

SIMULACIÓN EMPRESARIAL

Desarrollo de la idea de negocio

ÍNDICE

/ 1. Introducción y contextualización práctica	4
/ 2. La persona emprendedora y la idea. Fuentes de ideas	5
2.1. La idea	5
/ 3. Selección de ideas de negocio	6
3.1. Factores que determinan la elección	6
/ 4. Técnicas de delimitación y evaluación de la idea	7
4.1. Ventajas e inconvenientes de las propuestas de negocio	7
/ 5. Caso práctico 1: “Definición de la idea de negocio”	8
/ 6. El plan de empresa. Concepto y utilidad	9
/ 7. Recomendación para la elaboración de un plan de empresa	10
/ 8. Estructura del plan de empresa	11
/ 9. Modelo CANVAS, otra forma de diseñar el modelo de negocio	12
/ 10. Caso práctico 2: “Elaboración Resumen ejecutivo”	13
/ 11. Claves para un plan de negocio sólido	13
/ 12. Cómo escribir y exponer el plan de empresa	14

/ 13. Elevator pitch	15
/ 14. Resumen y resolución del caso práctico de la unidad	16
/ 15. Bibliografía	17

OBJETIVOS

Identificar las cualidades del emprendedor.

Conocer las fuentes de ideas de negocio.

Entender la importancia y la utilidad del plan de empresa.

Conocer su estructura.

Aprender a redactar y exponer un plan de empresa viable y coherente.

/ 1. Introducción y contextualización práctica

Toda aventura empresarial tiene su punto de partida en una idea inicial y básica que no es sino una creencia acerca de algo sobre lo que desarrollar un proyecto de empresa. Definir claramente una idea de negocio ayudará a centrar los esfuerzos y constituirá un **punto de partida para iniciar el proceso de creación de la empresa.**

La definición de la idea y su valoración debe ser anterior al comienzo del proceso de **desarrollo del plan de empresa.** Esta es la **herramienta necesaria para planificar la puesta en marcha de la empresa.** Conoceremos las acciones que debes llevar a cabo para redactar tu proyecto empresarial.

A continuación vamos a plantear un caso práctico a través del cual podremos aproximarnos de forma práctica a la teoría de este tema.

Escucha el siguiente audio donde planteamos el caso de Angelica, que tras finalizar sus estudios de administración y finanzas, decide crear una empresa.

Encontrarás su resolución en el apartado Resumen y resolución del caso práctico.



Fig.1. Trabajando la idea de negocio



Audio Intro. "¿Cómo plasmar su idea de negocio en un plan de empresa?"
<https://bit.ly/2QQgCyO>





/ 2. La persona emprendedora y la idea. Fuentes de ideas

La **persona emprendedora** o **promotora de la empresa** es aquella de la que nace la idea de negocio, genera los recursos para ponerla en marcha y hace un análisis sobre el mercado al que va destinada. Es importante valorar las habilidades, formación y experiencia con la que se cuenta.

Algunos **de los rasgos que caracterizan a las personas emprendedoras son:**

- Tener **motivaciones**, que le atraiga ese modo de vida.
- Realizar **funciones específicas**: fijación de objetivos, elección de medios, coordinación de recursos, evaluación.
- Contar con unas determinadas **cualidades personales**: liderazgo tener ilusión en el proyecto, capacidad para asumir riesgos, capacidad para organizar y dirigir.
- **Conocimientos profesionales**: formación y experiencia en el sector donde se pretende iniciar la actividad empresarial.
- Contar con **capacidad económica** o posibilidades de buscar financiación.
- **Conocimientos básicos de gestión empresarial**.

En este apartado también cabe mencionar la importancia de **analizar a los socios** cuando hablamos de iniciativas de grupos de personas, ya que éstos pueden cubrir carencias y puntos débiles de la persona que emprende, aunque también pueden resultar un lastre que conduzca al fracaso. Por lo tanto, su evaluación es un aspecto fundamental en el inicio de creación de la empresa. Por un lado, lo ideal es buscar socios que tengan cualidades y aptitudes que mejoren las posibilidades del proyecto y, por otro, es necesario tener claro qué le pedimos al socio: recursos, profesionalidad, contactos, etc.

2.1. La idea

Lo primero cuando iniciamos **un proyecto de creación de una empresa** es comenzar por la **idea de negocio**. Por tanto, es la descripción de un bien o servicio, que dan respuesta a una necesidad del mercado.

