

DE LA IDEA AL EMPRENDIMIENTO

***Guia Práctica de Planificación y Puesta
en Marcha del emprendimiento***

Autor: Tec. Mariano Angel Rodriguez

consultoramrodriguez@yahoo.com.ar

Comentario: Breve informe.

INTRODUCCIÓN:

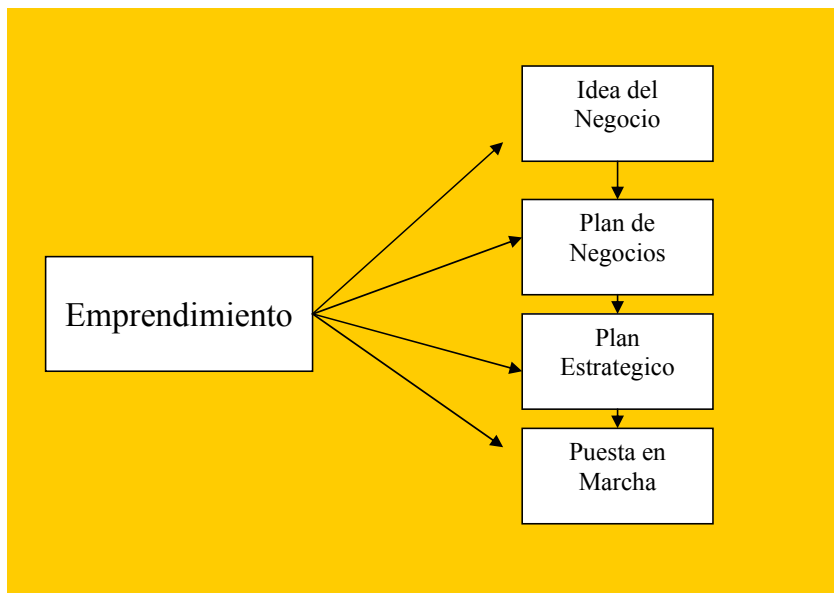
Estimados Emprendedores, ante todo es un gusto, mi nombre es Mariano Angel Rodriguez, soy Técnico Superior en Análisis de Balances y Auditorias; y actualmete estoy finalizando la Licenciatura en Administración de Empresas.

Como primer punto, me gustaría agradecer a la Licenciada Paola Carolina Diaz, la cuál me ha dado la posibilidad por medio de este artículo de compartir mis conocimientos y experiencias en la puesta en marcha de emprendimientos con la comunidad emprendedora.

DESARROLLO:

Comenzando con la conceptualización que compete a este artículo, puede decirse que, en todo emprendimiento existe una *secuencia* en el lanzamiento del mismo.

De esta manera, lo podemos destallar en los sigientes pasos esenciales:



LA IDEA:

Se debe realizar un análisis previo sobre la *viabilidad* de la *idea* en el mercado actual (necesidades, deseos y demanda del mercado, existencia del segmento del mercado al que apuntamos, recursos necesarios), verificando sus carencias e introduciendo todas las mejoras correspondientes.

Una vez verificada la viabilidad de la idea, se deben definir:

Visión: es la aspiración de futuro que tiene el emprendedor,
¿Queremos ser?
¿Qué quieres que sea tu emprendimiento en el futuro?

Misión: es la razón de ser del emprendimiento,
¿Por qué existimos?
¿Qué Quieres que sea tu emprendimiento Ahora?

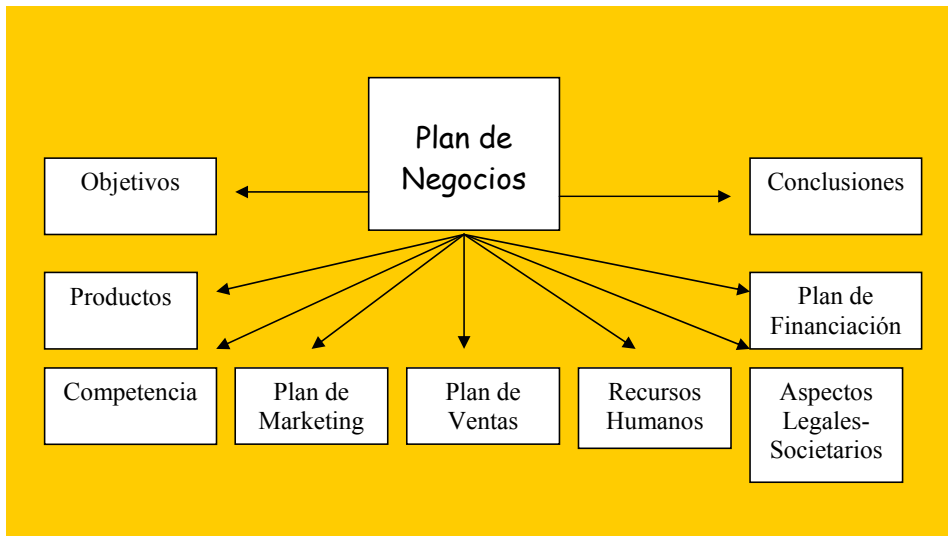
Metas: son los objetivos que se plantea el emprendedor
¿Cantidad de Ventas!
¿Qué hay que hacer para llegar?

