

Caracas, 31 de agosto de 2007 - Boletín N° 108.

## Herramientas para semifinalistas en Emprendimiento Social

“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.”

Con esta reflexión de Claudio Sánchez, ex-consultor de McKinsey&Company con amplia experiencia en el área social, Augusto Moronta y Javier Serebrisky, de la consultora internacional, dieron inicio al taller “Elaboración de Planes de Negocio en Emprendimiento Social”.

La actividad, que forma parte de la asesoría que reciben los 21 equipos finalistas de la categoría Emprendimiento Social de Ideas 2007, se llevó a cabo los días 16 y 17 de agosto, en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA).

En el encuentro se proporcionaron lineamientos para la elaboración de planes de negocio sociales. Moronta explicó que la elaboración del plan se convierte en una herramienta importante para superar problemas y, en consecuencia, aumentar las posibilidades de éxito del emprendimiento.

Por su parte, Serebrisky aseveró que una organización del sector social puede presentar tanta o más complejidad administrativa que una empresa privada, por lo que “debe preocuparse también de la movilización de sus recursos para su propio sustento”.

En síntesis, el plan de negocio social debe contener:

**1. Resumen Ejecutivo.** Anticipa los aspectos más importantes del plan. Se destacan la misión, visión, el objetivo, el producto/servicio, la experiencia en gestión, el impacto social alcanzado y el que se espera lograr.

**2. Organización.** Es una descripción detallada de la organización. Incluye la misión, visión, línea estratégica de actividad social que empleará y cómo esa actuación se traduce en beneficios numéricos.

**3. Producto/servicio.** Se identifica la necesidad en el mercado, el público objetivo, la competencia, la capacidad de producción o de prestación de servicio y el impacto social que tendrá.



**4. Mercado.** Se determina el nivel de la demanda, el potencial del mercado en el que se pretende actuar y qué participación de éste se busca alcanzar.

**5. Marketing.** No basta tener un buen producto/servicio, es importante saber comunicar sus atributos. Los elementos a abordar en este punto son los canales de distribución, el precio y la comunicación.

**6. Equipo gerencial.** Se debe especificar la estructura del equipo y las responsabilidades de cada miembro.

**7. Planificación financiera.** Debe detallarse el balance patrimonial, el cuadro de resultados y el flujo de caja.

**8. Riesgos y oportunidades.** Apunta a prever todos los acontecimientos posibles en una organización.

**9. Plan de implementación.** Es una descripción de las principales actividades a desarrollar, los plazos de cumplimiento y sus responsables.

No obstante, los ponentes observaron que esta “no es una receta para ser simplemente seguida, sino que cada emprendedor deberá aprender estas técnicas y adaptarlas a su caso específico”.

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

## PROINLARA promueve el emprendimiento

Entre el 14 y 15 de noviembre se llevará a cabo la tercera **Rueda de Proyectos** del estado Lara, que busca estimular la generación de planes de negocio, con el propósito de hacer que el estudiante universitario y el público en general se formen como empresarios y adquieran las herramientas idóneas para poner en marcha sus propios negocios.

La actividad, que se realizará en el Hotel Hilton de Barquisimeto, es organizada por PROINLARA, asociación civil que promueve la inversión pública y privada para el desarrollo socioeconómico de Lara. Los emprendedores que deseen participar tienen oportunidad para inscribir sus proyectos hasta el día de hoy, 31 de agosto, a través de la página Web [www.laraenred.com](http://www.laraenred.com).

La iniciativa está abierta a cualquier persona que desee invertir en el estado Lara: egresados universitarios o estudiantes de pre o post grado, profesores, investigadores o la comunidad universitaria en general; así como instituciones públicas y privadas o personas cuyas empresas o cooperativas tengan menos de 10 personas en nómina y menos de 5 años de actividad.

Los concursantes recibirán asesoría personalizada y confidencial pre y post-evento.

El ingeniero Lino Bracho Riera, presidente de PROINLARA, expresa que “a diferencia de las Ruedas de Negocios, donde compradores y vendedores conocen su oficio, en las Ruedas de Proyectos la mayoría de los emprendedores se enfrentan por primera vez a una cita de negocios”. En consecuencia, afirma Bracho Riera, para asegurar la calidad de este encuentro es preciso entrenar previamente al emprendedor.

En la actualidad, varios de los participantes de las Ruedas de Proyectos 2005 y 2006 ejecutan con éxito sus planes de negocio.