

# Taller de Elaboración Planes de Emprendimiento Social Sostenible (PESS)

Caracas, 10 y 11 de Agosto de 2011

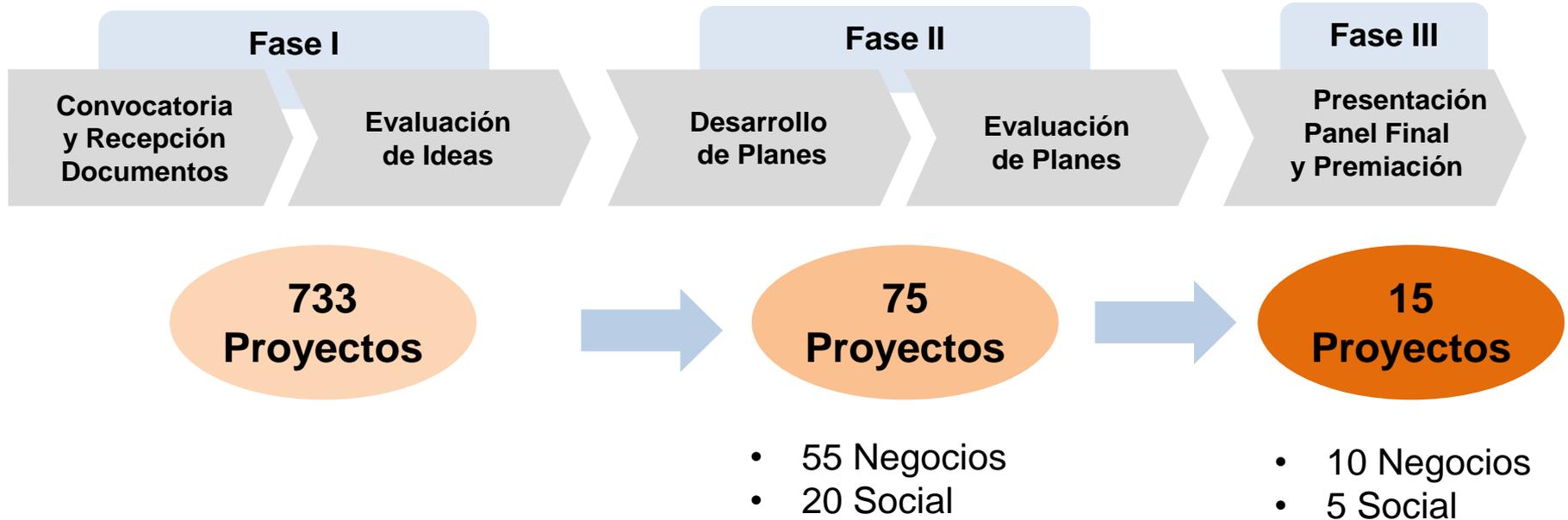
---

\* Taller basado en láminas de McKinsey & Company para talleres de años anteriores

**Bienvenidos**  
**Semifinalistas**  
**Categoría Social**  
**Concurso Ideas 2011**



# Fases Concurso Ideas 2011



## Fase II

### Elaboración de Planes

- ✓ Talleres Capacitación Planes de Negocio y Emprendimiento Social
- ✓ Cátedra Virtual: Presentación Plan de Negocio y Social
- ✓ Asesorías Especializadas (Red de Tutores y Representantes de Empresas Organizadoras)
- ✓ Recepción de Planes

**18 de Septiembre**

### Evaluación de Planes

- ✓ Evaluación y selección mejores Planes que harán presentación al Panel Final
- ✓ Capacitación de Finalistas: Taller de Presentaciones Efectivas
- ✓ Panel Evaluador conformado por ejecutivos de alto nivel

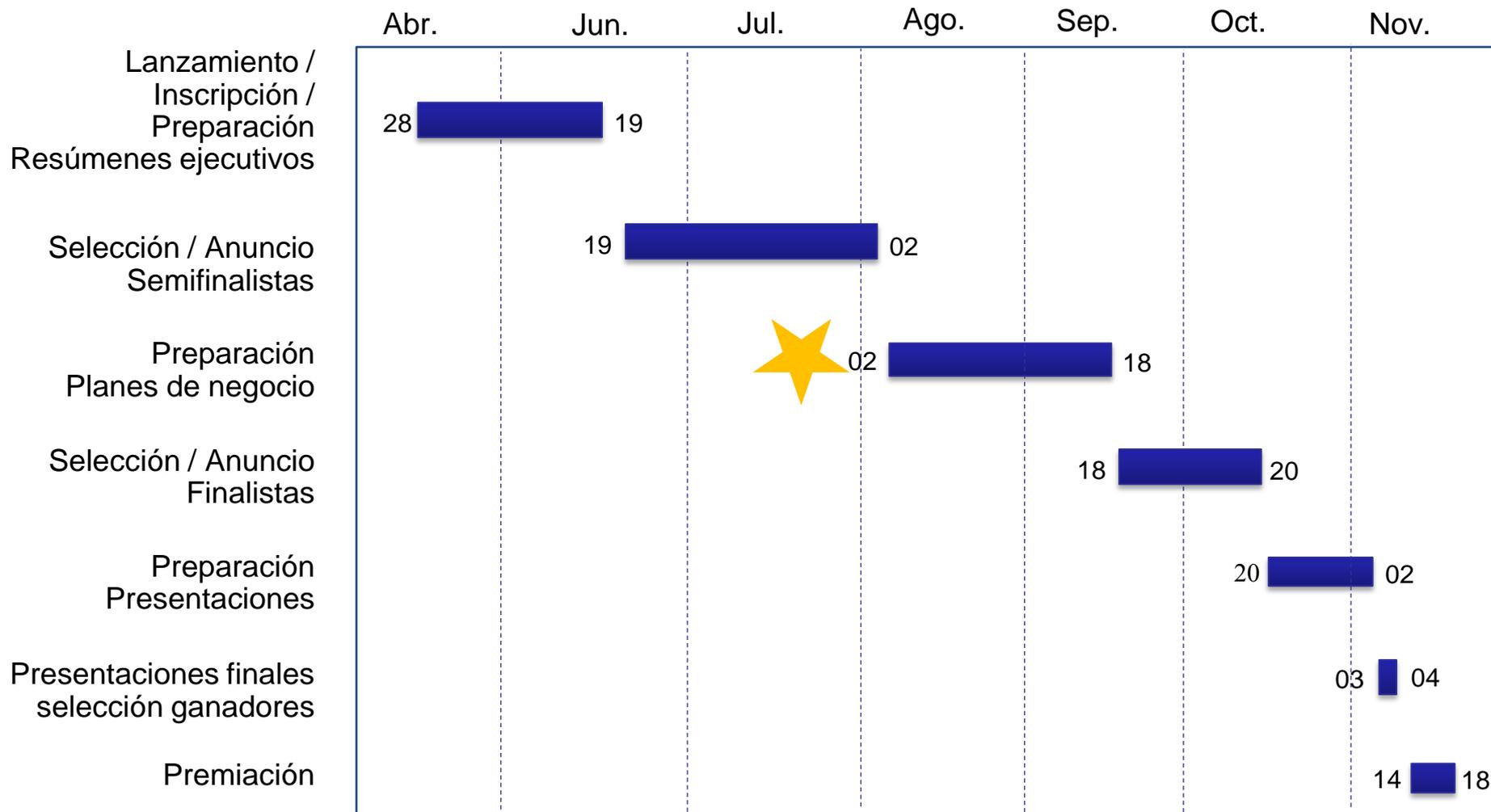
**20 de Octubre**

## Finalistas

10 Planes de Negocio

5 Planes de  
Emprendimiento Social

# Cronograma General



**Categoría  
Negocios**

Premio	Efectivo
1er Lugar	Bs. 50.000
2do Lugar	Bs. 30.000
3er Lugar	Bs. 20.000
Menciones Especiales	Bs. 10.000 c/u

**Categoría  
Social**

Premio	Efectivo
1er Lugar	Bs. 30.000
1er Lugar	Bs. 30.000

**Premios  
Especiales**

Premio	Efectivo
Premio Innovex	Bs. 30.000

## Ecologico Henry Ford

Dirigido a contribuir con la preservación de los recursos naturales y al apoyo de la conservación ambiental en Venezuela.