Los **pasos para hacer una evaluación inicial de la idea son**: reunir toda la **información** posible acerca del negocio elegido, definir las **necesidades a satisfacer** con nuestra empresa, ver si lo que queremos hacer es compatible con las necesidades del **mercado** (dónde, cuándo, a qué precio...) y comprobar incluso si lo que queremos hacer ya lo intentó alguien y con qué **resultados**.

Fuentes de ideas

Nuevos inventos o Tecnología
Intereses Personales o aficiones
Observación de Tendencias Sociales
Observación de diferencias de otras Empresas
Observación de una ausencia
Nuevas formas de Comercialización
Experiencia adquirida en un empleo anterior
Nueva Legislación
Franquicia

Fig.2. Fuentes de ideas



Video 1. "Emprendimiento en Economía Social"
<https://bit.ly/3vj7Mb>





/ 3. Selección de ideas de negocio

Seleccionar una idea de negocio es la primera fase en el proceso de crear una empresa. Hay **diferentes métodos** que nos ayudaran en el proceso de desarrollo de ideas.

Un método que ha resultado muy eficaz para la detección de ideas de negocios es el **método del triángulo**. Surge del concepto de que **cualquier empresa debe surgir bajo la confluencia cruzada de tres variables**: los recursos de los promotores, los recursos del entorno (fundamentalmente los ociosos e infrautilizados) y las necesidades e intereses de los potenciales clientes. Aunque el vértice clave del triángulo lo ocupan las necesidades e intereses de los potenciales clientes (la idea siempre debe estar destinada a aportar algo para resolver una necesidad existente). De la confluencia de las tres variables va a depender en buena medida el éxito futuro de nuestro proyecto. A modo de ejemplo, algunos contenidos genéricos (es conveniente que sean lo más concretos posibles) de las distintas variables pueden ser:

Recursos promotores	Necesidades, intereses	Recursos entorno
Formación en ...	de ocio ...	población (3ª edad, ...)
Experiencia en ...	de información ...	naturales (montes, ...)
Aptitudes para ...	de formación ...	socioculturales ...
Recursos económicos ...	de relación ...	sectores productivos (empresas, ...)
Actitudes ...	de cultura ...	infraestructuras ...

Tabla 1. Tabla para valoración ideas según el método del triángulo

Otro de los métodos más utilizados es el **brainstorming o lluvia de ideas**, que es una técnica originariamente utilizada en marketing y publicidad para generar múltiples ideas originales en un entorno relajado. Consiste en anotar todas las ideas que surjan, sin evaluación ni censura y luego se valoran conforme a una metodología marcada.

3.1. Factores que determinan la elección

Una vez identificadas las ideas de empresa, habría que seleccionar aquella o aquellas que vamos a llevar a cabo. Algunas de las cuestiones que hay que tener en cuenta en este proceso:

- **Idea útil**, en qué medida satisface las necesidades.
- **Idea innovadora**, si es o no novedosa en el mercado.
- **Contar con parte del mercado**, que nos posibilite competir.
- **Expectativas de alta rentabilidad**, que cuente con buenas perspectivas económicas en cuanto a ventas.
- **Dificultad de puesta en marcha del negocio**, viendo si requiere mucha inversión, trámites, etc.
- **Conocimientos del sector necesarios**, formación relacionada con la actividad de la empresa.
- **Competencia**, si cuenta con muchas empresas similares.
- **Inversión inicial**, con gastos asumibles en cuanto a la compra del local, maquinaria, mobiliario, etc.
- **Complejidad de la legislación aplicable**, estudiando los requisitos legales para ponerla en marcha.

! Sabías que...

El Brainstorming o lluvia de ideas es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por **Alex Osborn** (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro *Applied Imagination* <https://www.neuronilla.com/brainstorming/>.



/ 4. Técnicas de delimitación y evaluación de la idea

El contenido de **la idea de negocio** hay que definirlo en pocas palabras y de manera simple, clara, precisa, y que lo entienda todo el mundo.

Vamos a evaluar nuestra idea, pensando, reflexionando y determinando conclusiones que obtenemos de variables o preguntas que nos responda a si es clara nuestra idea, posibilidades en el mercado, cómo vamos a promocionar el negocio, recursos disponibles.

