre de 2011



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



QUALINNOVA
CONSULTING S.L.

OBJETIVOS DEL MÓDULO 2



- El plan de negocio y el plan estratégico: principales similitudes y diferencias.
- El Plan Económico - Financiero



¿QUÉ ES ESTRATEGIA?



Definimos ESTRATEGIA como el conjunto de acciones que se llevan a cabo para conseguir un fin.



MÁS DEFINICIONES...

PLAN DE NEGOCIO



Documento estratégico en el que plasmar toda la planificación necesaria para el comienzo de un nuevo proyecto empresarial.

Identifica, describe y analiza una **OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**.

IMPORTANTE: ha de ser viable técnica, económica y financieramente.



MÁS DEFINICIONES...

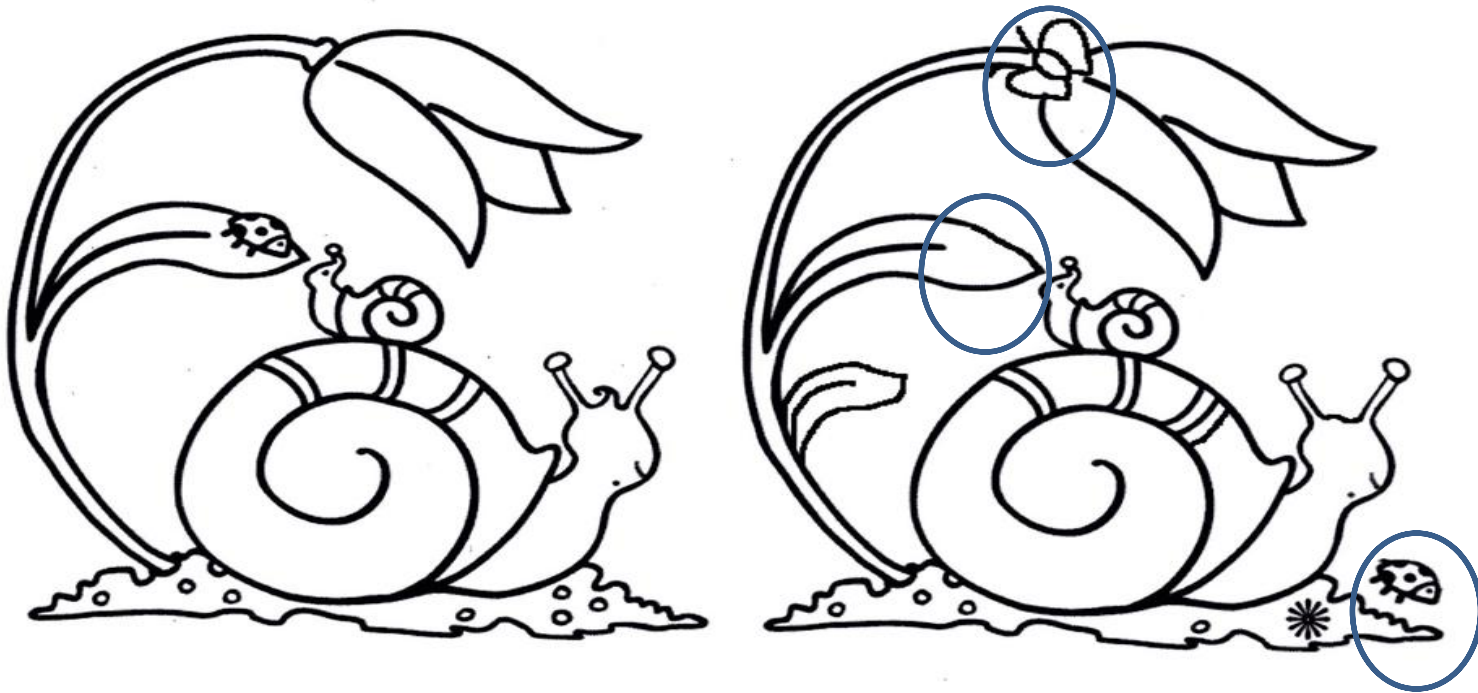


PLAN ESTRATÉGICO

Documento en el que los responsables de una empresa deben introducir cambios en el planteamiento estratégico de la misma, para conseguir metas y objetivos, plasmar las ideas de futuro, a **DÓNDE** quieren llegar y **CÓMO** lo van a conseguir.

En él se deben definir la misión y visión de la empresa.

¿CUÁL ES LA PRINCIPAL DIFERENCIA?



Plan de negocio: Creación de la empresa

Plan estratégico: Redefinición de objetivos de la empresa ya creada



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



QUALINNOVA
CONSULTING S.L.

¿PARA QUÉ NECESITAMOS UN PLAN DE NEGOCIO?

Es el documento de referencia para:



- **Búsqueda de financiación**
 - Negociación con bancos
 - Créditos blandos de AA.PP.
 - Subvenciones
- **Búsqueda de socios**
- **Negociación con proveedores**
- **Penetración en el mercado**
- **Visibilidad**
- **Análisis de desviaciones**

¿PARA QUÉ NECESITAMOS UN PLAN ESTRATÉGICO?