PLAN DE NEGOCIOS:

Si bien la idea de un negocio surge espontáneamente, es importante que antes de iniciar el desarrollo del emprendimiento, se haga un análisis ordenado y lógico del negocio, sus riesgos, su viabilidad, posibles resultados, etc.

IMPORTANTE: El plan de negocios es una herramienta que al emprendedor le servirá de mapa para el desarrollo de su negocio.

CONSTITUCION DEL PLAN DE NEGOCIOS:



Objetivos: idea del negocio.

Productos: descripción detallada del /los productos.

Competencia: potenciales competidores actuales y futuros, (Matríz FODA).

Plan de Marketing: cómo se dará a conocer el /los productos.

Plan de Ventas: ventas proyectadas (Fuerza de Ventas).

Recursos Humanos: son importantes para la puesta en marcha del emprendimiento.

Aspectos Legales y Societarios: forma constitutiva e inscripciones ante organismos correspondientes.

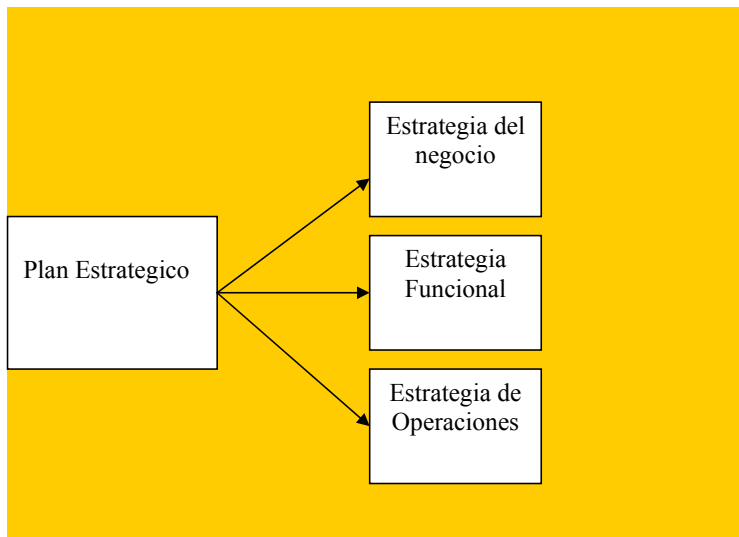
Plan de Financiación: en caso de no poseer financiación propia, forma y modalidad de adquisición de la misma.

Conclusiones: retroalimentación del emprendimiento.

PLAN ESTRATEGICO:

En la secuencia del emprendimiento el plan estrategico se puede incluir o no dentro del plan de negocios, (debe quedar claro que ambos se complementan), pero dada la importancia de este tema en el inicio del emprendimiento se lo desvincula del mismo para poder determinar en forma más clara y detallada los pasos estrategicos a seguir.

En primer lugar hay que establecer los tres niveles de planificación en los que hay que trabajar:



En estos niveles hay que tener presente la Visión y la Misión de la Empresa establecida, para poder delinear las estrategias genéricas en los distintos niveles.

Estrategia del Negocio: se determinan las estrategias que guiaran al negocio a la eficiencia, la calidad y la satisfacción del cliente. Los tipos de estrategias a determinar son:

- Liderazgo en Costos
- Diferenciación
- Bajo costo encocado
- Diferenciación Efocada

Estrategia Funcional: se determina la organización de las distintas funciones del emprendimiento, planificando su

organización y ejecución, (Producción, Comercialización, Recursos Humanos, Desarrollo Tecnológico).

Estrategia de Operaciones: se determinan las habilidades distintivas del emprendedor, optimizando su curva de experiencia para poder desarrollar actividades que creen valor a los productos.

Luego, se deberán establecer los principios de flexibilidad, exactitud, amplitud, y economicidad para los objetivos planteados en cada nivel.

PUESTA EN MARCHA:

Definidos los tres niveles, se realizará un estudio amplio del mercado en el que se desea ingresar, determinando la competencia, estrategias de la competencia, tipos de mercados y presupuesto asignado a dicho proyecto.

Logrando la eficiencia y coordinación en los tres niveles mencionados, se obtendrá una ventaja competitiva sostenible, determinando eficiencia en la producción, ventas, cadenas de distribución.

La política de trabajo se debe centrar en la buena presentación del producto para llamar la atención del cliente, *“la idea es que entre por los ojos”*.

El emprendimiento debe ser innovador cobrando un precio superior (calidad) o disminuyendo su estructura de costos con respecto a los rivales (bajo costo de producción). Obteniendo de esta manera una ventaja competitiva, profundo control de la cadena de valor desde su inicio hasta que llega a las manos de los consumidores.

El motor de crecimiento debe estar definido por los excelentes precios y otras características del resto de los productos, como la calidad y servicio que ofrece el emprendedor a sus clientes, el cual pone en marcha la rueda operativa en todo el proceso productivo.

El emprendedor deberá realizar los trámites legales-societarios correspondientes.

Definidas estas cuestiones, se procede al lanzamiento del plan de marketing y de ventas que se encuentran establecidos en el plan de negocios.

Cualquier duda, comentario, idea, experiencia o testimonio pueden hacerlo a consultoramrodriguez@yahoo.com.ar
Mariano Angel Rodriguez Director de proyecto de consultoria en emprendimientos en La Pampa.-