PLAN DE NEGOCIO. SU UTILIZACIÓN PROFESIONAL.

D'AVANZO, M.L., MIERKE, A.; VILLANUEVA, F.
Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Provincia de Santa Fe Cámara Segunda y el Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Rosario. Comisión Licenciados en Administración.

E-mail: mlaura.davanzo@fcecon.unr.edu.ar

Resumen: El Plan de Negocios está basado en la idea de que toda la información que es necesaria para evaluar una alternativa, puede ser presentada en forma sistemática y estandarizada, y que, de esta manera, las fortalezas y debilidades de una idea pueden ser evaluadas efectivamente para aumentarse o disminuirse. El Plan de Negocios representa en sí mismo una parte, probablemente la más importante, de un proceso más amplio de definición estratégica. A pesar de ello, aún hoy se siguen presentando en muchos empresarios y emprendedores interrogantes cómo: ¿Para qué sirve un Plan de Negocios? ¿Cuáles son sus objetivos? Haciendo necesario validar la utilidad del Plan de Negocios en la comunidad de emprendedores y PyMES como herramienta indispensable para la toma de decisiones previas a cualquier tipo de inversión. Mediante una investigación en una primera etapa Exploratoria, posteriormente Descriptiva, se buscó estimar el grado de utilización del Plan de Negocios y hallar el grado de implementación práctica de la RT 49 de Plan de Negocios. La selección del mismo obedece en principio a dos criterios fundamentales como lo son la importancia y viabilidad de la temática investigada. Los avances preliminares nos permiten realizar dos observaciones: 1) la necesidad de motivar tanto a los colegas como a los destinatarios o usuarios de nuestros servicios en lo que refiere a una herramienta tan importante como el Plan de Negocios; 2) la necesidad de realizar revisiones y actualizaciones a la RT 49.

Palabras claves: Herramienta decisoria - Definición estratégica - Ejercicio profesional

Abstract: The Business Plan is based on the idea that all the information that is necessary to evaluate an alternative can be presented in a systematic and standardized way, and that, in this way, the strengths and weaknesses of an idea can be evaluated. Effectively to be increased or decreased. The Business Plan represents in itself a part, probably the most important, of a broader process of strategic definition. Despite this, even today many businessmen and entrepreneurs continue to have questions such as: What is a Business Plan for? What are your objectives? Making it necessary to validate the usefulness of the Business Plan in the community of entrepreneurs and SMEs as an essential tool for making decisions prior to any type of investment. Through an investigation in a first Exploratory stage, later Descriptive, we sought to estimate the degree of use of the Business Plan and find the degree of practical implementation of RT 49 of the Business Plan. Its selection obeys in principle two fundamental criteri on such as the importance and viability of the topic investigated. Preliminary progress allows us to make two observations: 1) the need to motivate both colleagues and the recipients or users of our services regarding such an important tool as the Business Plan; 2) the need to carry out reviews and updates to RT 49.

Keywords: Decision making tool - Strategic definition - Professional practice

Introducción

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y cambiante, tener un plan de negocios claro, definido y bien pensado es esencial para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de cualquier empresa.

A pesar de ello, aún hoy se siguen presentando en muchos empresarios y emprendedores interrogantes cómo: ¿Para qué sirve un Plan de Negocios? ¿Cuáles son sus objetivos? Haciendo necesario validar la utilidad del Plan de Negocios en la comunidad de emprendedores y PyMES como herramienta indispensable para la toma de decisiones previas a cualquier tipo de inversión.

Como indica Pursell (2024), el Plan de Negocios como "un documento detallado que define los objetivos de una empresa, las estrategias para alcanzarlos y los recursos necesarios para su implementación". No solo guía a los emprendedores en la toma de decisiones, sino que también es vital para atraer inversores y asegurar financiamiento. Un buen plan de negocios debe documentar el modelo de negocio, esbozar las proyecciones financieras, analizar la competencia, delinear las estrategias de marketing y ventas necesarias para alcanzar el éxito y establecer una hoja de ruta clara para convertir una idea de negocio en una realidad.

De esta forma, los Planes de Negocios bien estructurados proporcionan una visión integral. Sin un plan de negocio sólido, las empresas corren el riesgo de perder el rumbo y fracasar en un mercado exigente y en constante evolución.