Es el documento de referencia para:



- **Expansión**
 - A mercados exteriores
 - De líneas de negocio
- **Refinanciación**
- **Consolidación**
- **Análisis de desviaciones**



ESQUEMA DE LOS PLANES

Plan de negocio

1. Resumen ejecutivo (2 páginas)
2. Descripción del negocio (denominación, imagen, promotores, forma jurídica, localización)
3. **Análisis del entorno y sector económico** (identificación tamaño, evolución, aspectos económicos, políticos, jurídicos...)
4. Estudio y análisis de mercado (mercado objetivo, segmentación de mercado)
5. Análisis competencia (posición competitiva, cuota de mercado, barreras de entrada)
6. **DAFO**
7. Plan de Marketing y ventas (objetivos, plan de acción, plan de marketing, control y seguimiento, organización)
8. Plan de operaciones (descripción productos o servicios, proceso de producción, plan de aprovisionamiento).
9. Organización y RR.HH (organización funcional de la empresa, selección personal, política salarial, externalización, formación)
10. Estructura legal de la empresa (convenios, buenas prácticas, colegiación, legislación...)
11. **Plan Económico-Financiero**
12. Plan de contingencia (alternativas a las previsiones que no se cumplan).
13. Programación (cronograma o diagrama Gantt)
14. Anexos (CV, modelos contratos, LOPD, gráficas, tablas numéricas...).

Plan estratégico

1. Análisis de la situación de la empresa
2. Análisis del entorno
3. Análisis interno
4. Diagnóstico estratégico - **Matriz DAFO**
5. Líneas estratégicas de Actuación
6. Objetivos (Cuantitativos y Cualitativos)
7. Estrategias corporativas
8. Estrategia por unidad de negocio y nivel operativo
9. Estrategias funcionales
10. **Plan Económico - Financiero**
11. Sistema de Mando Integral (seguimiento y control)



¡OJO!...¿QUIÉN ES EL DESTINATARIO DE NUESTRO PLAN?



Debemos redactar el plan conforme a los intereses de quien lo vaya a leer. Para ello, habrá que enfocar el resumen ejecutivo hacia los diferentes intereses:

- **Bancos:** plan económico-financiero viable. Crecimiento estable.
- **Socios:** experiencia del promotor y conocimiento del entorno.
- **Inversores privados:** alta rentabilidad y proyecto diferenciado.



¿QUÉ TIENEN EN COMÚN?

http://www.bicgalicia.org/index.php?option=com_guia&Itemid=186&lang=es

Cuadro.- DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Empresa nueva sin clientela ni referencias favorables	Integrar los servicios de asesoría y gestoría
Dificultades para captar los primeros clientes	Formación de promotores y trabajadores
Dificultad para diferenciarse de la competencia	Ubicación
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Alta competencia	Tendencia a externalizar servicios
Software de fácil manejo que permite el "hacerlo uno mismo"	Crecimiento del sector servicios
Recesión económica reduce externalización de servicios en las empresas	Cambios en las normativas fiscales y laborales

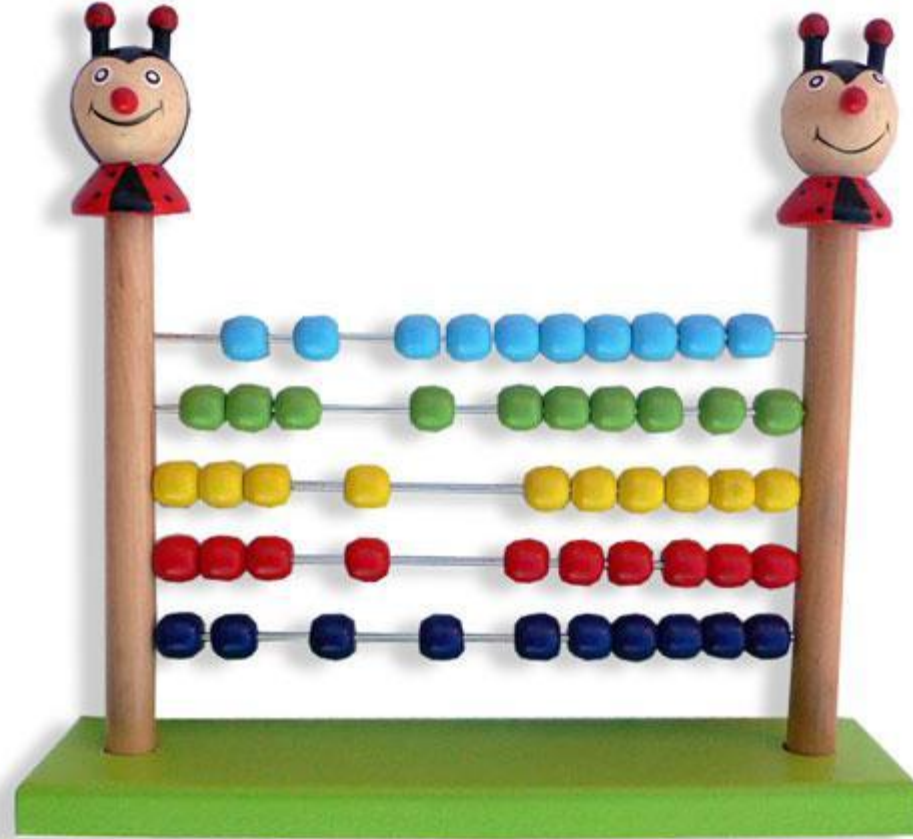
INTERNO

ENTORNO

MATRIZ DAFO (gestoría-asesoría)



¿QUÉ TIENEN EN COMÚN?



PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



QUALINNOVA
CONSULTING S.L.

BIBLIOGRAFÍA

YVONNE SÁNCHEZ / GONZALO CANTARERO

MBA DEL SIGLO XXI

TODO LO QUE PODRÍAS APRENDER EN UNA ESCUELA
DE NEGOCIOS ¡SI TUVIERAS EL TIEMPO NECESARIO!



LA GUÍA DEFINITIVA



mī

MBA del siglo XXI

Yvonne Sánchez - Gonzalo Cantarero

Edición 2008

Editorial: Ediciones Martinez Roca, S.A.

www.mediciones.com



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



QUALINNOVA
CONSULTING S.L.