**Un (1) carro Ford  
Fiesta.Move**

## Fundacion Seguros Caracas

### Categoría de Negocio y/o Emprendimiento Social

Enfocado a mejoras y/o  
prevención de la seguridad  
vial.



**Bs. 35.000**

## Mujeres Emprendedoras Chevron

### Categoría de Negocio y/o Emprendimiento Social

Encauzado a proyectos de cualquier área de la economía nacional, presentados por equipos compuestos exclusivamente por mujeres o beneficie a grupos de mujeres.



**Bs. 30.000**

## Centenario Shell

### Categoría de Emprendimiento Social

Encauzado a proyectos de cualquier área de la economía nacional, presentados por equipos compuestos exclusivamente por mujeres o beneficie a grupos de mujeres.



**Bs. 100.000**

## Organizadores

## Co-Organizadores

## Patrocinantes

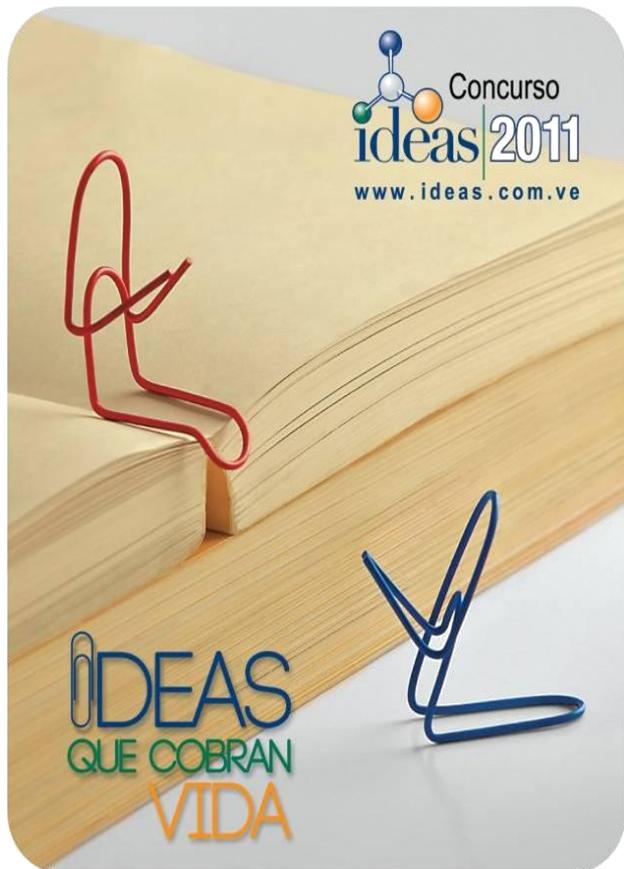
# ¿Por qué estamos aquí?

- Proporcionar lineamientos básicos para la elaboración exitosa del Plan de Emprendimiento Social Sostenible (PEES)
- Clarificar dudas y expectativas
- Conocernos



<b>08:00 - 08:30</b>	<b>Inscripción y entrega de material</b>
<b>08:30 - 09:30</b>	<b>Bienvenida y Apertura</b>
<b>09:30 - 10:30</b>	<b>Importancia del Plan de Emprendimiento Social Sostenible</b>
<b>10:30 - 10:45</b>	<b>Refrigerio</b>
<b>10:45 - 12:00</b>	<b>La iniciativa social</b>
<b>12:00 - 01:00</b>	<b>Almuerzo</b>
<b>01:00 - 02:30</b>	<b>Aspectos Legales</b>
<b>02:30 - 03:30</b>	<b>Mecanismos de Sostenibilidad</b>
<b>03:30 - 03:45</b>	<b>Receso</b>
<b>03:30 - 04:30</b>	<b>Experiencias Exitosas</b>





**08:00 - 08:30**

**Refrigerio**

**08:30 - 10:30**

**Planificación Financiera**

**10:30 - 10:45**

**Refrigerio**

**10:45 - 12:00**

**Emprendedores Digitales**

**12:00 - 01:00**

**Almuerzo**

**01:00 - 02:00**

**Experiencias Exitosas**

**02:00 - 02:30**

**Secretos del éxito en la elaboración del plan**

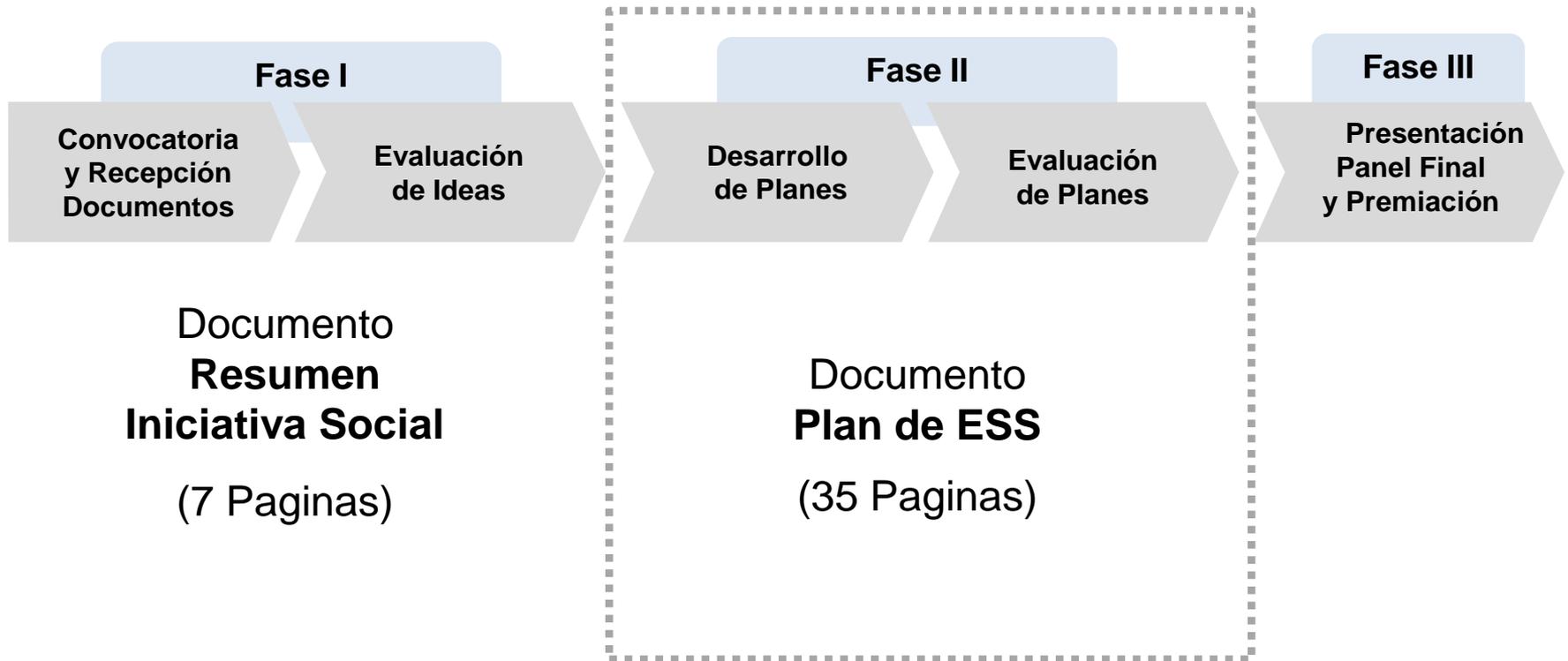
# ¿Quiénes estamos aquí?



## Vamos a presentarnos:

- Nombre(s)
- Iniciativa presentada por una Organización?
- Por un emprendedor? O equipo de emprendedores?
- Breve descripción de la iniciativa social
- Sus expectativas del taller

# Plan de Emprendimiento Social



# ¿Qué espera el Concurso en la Fase II?

- Entrega del PESS antes del 18 de Septiembre.
- Elaboración del PESS siguiendo la metodología del Concurso Ideas
- Clara definición de la iniciativa social, población a la que atiende e impacto
- Identificación de mecanismos de sostenibilidad de la iniciativa
- Como se va a implementar la iniciativa.

# ¿Por qué escribir un PESS?



Es  
**indispensable**  
para la  
II Fase del  
Concurso Ideas

Pero por mucho más....