Algunas **consideraciones** en la delimitación y evaluación **de la idea** son las siguientes:

- La idea debe estar **orientada hacia el exterior** del propio equipo, de la propia empresa, hacia las necesidades del entorno y de los individuos a los que pretende servir.
- La idea ha de tener **proyección hacia el futuro a largo plazo**. El negocio rápido y oportunista puede ser una opción coyuntural pero que entraña graves riesgos y no debe entrar en los objetivos finales del emprendedor. Al mismo tiempo, la idea debe adaptarse con flexibilidad a los cambios.
- La idea debe resultar **creíble para los promotores y para los potenciales clientes**. Hay que evaluar la capacidad de respuesta al compromiso que requiere la idea para el logro de su fin: la empresa.
- La idea **debe poder ser formulada de forma clara, simple y directa**.
- Se debe valorar si la idea realmente **aporta algo diferente o mejora lo existente en el entorno**.
- Pensar si conoces a **la competencia y sus fortalezas**.
- Ser crítico con las propias **capacidades personales para poner en marcha la idea**.

! Sabías que...

Existen herramientas interactivas que te ayudan a evaluar tu negocio. A través de un test, analizan el grado de desarrollo y viabilidad previa de la idea de negocio. [Ejemplos](#).

4.1. Ventajas e inconvenientes de las propuestas de negocio

Son más las **ventajas** que los **inconvenientes** en el desarrollo de una idea de negocio para transformarla en una realidad la empresa. Sin embargo, como venimos viendo **habrá que hacer previamente un análisis de la viabilidad del negocio**. Entre las ventajas de emprender podemos señalar:

- Que nos proporciona más **estabilidad en el empleo**.
- Tendremos más **autonomía e independencia**.
- Nos reportará una mayor **satisfacción personal**.
- Posibilidad de tener **mayores ingresos**.
- Es una actividad que cuenta con mayor **prestigio social**.



Las desventajas hay que tenerlas en cuenta y estar preparados para ir afrontándolas:

- Conlleva una **mayor dedicación y mucho esfuerzo**.
- Implica un **riesgo económico**.
- Hay siempre un porcentaje de **incertidumbre**.

Definición de la idea

Descripción de producto o servicio
Necesidad que satisface
Descripción del valor añadido
¿Quiénes son los clientes?
¿Existen otros productos/servicios similares en el mercado?

Fig.3. Aspectos que definen una idea de negocio



Audio 1. “¿Qué es un análisis de viabilidad de negocio?”

<https://bit.ly/3fFeSkc>



/ 5. Caso práctico 1: “Definición de la idea de negocio”

Planteamiento. En el proceso de creación de una empresa y como primer paso antes de avanzar con el plan de empresa, las personas emprendedoras tendrán que **definir adecuadamente la idea de empresa que tienen en la cabeza y que van a desarrollar**.

Nudo. Es importante que en la **definición de la idea tengamos algunos aspectos en cuenta**. Y si bien tendremos que tender a concretar, no basta con una sola palabra. Por ejemplo, si lo que **vamos a crear es una peluquería**, tendremos que definir **cómo va a ser, que tipo de servicios se van a ofrecer, cuál va a ser su valor añadido, cómo se va a diferenciar de la competencia, a qué tipo de clientes se va a dirigir**. Toda esta primera **definición de la idea de negocio podrá formar parte del documento de plan de empresa** que elaboremos y tendrá que **recogerse en el resumen ejecutivo** que conviene incluir en la primera parte del plan.



Fig.4. Definición de la idea de negocio

Desenlace. Para **desarrollar la idea de negocio**, que tendrá que ser el punto de partida del plan de empresa, **proponemos una ficha que ayudará a definir la empresa** y que permitirá que cualquiera pueda tener una idea muy aproximada de la empresa que vamos a crear. **El guion mínimo que tendrá que contener esta descripción de la idea es el siguiente:**

- Descripción del producto o servicio
- Necesidad que satisface
- Descripción del valor añadido. ¿Qué nos diferencia y nos hace ser la mejor opción?
- ¿Quiénes pueden ser tus clientes? Características del *buyer*, de la persona.
- ¿Existen otros productos o servicios similares en el mercado? Análisis de la competencia, de las estrategias que siguen los competidores...

El objetivo común es encontrar el producto o servicio que haga que los clientes quieran comprarlo, consiguiendo hacerlo de la forma más provechosa para la empresa y reduciendo costes.