Marco teórico

Un Plan de Negocios bien estructurado es una herramienta esencial para cualquier emprendedor o empresa, proporcionando numerosos beneficios que pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Un Plan de Negocios proporciona una visión clara y detallada de los objetivos de una empresa y las estrategias para alcanzarlos. Esto ayuda a mantener el enfoque en lo que es realmente importante, asegurando que todos en la organización estén alineados y trabajando hacia los mismos objetivos.

Asimismo, uno de los beneficios más significativos de un plan de negocios es su capacidad para atraer inversores y asegurar financiamiento. Los inversores y prestamistas buscan empresas con una visión clara y un plan detallado para alcanzar sus metas. Un plan de negocios bien elaborado demuestra la viabilidad y el potencial de la empresa, aumentando la confianza de los inversores en la capacidad para gestionar y hacer crecer la misma

Por otro lado, ayuda a identificar y gestionar de manera eficiente los recursos necesarios para el funcionamiento y crecimiento de la empresa. Esto incluye recursos financieros, humanos y materiales. Al tener una comprensión clara de las necesidades y cómo utilizarlas, se pueden evitar gastos innecesarios y optimizar el uso de recursos.

El Plan de Negocios actúa como una herramienta de evaluación continua, permitiendo medir el progreso de la empresa frente a los objetivos establecidos. Esto facilita la identificación de áreas que necesitan mejoras y la adaptación de estrategias según sea necesario. La capacidad de revisar y ajustar

el plan regularmente asegura que la empresa se mantenga ágil y capaz de responder a cambios en el mercado o en el entorno empresarial (Pursell, 2024).

Como consecuencia, mejora la comunicación interna y externa. Internamente, asegura que todos los miembros del equipo comprendan la visión, los objetivos y las estrategias de la empresa. Externamente, facilita la comunicación con socios, clientes y otras partes interesadas, proporcionando una imagen clara y profesional.

Claramente un plan de negocios proporciona una base sólida para la toma de decisiones. Con un plan claro y bien documentado la toma de decisiones será más acertada al reducir la incertidumbre y el riesgo asociado con la gestión y el crecimiento de la empresa. No solo es una herramienta para la planificación inicial, sino que también es una guía continua para mantener el rumbo, evaluar el progreso y adaptarse a nuevos desafíos y oportunidades.

Objetivos y encuadre metodológico.

El objetivo general del presente trabajo es verificar si existe conocimiento de la herramienta de planificación Plan de Negocio y su utilidad.

Entre los objetivos específicos se encuentran:

- Detectar si ha trabajado profesionalmente con la RT 49 en la confección de Planes de Negocio.
- Descubrir si existe participación de licenciados en administración en la elaboración de Planes de Negocio de acuerdo a dicha normativa.
- Manifestar el desconocimiento existente de que es el licenciado en administración el profesional autorizado para certificar un Plan de Negocio.

El tipo de investigación es exploratoria y descriptiva (Hernández Sampieri, Collado Fernández y Baptista Lucio, 2006).

En base al objetivo general planteado, se definió una investigación en espiral. Se trata de una investigación de naturaleza en una primera etapa exploratoria, posteriormente descriptiva.

En un primer momento se explora el grado de utilización del Plan de Negocios y el grado de implementación práctica de la RT 49 de Plan de Negocios

En una segunda instancia, se va más allá de la exploración mencionada con el objetivo de interpretar y analizar los datos obtenidos.

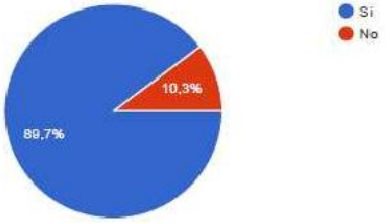
Por otro lado, el diseño de investigación, en base a los procedimientos específicos para recoger los datos; es de campo. Es así que, en virtud de la delimitación, las limitaciones, la viabilidad y las fuentes de la temática a investigar, se utilizan como herramientas de investigación:

- Lectura de documentación:
    - Bibliográfica
    - De prensa

- Observación personal y directa durante el ejercicio profesional
- Encuesta abierta a colegas como a los destinatarios o usuarios de nuestros servicios.