# ¿Por qué escribir un PESS?

Para transformar ideas innovadoras



En grandes proyectos

*“Escribir un plan de negocios fuerza a pensar disciplinadamente, a alcanzar un trabajo intelectualmente honesto. Una idea puede ser genial en la mente, pero cuando se analizan los detalles y los cálculos numéricos, se podría observar otra realidad.”*

**Claudio Sánchez**

Ex-consultor de McKinsey con larga experiencia en el área social

# ¿Por qué escribir un PESS?

Herramienta de  
Planificación

Herramienta de  
Comunicación



Mediante la elaboración de un PESS, los emprendedores garantizan avanzar en la planeación y el entendimiento de la intervención social y los mecanismos de sostenibilidad de una manera sistemática.

# Planes de Emprendimiento Social Sostenible

Una organización social presenta igual o mas complejidad que una empresa ya que:

ESTABLECER  
OBJETIVOS  
FINANCIEROS



PLANIFICAR  
INVERTIR  
OPERAR



INGRESOS  
COSTOS  
GANANCIAS

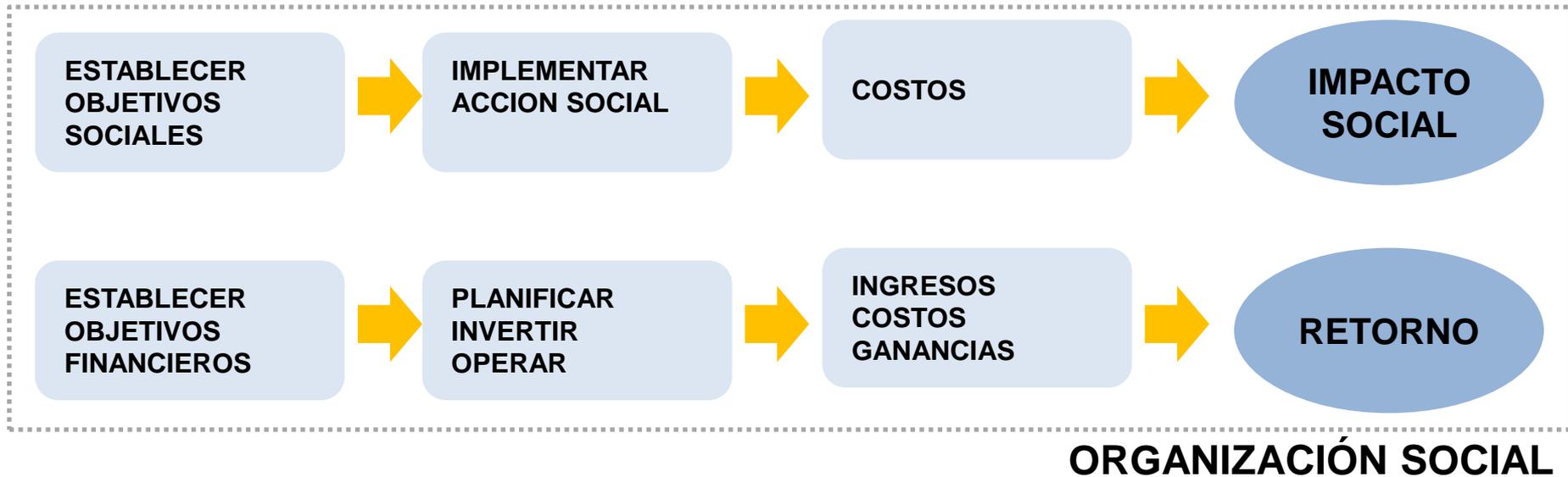


RETORNO

EMPRESA

# Planes de Emprendimiento Social Sostenible

Una organización social presenta igual o mas complejidad que una empresa ya que:



# ¿Cómo ayuda el desarrollo estructurado de un PESS?

- Posibilita el análisis de la organización y definición clara de su misión, visión, destacando puntos fuertes y áreas de mejora.
- Permite el análisis de la idea de emprendimiento social, su impacto, como se llevara a cabo, su viabilidad.
- Permite el análisis de los mecanismos de sostenibilidad para sostener la iniciativa social en el tiempo.
- Entendimiento de los pasos necesarios para implementar el plan.
- Permite definir los recursos necesario para llevar a cabo la iniciativa

# ¿Quién presenta la iniciativa?

**Organización**

**Equipo**

**Individuo**

La estructura y contenido del PESS varía según presenta el plan y a quien se presenta



- Portada
- Índice
- Resumen Ejecutivo

Todos

- **La Organización Social**

- Antecedentes
- Misión y Visión
- Perfil de Actuación

- **La Iniciativa Social**

- Descripción Iniciativa Social
- Población Objetivo
- Impacto de la Iniciativa
- Mecanismo de Sostenibilidad
- Mercado (Publico Objetivo)
- Estructura Organizacional y Equipo de Trabajo
- Planificación Financiera
- Riesgos y Oportunidades
- Plan de Implementación

# Estructura y Contenido del PESS

- Portada
- Indices
- Resume Ejecutivo

- **La Organización Social**

- Antecedentes
- Misión y Visión
- Perfil de Actuación

Cuando presenta una  
organización

- **La Iniciativa Social**

- Descripción Iniciativa Social
- Población Objetivo
- Impacto de la Iniciativa
- Mecanismo de Sostenibilidad
- Mercado (Publico Objetivo)
- Estructura Organizacional y Equipo de Trabajo
- Planificación Financiera
- Riesgos y Oportunidades
- Plan de Implementación

- Portada
- Indices
- Resume Ejecutivo
  
- **La Organización Social**
  - Antecedentes
  - Misión y Visión
  - Perfil de Actuación
  
- **La Iniciativa Social**
  - Descripción Iniciativa Social
  - Población Objetivo
  - Impacto de la Iniciativa
  - Mecanismo de Sostenibilidad
  - Mercado (Publico Objetivo)
  - Estructura Organizacional y Equipo de Trabajo
  - Planificación Financiera
  - Riesgos y Oportunidades
  - Plan de Implementación

Todos

# Estructura y Contenido del PESS

- Portada
- Indices
- Resume Ejecutivo

Todos

- **La Organización Social**

- Antecedentes
- Misión y Visión
- Perfil de Actuación

Quando presenta una  
organización

- **La Iniciativa Social**

- Descripción Iniciativa Social
- Población Objetivo
- Impacto de la Iniciativa
- Mecanismo de Sostenibilidad
- Mercado (Publico Objetivo)
- Estructura Organizacional y Equipo de Trabajo
- Planificación Financiera
- Riesgos y Oportunidades
- Plan de Implementación