/ 6. El plan de empresa. Concepto y utilidad

Existe un principio básico en autoempleo que afirma que antes de invertir dinero hay que invertir tiempo, es decir, **hay que obtener información sobre el negocio y su entorno**. Debemos conocer a priori **buena parte de los riesgos y las vicisitudes que nos encontraremos cuando el proyecto sea una realidad**.

Por eso es conveniente confeccionar un documento **que contenga cada una de las partes o elementos de la futura empresa**. Este documento es el **plan de empresa** y cuenta con las siguientes utilidades:

Herramienta de diseño

Nos sirve para tomar decisiones sobre la futura empresa y conformar la estructura: áreas, procesos, necesidades, etc. En lugar de tener una idea mental más o menos configurada, se analiza en detalle y sistemáticamente cada uno de los aspectos de la empresa, y se plasman en un documento escrito.

Herramienta de reflexión

A medida que va avanzando el proceso de creación de la empresa las circunstancias van cambiando. **El plan de empresa debe ser un documento vivo que podamos ir modificando** conforme vayan surgiendo las cuestiones que no habíamos previsto. A menudo, se descubren aspectos del negocio que desconocíamos. Es, por tanto, un elemento que nos ayuda a reflexionar sobre el impacto de estas novedades en el negocio, de forma que disponemos de un documento que nos aporta información valiosa en la toma de decisiones de adaptación a la realidad.

Herramienta de comunicación

El plan de empresa también nos va a servir para que pongamos en común con los socios, si los tenemos, todas las cuestiones importantes. Poder hacer por tanto **un diseño por escrito, compartido y unificado de la empresa y llegado el caso, discutirlos de una forma objetiva y despersonalizada**. También es muy útil para poner sobre la mesa **temas difíciles de abordar directamente, como las responsabilidades, las remuneraciones y en definitiva, el grado de implicación de los socios en el negocio**.

Herramienta de marketing

Un plan de empresa es una herramienta imprescindible para obtener financiación, ya que cualquier entidad financiera, inversor o entidad pública que nos vaya a dar una ayuda, valorará la viabilidad de la empresa y decidirá si invertir o ayudar al negocio.

En definitiva, el plan de empresa es **un documento interno, en donde se materializa la idea de empresa y comienzan a proyectarse y tomarse decisiones; y un documento externo, en cuanto a que nos sirve para mostrar a los demás como será nuestra futura empresa**.



Audio 2. "El Plan de empresa, un documento vivo"
<https://bit.ly/3bPdUkl>



/ 7. Recomendación para la elaboración de un plan de empresa

La elaboración de un plan de empresa **exige una serie de recomendaciones mínimas** que afectan a aspectos formales del mismo como vocabulario, estructura, contenido o la propia presentación del documento. El seguimiento de estas recomendaciones es muy importante ya que el **plan de empresa va a ser la carta de presentación de un proyecto**.

No obstante, existe una gran libertad de acción dependiendo del tipo de negocio, del propósito que se persiga, las personas a las que va dirigido.

Algunas de las **claves para la elaboración del plan de empresa son las siguientes**:

Información de calidad y fiable. La información y redacción ofrecida debe ser clara y concisa. Procedentes de fuentes fiables.

Debe ser actual. Los datos y la información tienen que ser actualizados. Es importante que nos basemos en datos actuales porque de eso va a depender que el proyecto se acerque más a la realidad. Sobre todo, cuando hablamos de tecnología, tenemos que ser muy cuidadosos porque los avances son muy rápidos y constantes y podemos quedarnos desactualizados.

Que sea un instrumento integral. El plan de empresa tendrá que abarcar a todas las áreas de la empresa, con el fin de ofrecer una imagen completa del proyecto. Y entrar a analizar todo el entorno actual en el que se va a implantar la empresa.

Redacción buena y coherente. Tiene que utilizarse un lenguaje claro, profesional, y adaptado a todos los públicos a los que va dirigido: inversores, proveedores, administraciones que nos puedan proporcionar ayudas, bancos, etc.

Si la empresa sobre la que vamos a realizar el plan es de algún sector que conlleve un alto contenido en tecnología o términos muy especializados, tendremos que hacer un esfuerzo por hacer un documento inteligible para todos los públicos.



Fig.5. Herramienta para la elaboración del P.E. de DGIPYME

Investigamos...

