

Caracas, 24 de agosto de 2007 - Boletín Nº 107.

Tips para semifinalistas de Ideas de Negocio

“La creación de una empresa es motor fundamental para las economías, y requiere una combinación de elementos que garanticen su éxito. Manejar esos factores demanda disciplina, esfuerzo y la habilidad de un malabarista”.

Así lo afirmó Augusto Moronta, consultor de McKinsey & Company, en el taller “Elaboración de Planes de Negocio” que se llevó a cabo el pasado 09 de agosto, en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), como parte del proceso de asesoría que reciben los semifinalistas de Ideas de Negocio.

En el encuentro se proporcionaron lineamientos básicos para la elaboración exitosa de planes de negocio. Según el expositor, la organización de un plan es la primera etapa que el emprendedor debe realizar para la puesta en marcha de su iniciativa.

Moronta citó en su ponencia al reconocido inversionista de capital riesgo, Eugene Kleiner, quien plantea utilizar el proceso de planificación para decidir si el negocio es realmente tan bueno como se cree.

En tal sentido, explicó que un plan de negocio goza de un diseño efectivo cuando contiene toda la información que los inversionistas necesitan saber para poder financiar la empresa. En consecuencia, recomendó que la estructura del plan se presente de manera atractiva, clara y sencilla.

Añadió que, además de la forma, es necesario un fondo –contenido- comprensible, explícito y directo. Estas cualidades permiten que el plan sea altamente convincente.

El ponente recomendó cubrir ocho aspectos concretos para manejar adecuadamente esfuerzo y tiempo y, del mismo modo, ser exitosos en organizar un plan de negocio. Aconsejó desarrollar los siguientes aspectos:

1. Resumen ejecutivo. Resume la idea, describe el producto o servicio, el segmento del mercado a trabajar, los clientes, la competencia y los factores claves de éxito. Expone cómo se implementará la idea, el equipo de trabajo y los recursos requeridos.



2. Idea del producto o servicio. El aspecto fundamental a cubrir es mostrar la satisfacción de una necesidad existente en los clientes en potencia. Por lo tanto, se debe exponer: el beneficio para el cliente, la descripción del mercado y las fuentes de generación de dinero.

3. Equipo de trabajo. Es importante enumerar las fortalezas y debilidades del equipo, esto aumenta la confianza en los inversionistas.

4. Mercado, clientes y competencia. Se plantean en estos temas el entorno competitivo, las necesidades de los clientes y la estrategia comercial.

5. Sistema de negocio y organización de la empresa. Se debe plantear el diseño organizacional, misión y valores de la futura empresa.

6. Calendario de implantación. Una correcta planificación gana credibilidad, reduce los riesgos y aumenta las posibilidades de éxito.

7. Riesgos. Un exhaustivo análisis de riesgos maximiza la confianza -interna y externa- en el plan.

8. Financiamiento. Una correcta y creíble planificación financiera aseguraría el interés y confianza de los inversionistas en el proyecto.

Fecha clave del concurso: 13 de septiembre
Entrega de planes de negocio y emprendimiento social

Los emprendedores opinan

Ana González, participante del estado Zulia.

“El taller estuvo excelente. Recomiendo que continúen con esta labor tan positiva que motiva a los emprendedores y aporta un gran valor a la sociedad venezolana”.

Jorge Castro, concursante del Distrito Capital.

“La capacitación fue muy buena, principalmente porque mi equipo tiene una base científica y esta inducción nos ha introducido en el área de negocio que no conocíamos. De esta forma, comenzaremos a estudiar la factibilidad de nuestro proyecto”.

Victoria Sánchez, semifinalista de Anzoátegui.

“La capacitación resultó una grata experiencia. Las ponencias y la logística estuvieron muy bien organizadas. Espero se sigan ejecutando iniciativas como Ideas”.

Nicola Scappaticci, emprendedor del Distrito Capital.

“El taller me pareció extraordinario y me brindó herramientas que en el trabajo social que he desarrollado no había concebido. En las iniciativas que he llevado a cabo junto a mi equipo, nos habíamos enfocado más en el aspecto social, que en la capacidad de autogestionarnos, y desde ese punto de vista la capacitación nos ayudó a cambiar la idea de lo que representa un negocio. No es sólo una visión lucrativa, sino que puede ser abordada desde una perspectiva social”.

María Amparo Cáceres, participante del estado Miranda.

“Estoy muy satisfecha con la inducción. La información ha sido excelente, justo lo que requerimos para organizar nuestro plan. Mi carrera no tiene nada relacionado con la gerencia y este taller me ha guiado para elaborar de manera acertada mi idea”.