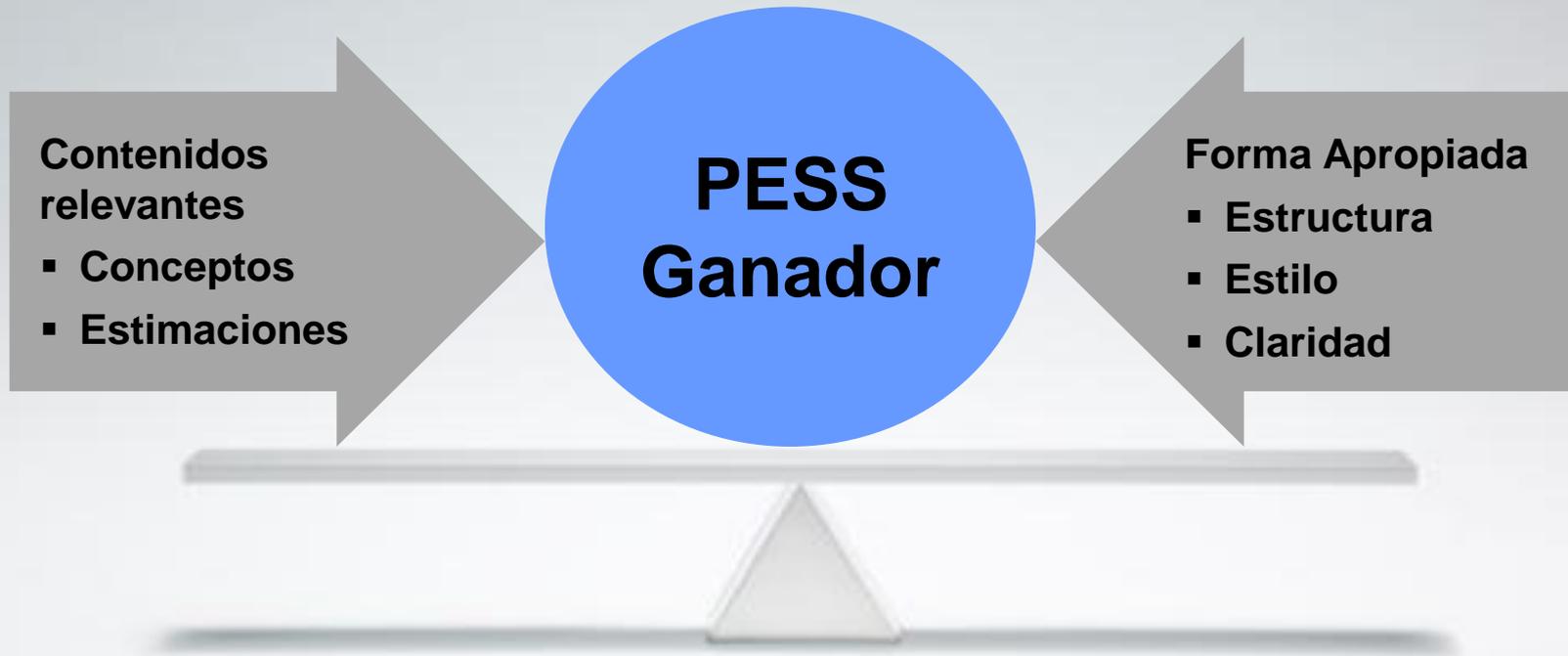
Todos

# El Plan, Proceso Creativo

- Cada sección complementa a las demás
- El documento debe guardar coherencia interna de una sección a otra
- Es probable que durante la elaboración del plan sea necesario ir y venir de una sección a la otra
- El proceso de ir y venir nos permite reflexionar sobre la propuesta y evaluar sus probabilidades de éxito



## Un PESS exitoso maneja contenido y forma



El éxito en su elaboración supone un esfuerzo en manejar adecuadamente la forma y desarrollar exitosamente los contenidos

1.- Reflexión/ Análisis de la  
Iniciativa

2.- Redacción y presentación  
del PESS de acuerdo con los  
requerimientos del Concurso



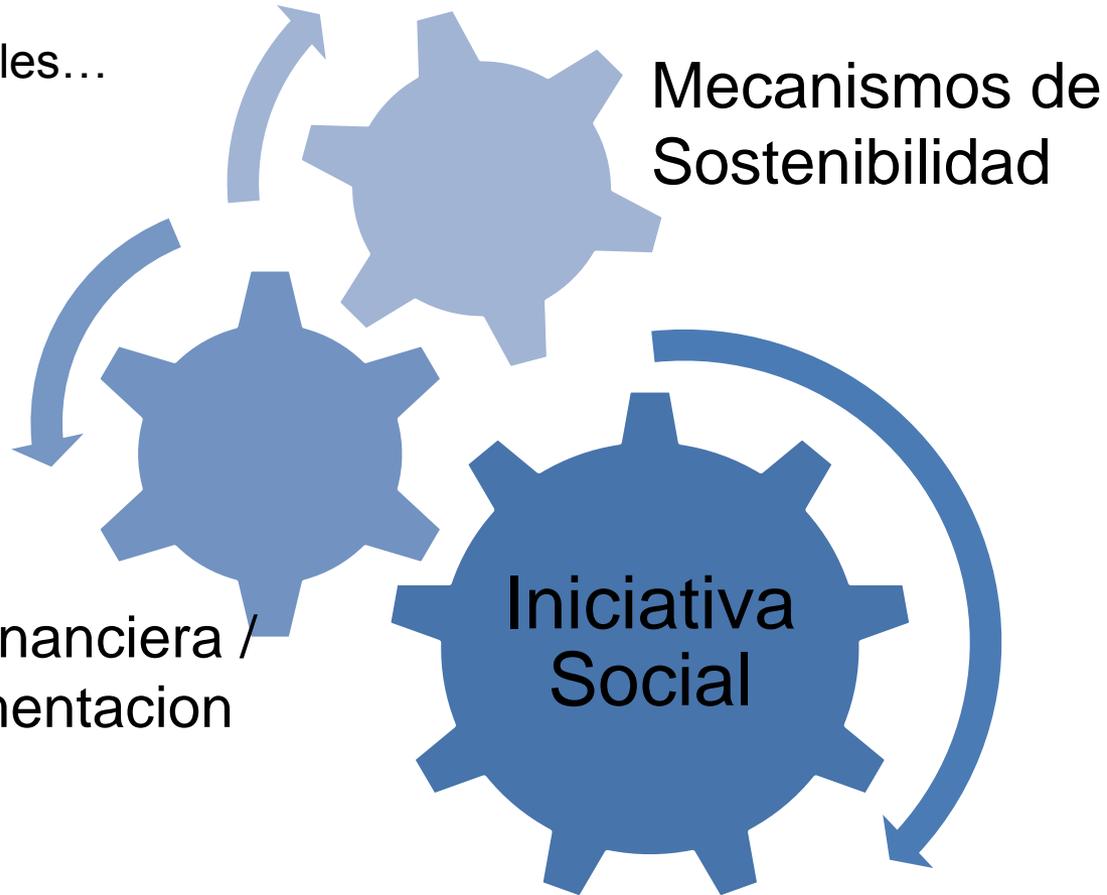
En este taller vamos a enfocarnos en la primera etapa  
y dar los lineamientos para la segunda



## Reflexión sobre elementos fundamentales

# Elaboración del PESS

Entender como  
funcionan las variables...









## PROBLEMA SOCIAL

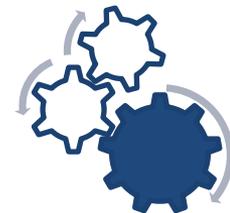
Carencia o Déficit que existe en un grupo poblacional determinando.

Constituye una brecha entre lo deseado y la realidad



## INICIATIVA SOCIAL

Conjunto de procesos y actividades que pretenden transformar una parcela de la realidad, mediante la producción y/o distribución de bienes o servicios, disminuyendo o eliminando un déficit o solucionando un problema



## Descripción/elementos

Componentes Clave

**Problema Detectado**

- ✓ Definir el problema social que se persigue resolver
- ✓ ¿Cuál es el grupo poblacional que tiene la carencia o déficit?
- ✓ ¿Por qué es importante atender esta necesidad?
  
- ✓ ¿Cuál es la acción social que proponemos para modificar la situación actual?
- ✓ Describe los objetivos del impacto o efectos esperados
- ✓ Describe el producto o servicio que busca contribuir eliminar o disminuir el problema
- ✓ Explica como contribuyen a la mejora del problema identificado.
- ✓ ¿Cuál es el resultado o efecto de la intervención?

**Acción Social**



El problema social debe basarse en situaciones **observables** no se pueden basar en suposiciones o creencias.

La clara **identificación y medición** de los problemas permite conocer la magnitud de la brecha y plantear los objetivos del impacto y como se propone lograrlos.



## Descripción/elementos

**Componentes Clave**

**Descripción  
Población  
Objetivo**

- ✓ ¿Cuál es el tamaño de la población?
- ✓ Requiere conocer características relevantes en función de los objetivos de impacto perseguidos.
- ✓ Identifica los principales segmentos:
  - Socioeconómico
  - Grupo etario
  - Localización Geográfica
  - Carencia Específica

**Estimación  
Población  
Atendida**

- ✓ Estimar la cantidad de población que tiene la necesidad y es la destinataria del programa
- ✓ Toma en consideración la capacidad operativa



**Una organización no puede  
ofrecer TODO para TODOS.  
Es necesario definir lo que  
será ofrecido y  
para quien**

**Cada grupo de personas  
posee necesidades  
especificas para ser  
atendidas**

**La segmentación y la cuantificación de la población objetivo  
permite estimar los impactos y realizar la planificación financiera  
adecuadamente**



## Diferenciada

Está basada en grupos significativamente diferentes entre sí

## Orientada a la acción

Permite ofrecer diferentes propuestas de valor para cada segmento

## Identificable

Los individuos son fácilmente identificables a través de datos demográficos o una encuesta patrón

## Alcanzable

Los segmentos pueden ser alcanzados por diferentes mensajes de comunicación

Una segmentación identifica grupos con características similares

## Segmentación Efectiva



## Descripción/elementos

### Componentes Clave

#### Indicadores Cuantitativos

- ✓ Son fundamentales para la medición del impacto
- ✓ Debe existir una relación entre el objetivo de la iniciativa y los indicadores.
- ✓ Deben ser realistas
- ✓ Cada organización debe decidir que indicador elegir
- ✓ Permite entender la efectividad de la acción social

#### Indicadores Cualitativos

- ✓ Existen impactos muy difíciles de medir, pero que puede ser demostrado.
- ✓ Ayudan a percibir el impacto en las comunidades
- ✓ Utilización de los testimonios o documentación fotográfica.