Recomendamos que hagas una búsqueda en la red de las herramientas que ponen a tu disposición diferentes organismos para elaborar el plan de empresa. Por ejemplo, la DGIPYME <https://planempresa.ipyme.org/>



/ 8. Estructura del plan de empresa

Aunque **no hay homogeneidad en cuanto a los contenidos que debe tener el plan de empresa**, sí que existe una **pauta común a todos ellos: el análisis de cada uno de las grandes partes que componen la empresa**. Así una **propuesta de estructura** para realizar el plan de empresa puede ser la siguiente:

1. La idea de negocio

La idea de negocio es el primer paso, es aquello que queremos vender, la necesidad que satisface, el valor añadido que tiene y el mercado al que se va a dirigir.

2. Definición de la idea, la forma jurídica y los emprendedores

Podemos hacer aquí un **resumen ejecutivo** del plan de empresa que recoja los aspectos más importantes.

3. El plan comercial o Marketing

Definiendo las características del producto, el precio, los canales de distribución y la comunicación. En definitiva, las estrategias de venta. Previamente haremos un **Estudio de Mercado**.

4. El plan de producción o prestación de servicios

La localización de la empresa, la distribución del espacio físico, la maquinaria y tecnología necesaria y el proceso de producción.

5. El plan de recursos humanos

Incluye organizar el organigrama de la empresa, las funciones que tendrán cada una de las personas, así como concretar el perfil de cada uno de los trabajadores que necesitaremos.

6. El plan económico financiero

Tendremos que estudiar tanto las inversiones a realizar, cuantificándolas económicamente y ver cómo se va a financiar. Además, analizaremos gastos e ingresos. Valoraremos, por tanto, la rentabilidad del negocio.

7. Ayudas y Subvenciones

Las subvenciones no deben considerarse parte de la financiación, ya que se desconoce si se obtendrán y la cuantía de la misma.

8. Los trámites de puesta en marcha

Desglosaremos los trámites ante las administraciones públicas para poner en marcha la empresa.

9. La empresa

La empresa es una realidad, ahora queda la gestión día a día y convertir en realidad esa vaga idea empresarial que poseíamos al principio.

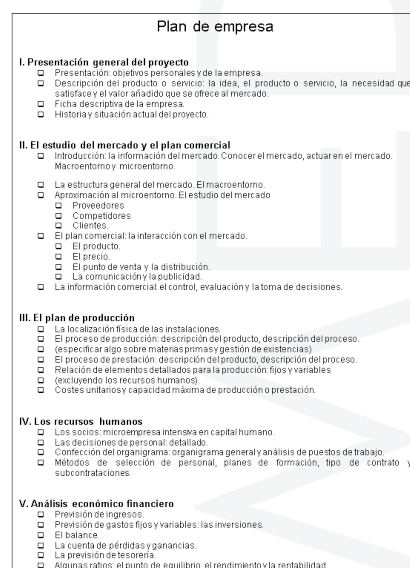


Fig.6. Propuesta estructura plan empresa

/ 9. Modelo CANVAS, otra forma de diseñar el modelo de negocio

En 2010 Alex Osterwalder diseña el **Business Model Canvas** (Modelo del Lienzo), un formato que sintetiza el modelo de negocio de forma **muy visual ofreciendo una visión global** del mismo, y concentrando en 9 módulos y las relaciones entre ellos, toda la viabilidad del negocio.

Estos **9 bloques** interactúan entre sí para obtener como resultado diferentes formas de hacer rentable la empresa. Se identifican los clientes, los canales de distribución y las relaciones entre las partes, se determinan los beneficios e ingresos y especifican los recursos y actividades esenciales que determinan los costes más importantes. Finalmente, se pueden determinar las alianzas necesarias para operar.

Los bloques que se identifican en el modelo Canvas son los siguientes:

1. **Segmento de clientes.** Hay que determinar cuáles son los clientes a los que se les crea valor.
2. **Propuesta de valor.** Es la parte central y más importante identifica cual es la necesidad que vamos a solucionar.
3. **Canales.** Cómo vamos a hacer llegar la propuesta de valor a los clientes objetivos.
4. **Relación con clientes.** Reflexiona sobre el tipo de relación que vamos a mantener con los clientes.
5. **Flujo de ingresos.** De dónde proviene el dinero.
6. **Recursos claves.** Cuantificando los recursos físicos, económicos, humanos o intelectuales.
7. **Actividades clave.** Es a lo que se dedica tu empresa.
8. **Asociaciones clave.** Aquellos agentes necesarios para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio.
9. **Estructura de costes.** Recopilando los gastos del negocio.