Resultados

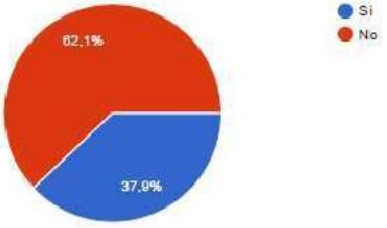
A continuación, se presentan gráficamente los resultados de las encuestas recibidas como también un pequeño análisis:



Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

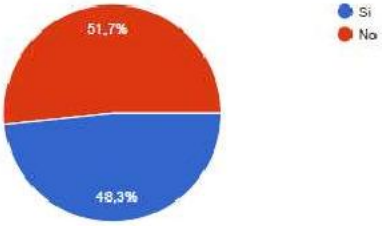
La primera pregunta indaga sobre el conocimiento de la herramienta de toma de decisiones llamada Plan de Negocios y el 89,7% de los encuestados indica conocerla.

Este mismo porcentaje arrojó la segunda pregunta sobre cuál es su utilidad, es decir, no solo que está al tanto de su existencia sino también cuál es el fin por el cuál debería confeccionarse.



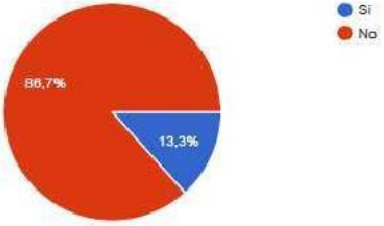
Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

En cuanto a la existencia de la norma RT 49 el porcentaje de conocimiento desciende casi 30 puntos respecto de las anteriores. Esto podría demostrar una falta de publicidad de la misma o un error en los mecanismos de comunicación.



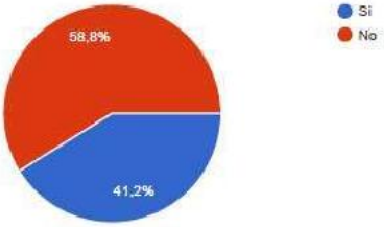
Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

En cuarto lugar se intentó conocer si el encuestado había confeccionado un Plan de Negocios o había requerido a otra persona su confección. En esta situación las respuestas fueron prácticamente repartidas, siendo levemente superior la respuesta por la negativa.



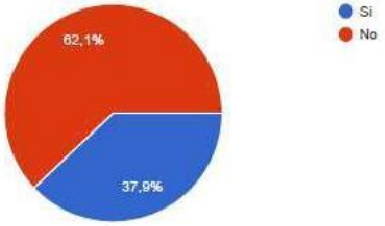
Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

Posteriormente se preguntó a los que contestaron afirmativamente la pregunta anterior acerca de si ese Plan de Negocios fue confeccionado de acuerdo a la RT 49, respondiendo que solo el 13% fue trabajado con esas indicaciones.



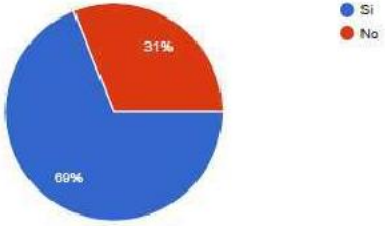
Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

A continuación, se indagó sobre la participación del Licenciado en Administración en la elaboración de esos Planes de Negocios. Una vez más el porcentaje es bajo, al ser que el 41,2% fue confeccionado por este profesional. En cambio, si se lo considera con la doble condición de que sea desarrollado de acuerdo a las normas y por un profesional de la Administración, sobre el total de los trabajos realizados el valor es de un exiguo 5,48% reflejando el poco poder que la profesión aún posee en estos trabajos.



Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

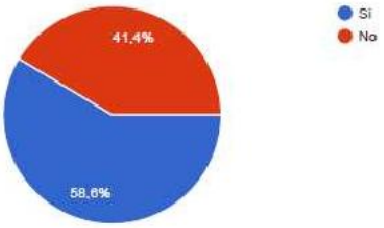
Sobre quién es el autorizado para certificar un trabajo de Auditoría aplicando la resolución técnica 49 también se alcanza un nivel bajo, ya que menos del 40% reconoce al Licenciado en Administración como al único que pudiera hacerlo.



Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

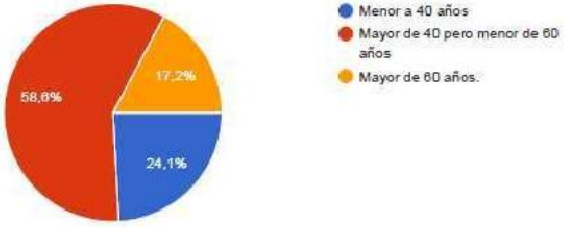
La pregunta posterior demuestra también una falta de conocimiento de las incumbencias profesionales por parte de los estudiantes de la carrera. Si se hiciera un paralelismo, es probable que estudiantes de la carrera de odontología indiquen, con valores cercanos al 100%, que un médico odontólogo es el que posee la autorización para firmar un certificado bucodental de un paciente,

cuestión que no sucede con un estudiante de la Licenciatura en Administración porque el resultado reveló que el 31% de los encuestados es profesional o estudiante de esta ciencia.



Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

Esta pregunta buscó conocer si el encuestado poseía un emprendimiento o se consideraba empresario, siendo que ellos podrían necesitar de una herramienta como la del Plan de Negocios. Casi el 60% posee esa condición.



Fuente: elaboración propia con datos de encuesta.

Finalmente se consultó el rango etario, siendo la única que no tenía como posibilidad de respuesta SI o NO. La mayoría se encuentra entre los 40 y 60 años con el 58,6%, siguiendo los menores de 40 y por último los mayores de 60 años. Esto indica que es una carrera relativamente joven comparada con otras profesiones.

Conclusiones

Los resultados obtenidos, permiten observar la necesidad de motivar e incentivar a los posibles usuarios, sobre la importancia de esta herramienta, en el presente y fundamentalmente a futuro, visualizando la continuidad de lo que emprendan, garantizando la calidad de un Plan de negocios certificado por un profesional, debiendo ser persuasivos y claros en los beneficios de su utilización y de su certificación, convirtiéndose en un instrumento valioso para el éxito.

Los usuarios de los planes de negocios pueden ser empresarios, emprendedores, acreedores actuales o potenciales, inversores actuales o potenciales, clientes que deseen valorar la estabilidad de su proveedor, distintos organismos públicos que requieren su utilización, o cualquier miembro o grupo interesado de conocer el riesgo de continuidad de una organización.

Esos beneficiarios, forman parte del crecimiento de la economía del país y de todo en su conjunto, para así alcanzar la prosperidad.

Por otra parte, al detectar la baja motivación para la implementación, se pudo detectar los motivos o razones para que ello ocurra. La principal razón es la baja exigencia del mismo.

Primero desde los entes públicos, no se aplica esta exigencia. En este sentido se pueden citar como ejemplo a las entidades bancarias, que, al brindar préstamos o créditos a clientes, para aumentar un capital de trabajo, o para líneas de inversión productiva que hay muchas, no exigen la presentación de un Plan de negocios, con todo lo que ello conlleva. De inicio no se exige la presentación, menos aún que esté certificado. Si bien las entidades financieras responden a las exigencias del BCRA (Banco Central de la República Argentina), si desde allí no se obliga, por efecto cascada tampoco lo solicitan los bancos (ni públicos y menos aún privados) con el agravamiento de que, al ser un banco con fondos públicos, es el dinero de todo el pueblo el que está en juego, sin este requerimiento tan fundamental.

En segunda instancia es muy importante que, desde las instituciones, donde se agrupa a los profesionales idóneos en la materia, como son los Licenciados en Administración, se le dé muchísimo valor y se promueva, insista, y se intensifiquen las acciones, hacia las minorías.

Y tercero, también que, desde las facultades, que son quienes forman estos profesionales, realicen un gran esfuerzo, instando a los alumnos a que comprendan la utilidad de los planes de Negocios, y la importancia de ellos. Esa herramienta es troncal de la formación, y es menester que desde las casas de donde egresan, lo hagan con mucha más claridad sobre esta importancia; esto puede colaborar con el camino que se está recorriendo hace un tiempo sobre la elaboración y la certificación de los Planes de Negocios, con la suma de que hoy existe una Resolución Técnica (RT 49) dispuesta por la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (2018), a través del Consejo Elaborador de Normas de Administración, (CENADMIN), lo que otorga formalidad y exigencia, siendo una obligación su utilización.

Referencias Bibliográficas.

Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) (2018). *Resolución Técnica 49 - Marco Conceptual e Informe de Plan de Negocios.* Consejo Elaborador de Normas de Administración, CENADMIN. Disponible en: https://www.facpce.org.ar . Consultado 25 agosto de 2024.

Hernández Sampieri R., Collado Fernández, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación.* Buenos Aires. Mc Graw Hill.

Pursell, S. (2024). *Qué es un Plan de Negocios y para qué sirve (+ plantilla)*. Disponible en blog.hubspot.es/marketing/que-es-un-plan-de-negocios Consultado el 25 de agosto 2024.