#### Beneficios Directos o Indirectos

- ✓ Se deben considerar todos los posibles beneficiarios de una iniciativa aunque no sea objeto directo de la intervención



## MEDIO AMBIENTE

- No. De árboles plantados
- Área de bosque preservado
- Numero de animales protegidos
- Toneladas de basura reciclada
- No. De personas concientizadas
- Toneladas de basura recogidas
- Reducción emisión de contaminantes

## SALUD

- No. De personas atendidas
- Aumento de probabilidades de recuperación
- Disminución mortandad infantil
- Disminución incidencia de enfermedades
- Aumento expectativa de vida
- No, de hospitales atendidos
- Aumento capacidad hospitalaria

## EDUCACIÓN

- No. Estudiantes atendidos
- No. De profesores capacitados
- No. De escuelas atendidas
- Reducción de deserción escolar
- Aumento de calificaciones
- Disminución del índice de analfabetismo
- Aumento escolaridad promedio en la región

## ASISTENCIA SOCIAL

- No. De personas atendidas
- No de medicamentos distribuidas
- No. De voluntarios involucrados



## Descripción de la Iniciativa Social

**Cuál es el problema social?**

**A quién va dirigida?**

**Cuál es acción propuesta?**

**Cuál es el efecto de la intervención?**



## Impacto de la Iniciativa Social

**Indicadores  
Cuantitativos**

**Indicadores  
Cualitativos**

**Beneficios  
Directos o  
Indirectos**



## Descripción de la Iniciativa Social

### Asociación Civil Musicalia Guía Programada de Habla Clásica

#### Cuál es el problema social?

La capacidad de atención de los estudiantes durante las actividades de formación inciden de manera directa en el rendimiento escolar. Esta capacidad puede ser desarrollada mediante diversas estrategias pedagógicas, orientadas a elevar el nivel de atención y con ello de concentración y memoria entre ellas la formación musical.

#### A quién va dirigida?

Los niños de escasos recursos no pueden acceder a esta formación ya que implica una inversión adicional.

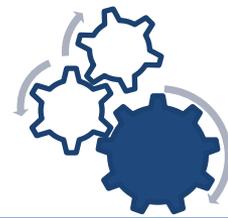
#### Cuál es acción propuesta?

AC Musicalia propone ahora el diseño e implantación de la **Guía Programada de Habla Clásica** como herramienta pedagógica en las escuelas públicas del Municipio Palavecino del Edo. Lara

#### Cuál es el efecto de la intervención?

La finalidad es preparar a los niños antes de la experiencia de los conciertos, a fin de ofrecerles una mejor comprensión y una vivencia más enriquecedora de su asistencia a los mismos y ayudarles a mejorar su atención, concentración y memoria.

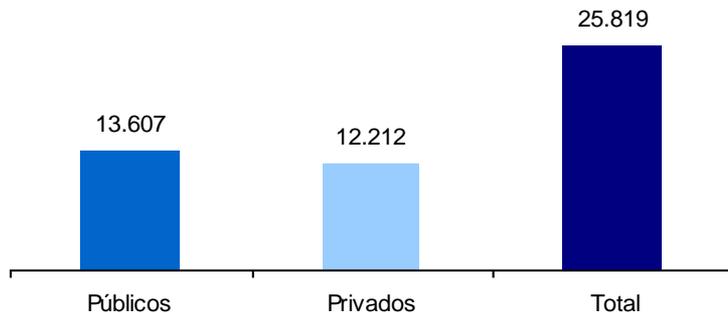
Utilizando una serie de actividades lúdicas realizadas con un facilitador durante 5 sesiones y un concierto musical.



## Población Objetivo

### Asociación Civil Musicalia Guía Programada de Habla Clásica

Variables de Segmentación	Población Objetivo
<b>Localización</b>	Municipio Palavecino, Edo. Lara. (Atención prioritaria a Zonas deprimidas socialmente).
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Estratos D y E de la población.
<b>Nivel del Plantel</b>	Educación Inicial Fase Preescolar; I y II Etapa Educación Básica.
<b>Tipo de Plantel</b>	Públicos.
<b>Rango de Edad</b>	12 años.
<b>Sexo</b>	Masculino y Femenino.



Datos aportados por el MPP Educación, para año 2009, Municipio Palavecino, Edo. Lara.





## Poblacion Objetivo

Asociación Civil Musicalia  
 Guía Programada de Habla Clásica

Años	Grupos	N Alumnos	N de Planteles
Primer Año	30	900	5
Segundo Año	60	1800	7
Tercer Año	70	2100	9
<b>Totales</b>	<b>160</b>	<b>4.800</b>	<b>21</b>

Estima población  
 atendida

Se atiende un **30%** de la población  
 objetivo en 3 años.



## Impacto de la Iniciativa

### Asociación Civil Musicalia Guía Programada de Habla Clásica

#### Indicadores Cuantitativos

La Guía Programada de Habla Clásica pretende impactar de forma directa, en los próximos 3 años a 4.800 niños de escasos recursos del Municipio Palavecino del Edo. Lara.

#### Indicadores Cualitativos

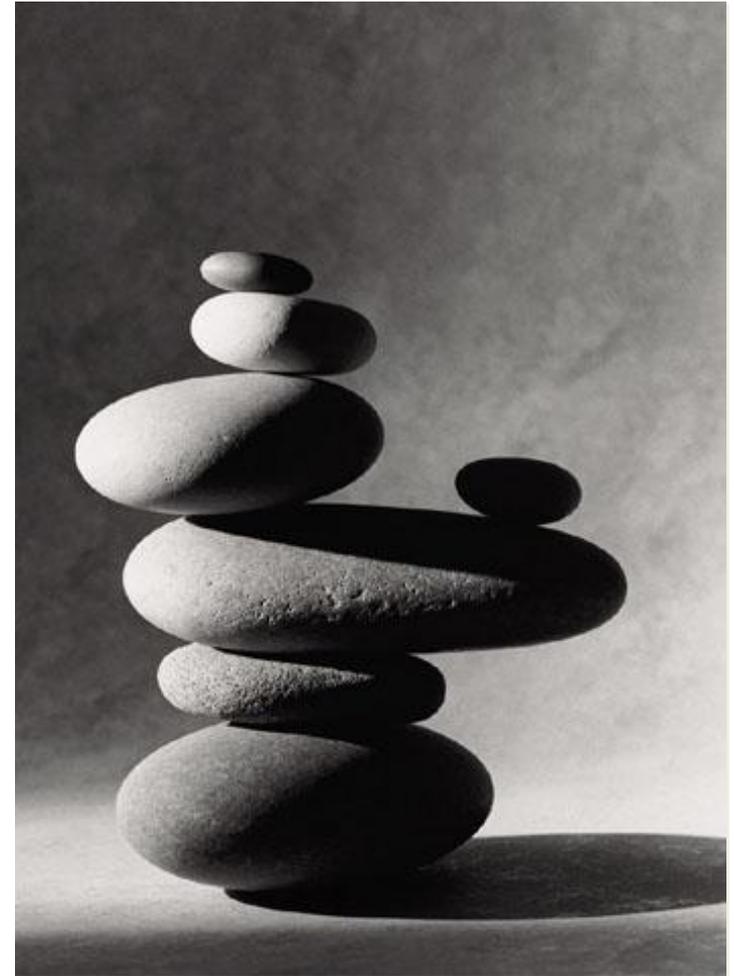
Se contara con un conjunto de indicadores cualitativos que sera obtenidos del testimonio recabado de los principales actores de la actividad:

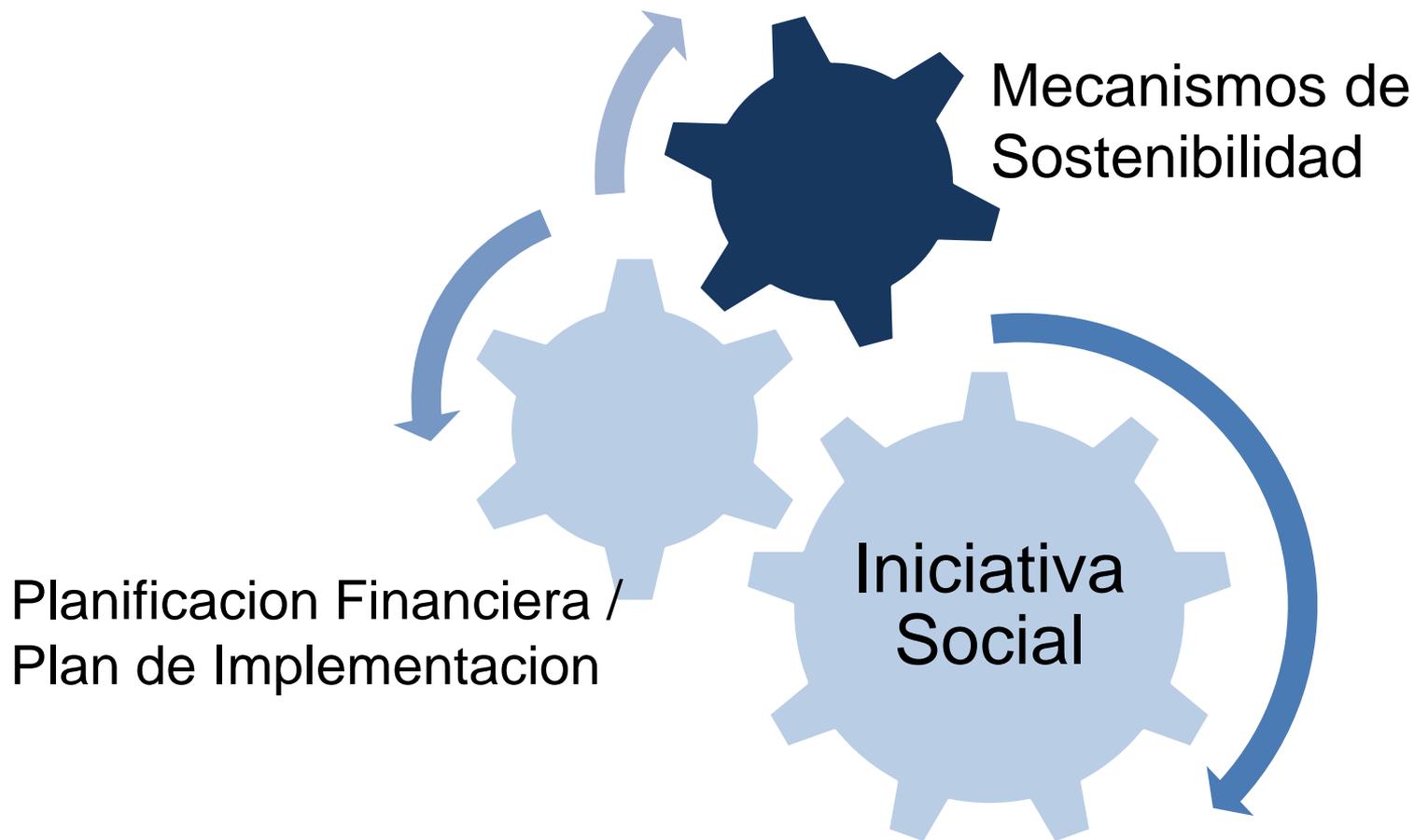
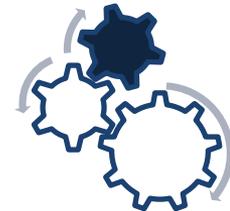
- Apreciación sobre el nivel de atención de alumnos en clase
- Desempeño escolar en las áreas artísticas por parte de niños participantes
- Percepción educadores en relación a las actividades ejecutadas
- Participación alumnos en las actividades musicales.

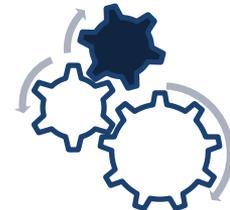
#### Beneficios Directos o Indirectos

Su implementación apoya la formación de docentes en instituciones educativas fortaleciendo sus competencias educadores, ofrece a padres y representantes la posibilidad de recibir los beneficios de los conciertos y los estudiantes de los conservatorios y escuelas la posibilidad de vincularse con estos sectores de la comunidad.

# Mecanismos de Sostenibilidad







## Descripción/elementos

Componentes Clave

### Producto/ Servicio

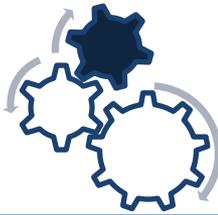
- ✓ ¿Qué producto o servicio ofrecerá?
- ✓ ¿Cuál es su público objetivo?
- ✓ ¿Cuál es la propuesta de valor?
- ✓ Como se producirá/ ofrecerá en producto/servicio?
- ✓ Cuales son sus competidores?

### Captación de Fondos

- ✓ ¿Cuáles son los proyectos que necesitan financiamiento
- ✓ ¿Quiénes son los potenciales financiadores?
- ✓ ¿Cómo pueden ser segmentados los financiadores?
- ✓ ¿Qué otros proyectos semejantes existen?

### Combinado

- ✓ Combinación de los mecanismos anteriores
- ✓ Se debe establecer que porción de los ingresos se generan por la venta de un producto o servicio y cuanto por donaciones

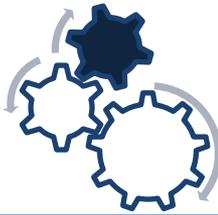


## Mecanismos de Sostenibilidad

**Producto/  
Servicio**

**Captación de  
Fondos**

**Combinado**



## Descripción Producto/Servicio

### Asociación Civil Musicalia Guía Programada de Habla Clásica

#### Descripción Producto/Servicio

1.- **La Guía Programada de Habla Clásica** es una herramienta pedagógica que busca desarrollar en los niños las habilidades de escuchar y focalizar la atención y para estimular la concentración y la memoria, capacidades fundamentales para el proceso educativo y un buen rendimiento escolar. Adicionalmente se estimula su interés en actividades culturales, así como su capacidad de interactuar con el entorno social y natural.

#### Propuesta de Valor

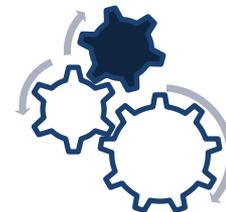
Por cada grupo de 30 niños se realizan 4 sesiones preparatorias y un concierto musical, utilizando como base la Guía Programada de Habla Clásica que contiene una serie de actividades lúdicas y el apoyo de un facilitador.

#### Publico Objetivo

Este producto será ofrecido a Escuelas y Colegios Privados del Estado Lara y Campamentos Vacacionales.

#### Como se ofrecera?

2.- **Cursos de Apreciación Musical:** cursos de 20 horas dirigidos a adultos que tienen como objetivo brindar a los participantes herramientas que les permitan un mayor disfrute de un concierto, de la escucha de un instrumento, de las obras maestras de la música, así como, introducirlos a la historia de la música.



## Descripción Captación de Fondos

### Asociación Civil Musicalia Guía Programada de Habla Clásica

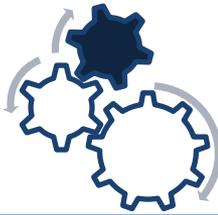
#### Descripción Proyecto

El Programa “Música para tu Escuela” es un proyecto de la Asociación Musicalia que empresas de la zona financian la implementación de la Guía en escuelas públicas del Estado Lara. donde empresas, principalmente, de la zona podrán apoyar esta iniciativa de manera directa mediante el aporte de un monto que permita la implementación de la Guía en una escuela pública del Estado Lara.

#### Propuesta de Valor

#### Publico Objetivo

Los patrocinantes del programa “Música para tu escuela” aparecerán en el material promocional de Musicalia, en los certificados que se entregan en la escuela y en la página web, donde se listarán las escuelas patrocinadas por cada empresa y se incluirán fotos de la actividad. Con cada aporte de Bs. 35.000 la empresa contribuirá con la realización del programa para tres grupos de niños ( 30 niños por grupo, aproximadamente) en la escuela de su selección de una lista de planteles que previamente han aprobado su participación en el programa.