Debemos aportar valor en todas las dimensiones del modelo de negocio. Y las nuevas tendencias en el mundo empresarial, aconsejan también **incorporar impacto social tanto, en el qué, para quién y en el cómo.**



Fig.7. Modelo Canvas



Video 2. "Modelo Canvas"
<https://bit.ly/3ub0TYE>





/ 10. Caso práctico 2: “Elaboración Resumen ejecutivo”

Planteamiento. Ana, Laura y Belén deciden **montar una empresa de creación de videojuegos. Una vez definida la idea, comienzan con la elaboración de un plan de empresa del negocio.** Y cuando finalizan el estudio de todos los puntos del plan, **elaboran un resumen ejecutivo**, que recoge los aspectos más importantes.

Nudo. Una vez han finalizado el plan de empresa han llegado a la conclusión que **el negocio es viable**, y que van a crear una cooperativa como forma jurídica. Han decidido **redactar el resumen ejecutivo** en el que van a presentarse como emprendedoras, destacar el equipo de trabajo y cómo se complementan entre ellas. Definirán la idea, cómo surgió y cómo la validaron. Mostrarán la propuesta de valor y las claves que van a hacer que puedan tener éxito con la empresa, resumen financiero y planes a futuro.



Fig.8. Resumen ejecutivo

Desenlace. La **propuesta del resumen Ejecutivo de la empresa de Videojuegos Record+ puede ser la siguiente:**

Ana, Laura y Belén somos 3 emprendedoras a las que nos une nuestra afición por los videojuegos y que hemos decidido crear videojuegos educativos con perspectiva de género. Esta será nuestra propuesta de valor: ofertar videojuegos que promuevan la igualdad y los valores feministas, Record+.

Somos nativas digitales y creativas, apostamos por la innovación. Nos encanta trabajar en equipo y nos complementamos perfectamente. Ana es programadora informática, Laura, ilustradora y diseñadora gráfica y, por último, Belén, comercial.

Vamos a crear una cooperativa de trabajo asociado, porque las 3 trabajaremos en la empresa. Después de barajar otras formas jurídicas, pensamos que la cooperativa es la que más se ajusta a nuestra filosofía de trabajo y de empresa. La más democrática y la más social.

Estamos en un entorno en el que se está potenciando la industria audiovisual y del videojuego. Analizando nuestra competencia y nuestros posibles clientes, contamos con un punto fuerte, que es nuestra especialización y diferenciación del resto.

Del estudio económico financiero podemos concluir que hemos calculado las inversiones iniciales y que pueden ser asumidas con recursos propios. Las acciones comerciales que hemos planteado en una primera fase harán que el negocio sea viable económicamente.

Nuestro negocio pretende estar en la actualidad tecnológica y audiovisual, siguiendo las novedades del sector, y promoviendo valores sociales de igualdad. En el futuro queremos abrirnos a nuevos mercados y a la internacionalización.

/ 11. Claves para un plan de negocio sólido

1. Hay que definir el objetivo

Hay que describir el propósito del plan y estructurarlo para cumplir con ese propósito. El plan de negocio se tendrá que redactar no sólo con el objetivo de buscar financiación, sino teniendo en cuenta que va a ser nuestra herramienta de presentación y de comunicación para todos los interlocutores con los que nos relacionemos.

2. Hay que Investigar siendo rigurosos

Una investigación sólida es un paso fundamental cuando se escribe un plan de negocios. La investigación que llevemos a cabo tendrá que ser objetiva y teniendo en cuenta el entorno actual en el que nos encontramos.

3. Hay que ser conciso

Primando la calidad frente a la cantidad. Midiendo la extensión del documento, y procurando no ser extenso (datos necesarios que aporten). Pero sí que debe contener todos los puntos que afectan a la creación y el buen funcionamiento de la empresa.

4. Tiene que ser dinámico

Un plan de negocios debe ser un documento vivo, modificándolo en función de las circunstancias cambiantes que afecten a la propia empresa y al entorno donde se vaya a situar. Habrá que hacer los ajustes cuando sea necesario.

5. Hay que ser profesional

Usando un lenguaje profesional, encabezados claros y un diseño atractivo. Es recomendable que se utilicen términos empresariales y tablas y gráficos que apoyen las explicaciones.

6. Tiene que ser comprensible

El lenguaje excesivamente técnico a veces no es comprensible por todos los públicos. Por tanto, hay que ser conscientes que los posibles inversores, administraciones que puedan proporcionarnos ayuda y otros públicos, tienen que entenderlo.



Fig.9. Buenas prácticas para escribir un plan de empresa



Enlaces de interés...

Video en inglés Sobre las claves para elaborar un buen plan de empresa.
<https://www.youtube.com/watch?v=o1BVp2EcJZQ&t=47s>

/ 12. Cómo escribir y exponer el plan de empresa

Como hemos visto, **el plan de empresa debe contener toda la información sobre el negocio que se va a emprender**. El objetivo es hacer una fotografía lo más aproximada posible de la idea de empresa que tenemos. Pero tenemos que ser capaces de transmitirla con todo detalle, eliminando todo lo superfluo e intentando convencer a las personas que lo lean.

Claves fundamentales:

Cuidar la presentación. Hay que hacerlo por escrito, con un diseño atractivo. Podemos innovar e introducir medios audiovisuales.

El formato dice mucho también de la persona emprendedora y de la empresa.

Innovar en el formato nos ayudará a llegar mejor a los receptores del Plan. Y hará que la exposición sea atractiva. Podemos hacer un formato web, blog u otro medio digital que nos va a facilitar la difusión y nos permitirá actualizarlo fácilmente.

También podemos incluir presentaciones en video, power point, prezi, o cualquier otro formato que haga lo más atractivo posible la presentación.



Bien estructurado. Comenzaremos con un resumen ejecutivo y un índice que contendrá todos los apartados del plan de empresa. No hay una estructura oficial, pero sí que hay que incluir todos los apartados claves en la configuración de una empresa: **presentación de la idea y de la persona promotora, estudio de mercado y plan de marketing, plan de producción o prestación del servicio, plan de producción, plan económico financiero, elección de la forma jurídica, trámites de puesta en marcha y constitución y, por último, acabaremos con el estudio de viabilidad** desde el punto de vista técnico, económico y comercial.



Fig.10. Estructuración del plan empresa

El plan de empresa ha de transmitir **creatividad e innovación**, competencias que son fundamentales en la persona que emprende el negocio.

A la hora de exponerlo, hay que preparar la presentación y hacerla con brevedad, captando la atención de los interlocutores y con soportes audiovisuales.

/ 13. Elevator pitch

Las ideas, los proyectos cobran vida cuando somos capaces de comunicarlos de forma eficiente. Presentaciones ágiles, impactantes, que generen sorpresa y atención.

Para conseguir una explicación rápida y convincente, los emprendedores deberán presentar sus proyectos en el mínimo tiempo posible. Una de las **herramientas más útiles** para este tipo de presentaciones puede ser **elevator pitch**.

Toma su nombre de la hipotética situación en la que te encuentras en un supuesto viaje en ascensor con otra persona (un cliente potencial, un inversor, un posible colaborador) en la que debes captar interés por tu proyecto.

Cuando los emprendedores utilizan esta herramienta, su objetivo no es vender sino, sobre todo, **generar interés y lograr una posterior entrevista o una reunión**.

Es una **herramienta fundamental para presentar un proyecto**. Hay que tener en cuenta **4 puntos esenciales**:

1. **Conocer e identificar a tu público:** quién es, cuáles son sus principales características...
2. **Pensar en sus motivaciones.** Y también, qué es lo que le molesta o le preocupa.
3. **Preparar tu discurso.** Estructurarlo, entrenarlo.
4. **Intentar sorprender.** Utilizando datos y frases que capten la atención.



Fig.11. Elevator pitch



Una vez conocido su propósito y dominado el miedo de hablar en público, debes responder a las cuestiones que proponemos en esta **Estructura de un elevator pitch**:

Quién eres, cuéntales quién eres, y cuáles son tus competencias emprendedoras y las que te van a hacer que el negocio vaya bien.

Qué haces. Puede tratarse tanto de tu profesión principal como del producto o servicio con el cual sientes mayor identificación.