## Descripción/elementos

Componentes Clave

**Análisis Mercado  
y Competencia**

- ✓ Generar el conocimiento necesario del mercado y la competencia para definir estrategia del negocio
  - Tamaño y crecimiento del mercado (total, geográfico por segmentos)
  - Análisis de la competencia (jugadores, estrategia, participación, dinámica)
  - Productos/servicios similares

**Estudiar Mercado  
Objetivo**

- ✓ ¿Quiénes son los clientes?
  - Descripción/tamaño/patrones de consumo
  - Segmentación, atractivo por segmento
- ✓ ¿Cómo capturar clientela?

**Definir Estrategia  
Mercadeo**

- ✓ Las “cuatro Ps” del Marketing:
  - Producto
  - Precio
  - Posicionamiento
  - Promoción



## Segmentación del público objetivo

### Cuantificar público objetivo en cada segmento

- ¿Cuál es mi público objetivo y cómo puede segmentarse?
- ¿Cuáles son las principales fuentes de información cuantitativa sobre este público?
- ¿Cómo ha sido la evolución de cada segmento en los últimos años?
- ¿Qué factores influyen en el crecimiento del público objetivo?
- ¿Cuál es la mejor estimación del crecimiento para el futuro?

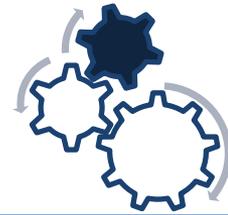
### Estimar el tamaño total del mercado

- ¿Cuáles son las principales fuentes de información del consumo unitario?
- ¿Cuál es el nivel de consumo unitario (por consumidor o empresa)? Cómo debe evolucionar en los próximos años?
- ¿Cuáles son los volúmenes de venta e ingresos de este mercado?

### Estimar el potencial de participación

- El producto/servicio ¿posee alguna ventaja competitiva?
- ¿Cuál es el nivel de competencia del mercado?
- ¿Cuál es la demanda actual hacia el producto/servicio y su tendencia?
- ¿Cuál es el potencial de captura de participación del mercado?

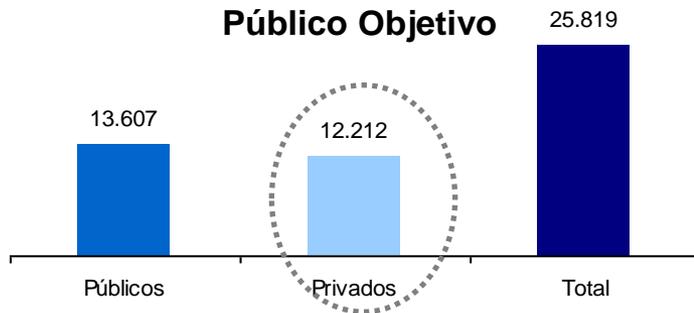
**¿Cuáles son las premisas clave en las proyecciones realizadas?**



## Mercado o Público Objetivo

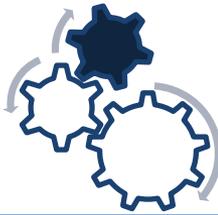
Asociación Civil Musicalia  
Guía Programada de Habla Clásica

### Producto 1: Guía Programada de Habla Clásica



Años	Grupos	N Alumnos
Primer Año	30	900
Segundo Año	55	1650
Tercer Año	65	1950
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>4500</b>

**16% del Mercado  
en 3 años**



## Mercado o Público Objetivo

Asociación Civil Musicalia  
 Guía Programada de Habla Clásica

### Producto 2: Cursos de Apreciación Musical

Nivel Socioeconómico	Habitantes entre 25-50 años
Alto	458
Medio	7.783
Bajo	37.543
<b>Total Habitantes Municipio Palavecino</b>	<b>45.784</b>

**Público Objetivo**

Años	Grupos	N Alumnos
Primer Año	9	135
Segundo Año	18	270
Tercer Año	22	330
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>735</b>

**9% del Mercado  
 en 3 años**



## Mercado o Público Objetivo

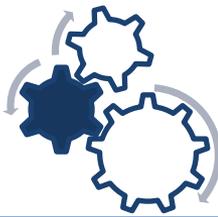
Asociación Civil Musicalia  
 Guía Programada de Habla Clásica

Patrocinio: Programa Música para tu Escuela

Tipo de empresa	Empresas	Comercios
Grandes	15	5
Mediana	63	140
Pequeñas	211	350
<b>Total</b>	<b>289</b>	<b>495</b>

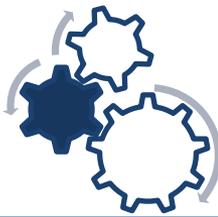
Público Objetivo

**12 Empresas al año  
 representan 6% del  
 mercado**

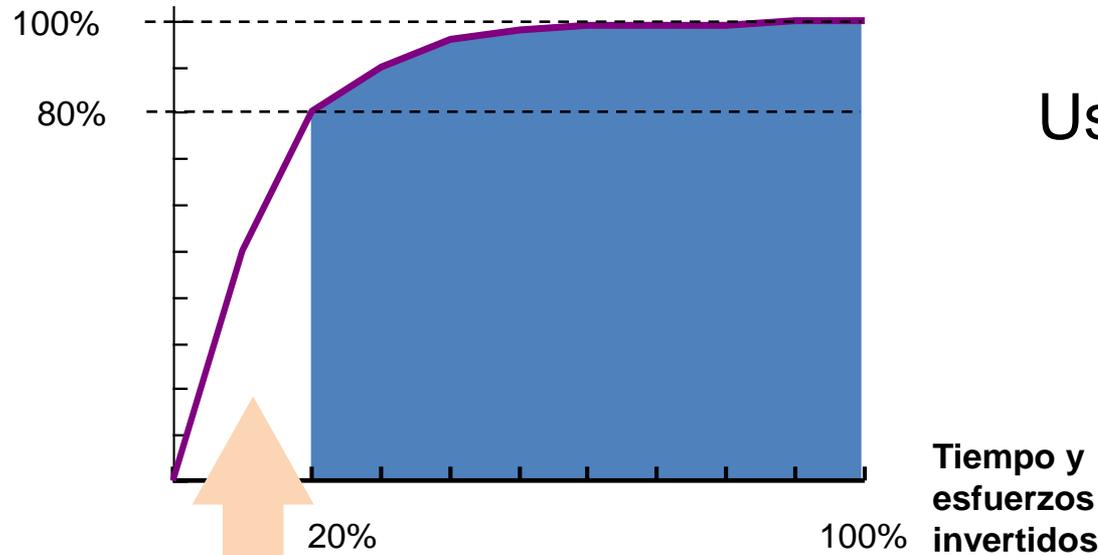


- Ser consistentes
- Adecuado a la capacidad de atención / producción de la organización
- Ser realistas
- Tienen un nivel de detalle adecuado
- Definen metas claras
- Refleja las estrategias de la organización
- Tener claro las necesidades de recursos humanos, materiales y financieros