Cuál es tu propuesta de valor. Una forma sencilla de resumir la información relevante implica hacerte otras 3 preguntas:

¿Qué reto voy a resolver? Hay que resumirla en una frase. Utilizando técnicas de marketing, con frases que atrapen.

¿Qué solución voy a dar? Explícalo brevemente, haciendo una hoja de ruta, contando los pasos que vas a seguir para resolver el reto.

¿Por qué soy la mejor opción? Convenciendo de que la propuesta que haces es la mejor en comparación con la competencia. Aporta más valor y diferenciación.

Enlaces de interés...

Video cómo hacer un Elevator Pitch. Educaixa https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_YjgvI

/ 14. Resumen y resolución del caso práctico de la unidad

En esta unidad hemos podido ver **las cualidades y competencias necesarias de las personas emprendedoras, cómo surgen las ideas de empresa, y cuáles son las fuentes de ideas**. Además, **hemos aprendido a evaluarla y a definirla**.

Elaborar un plan de empresa para evaluar la viabilidad del negocio es un paso previo y necesario antes de poner en marcha la empresa.

Hemos trabajado **la estructura de un plan de empresa, cómo redactarlo correctamente y cómo exponerlo**. Por último, hemos visto **otra forma de trabajar el modelo de negocio con el modelo Canvas y el elevator pitch**, herramientas muy útiles a la hora de exponerlo y resumirlo.

Perfil persona emprendedora

Selección de la idea. Fuentes de ideas.
Evaluación de las ideas.

El Plan de empresa

Herramientas de diseño, reflexión, comunicación y marketing.
Estructura: Resumen ejecutivo, estudio de mercado, plan comercial, plan de producción, plan de recursos humanos, estudio económico financiero.
Trámites para la puesta en marcha.
Estudio de viabilidad.
Modelo Canvas.

Exposición Plan Empresa

Elevator Pitch

Fig.12. Esquema resumen del tema



Resolución del caso práctico de la unidad

Angélica acude al servicio de ayuda a creación de empresas del área de juventud del ayuntamiento de su localidad. Después de **exponer su idea de crear una empresa** para dar servicios a empresas de su localidad, conjuntamente con el orientador que le está ayudando, **deciden hacer un plan de trabajo** que culmine con la puesta en marcha de la empresa:

1. **Definición de la idea.** Aunque Angélica tiene una idea inicial ve la necesidad de trabajar y profundizar en la idea, observando el valor diferencial con otras empresas que ya ofrecen el servicio en su localidad y como paso previo a la redacción del plan de empresa.
2. **Evaluar las competencias con las que cuenta ella como emprendedora.** Para eso redactarán un CV extendido, con sus datos personales, formación, experiencia y otras competencias que van a hacer que Angélica se confirme como una emprendedora con capacidad suficiente para la gestión de la empresa.
3. Establecen una **planificación para ir elaborando el plan de empresa.**
4. Elaborar un **mapa de recursos** donde la pueden ayudar en el proceso de creación de la empresa, los organismos donde hacer los trámites para la puesta en marcha de la empresa y las posibilidades para la financiación y la ubicación de la empresa en algún vivero de empresas.

/ 15. Bibliografía

- Estrategia España nación emprendedora. Recuperado de: https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2021/110221-Estrategia_Espana_Nacion_Emprendedora.pdf
- Carmen Pellicer Iborra Maria Batet Rovirosa. Pedagogías ágiles para el emprendimiento. Aula Planeta. Fundación Princesa Girona. 2017. Recuperado de: www.educareltalentoemprendedor.org
- Guía de Creación de empresas de la Escuela de Organización Industrial (EOI). VV.AA.
- Manual Metodología en la orientación para la creación de empresas para técnicos Andalucía Orienta. VVAA. Red Araña.
- Vídeo explicativo de la metodología a desarrollar en la web de la fundación neuronilla. Recuperado de: <https://www.neuronilla.com/brainstorming/>.
- Existen herramientas interactivas que te ayudan a evaluar tu negocio. Recuperado de: [Microsoft Word - Anexo 1_Guía del Test Idea_cast.doc \(emprenderesposible.org\)](#); [Evaluación inicial de la idea \(ceei.es\)](#).
- Herramientas para elaborar Plan de empresa. IPYME. Recuperado de: <https://planempresa.ipyme.org/>
- Las claves para elaborar un buen plan de empresa. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=o1BVp2EcJZQ&t=47s>