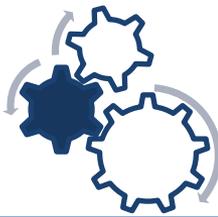


**Nivel de precisión  
de las  
estimaciones**



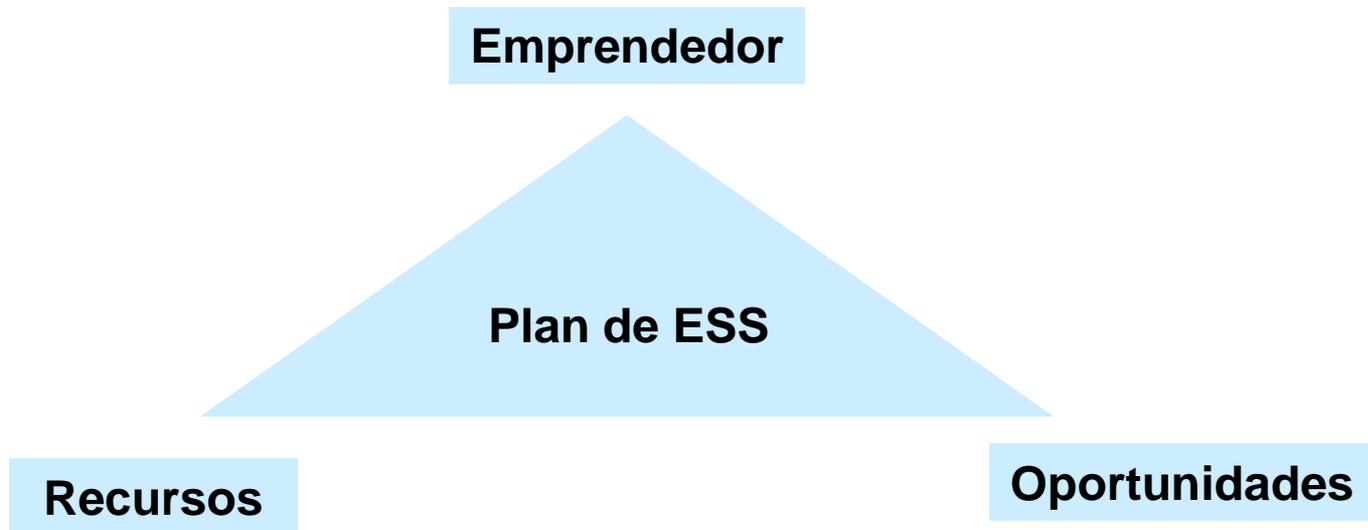
Use la regla del 80/20  
para guiar sus  
estimaciones

Sea práctico –  
muchas veces 80% del  
problema se resuelve con 20% del  
esfuerzo necesario para una  
respuesta adecuada



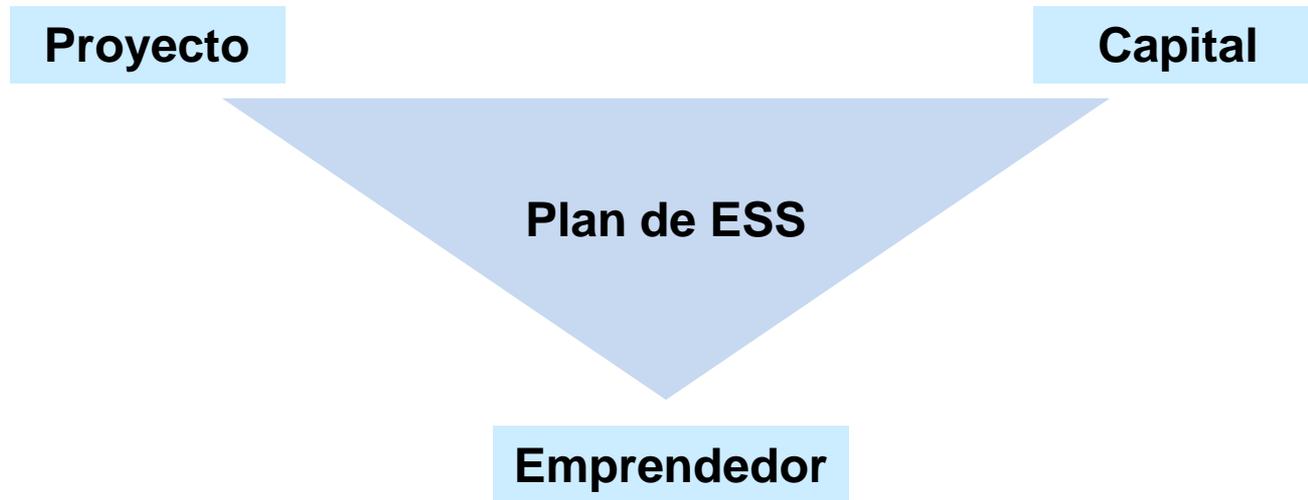
- Utilice su raciocinio, intuición y conocimiento de la situación para evaluar la importancia relativa de cada aspecto que Ud. está analizando
- Cuando sea necesario hacer un análisis, no se pierda en los detalles! Una precisión de  $\pm 20\%$  en general es suficiente en el PESS
- Asuma algunos riesgos. Las hipótesis serán revisadas varias veces durante la finalización del plan
- Explique sus premisas/ suposiciones





**Fuente:** *Timmos, citado por Vainrub, 2005: 199*

# El Triángulo Invertido



**Fuente:** Freire, A., 2005: 7

# Importancia del equipo

## Exigencias

**Hay mucho por hacer**

## Descripción

- La definición, planeación y montaje de una nueva empresa requiere mucha dedicación
- Hay que “remangarse” las mangas

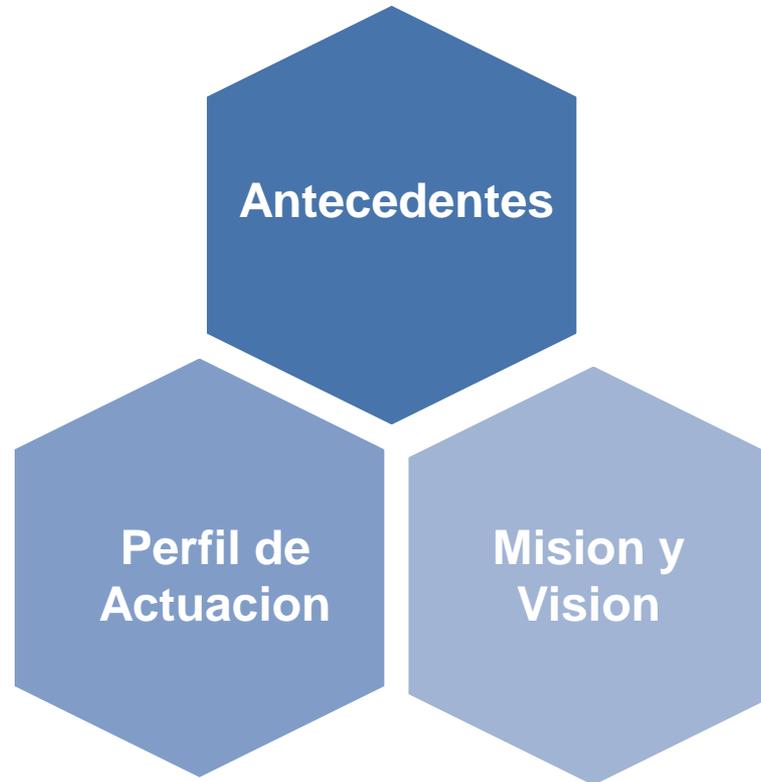
**Se requieren habilidades complementarias**

- Conocimiento del área de intervención
- Conocimientos funcionales
- Habilidades, aptitudes y personalidad

**El inversionista financia al equipo, no a la idea**

- ¿Tiene el equipo experiencia en proyectos similares?
- ¿Conocen sus fortalezas y debilidades?
- ¿Inspiran confianza y empatía?
- ¿Están comprometidos en el proyecto?

**Un equipo de alto desempeño obtiene un resultado mucho mayor que la suma de las partes**



# La Organización Social

- Programas de la Organización
- Indicadores Cuantitativos/Cualitativos
- Gestión de la Organización
- Principales Aliados
- Sostenibilidad de la Organización



# Forma y contenido: Los secretos del éxito





**Redactar un PESS requiere de conocimientos mayores que el Resumen de la Idea**

# ¿Cómo reconocer un PESS atractivo?

- Expone las ideas de forma objetiva
- Presenta el perfil de la organización
- Especifica la iniciativa social y los mecanismos de sostenibilidad
- Explica la forma de implementación
- Es de fácil comprensión

- Es factible
- Osado, pero realista
- Es replicable
- Tiene potencial de crecimiento
- Las proyecciones son sustentables



- Bien estructurado
- Mensaje es presentado desde el inicio
- Utiliza gráficos (evitar tablas con muchos datos)
- Línea de comunicación está organizada

***Si no lo puedes decir de forma sencilla y clara, piénsalo y sigue trabajando hasta que lo logres***

**Karl Popper - Filósofo**

- Utilizar el modulo Elaboración del PESS de la Cátedra Virtual de Emprendimiento ([www.ideas.com.ve](http://www.ideas.com.ve))
- Utilizar todo el material disponible en [www.ideas.com.ve](http://www.ideas.com.ve)
- Identifique las áreas criticas de trabajo.

**Comience a trabajar YA!**