Financiamiento de proyectos en Internet

**APUNTE 5 – Emprendedores FAQ**

Contenido

[¿Qué aspectos debemos considerar cuando surge una idea para iniciar un proyecto de negocio? 2](#_Toc259385638)

[¿Por qué debemos analizar el mercado, la posible sustitución y la competencia? 3](#_Toc259385639)

[¿Qué es una Tecnología apropiada? 3](#_Toc259385640)

[¿Por qué es necesario realizar un análisis a largo plazo? 4](#_Toc259385641)

[¿Qué acciones seguir para garantizar el mantenimiento del negocio y de la empresa? 6](#_Toc259385642)

[¿Por qué debemos analizar el mercado, la posible sustitución y la competencia? 6](#_Toc259385643)

[Sin Respuesta en apunte: 8](#_Toc259385644)

[¿Qué requisitos debo reunir para acceder a la financiación ofrecida en el Portal Emprendedor XXI? 8](#_Toc259385645)

[¿Qué aspectos debemos considerar cuando surge una idea para iniciar un proyecto de negocio? 8](#_Toc259385646)

# ¿Qué aspectos debemos considerar cuando surge una idea para iniciar un proyecto de negocio?

Todo proyecto de negocio comienza con un tamizado de posibles emprendimientos.   
  
La lista de estos tiene origen en las características de los emprendedores, de la región en donde habitan o en necesidades detectadas en ese ámbito.   
Constituyen, así, las ideas en su versión preliminar. Muchas veces esa primera selección persigue reducir el número de caminos a explorar.   
  
Entonces, los mecanismos de revisión y validación en esta primera instancia suponen elementos de juicio muy básicos, pero concretos y contundentes.   
Son razonamientos del tipo: si/no, con argumentos irrefutables. Por ejemplo, la inexistencia de una materia prima o la imposibilidad de comercialización.

No se utilizan elementos relacionados con mercado todavía, de modo que precios y cantidades específicas no son usados en la selección.   
El análisis de cómo concebimos la idea es un aspecto saliente en el que centraremos la discusión.

Si el emprendedor está haciendo su primera experiencia las opciones que maneja podrán ser muy diferentes, basadas en la información que dispone,   
pero sobre todo en una intuición de lo que él sería capaz y en lo que cree es un " buen negocio".   
  
De manera que el proceso continúa con una mirada hacia aspectos no contemplados en la elección.   
  
Esta visión puede no ser inmediata por parte del interesado porque está influenciado por las consideraciones que lo llevaron a elegir la idea.   
La sugerencia es generar una lista de características, problemas, debilidades o dificultades para contestar a las dudas, por escrito, y comprobar lo convincente   
de la fundamentación. Éste es el denominado procedimiento FODA, que permite la verificación de nuestras apreciaciones preliminares sobre el problema.   
  
Lo ideal es nutrirse del enfoque de otras personas, cualesquiera fuese su perfil o actividad, a pesar de la renuencia de hacerlo por miedo a perder la hegemonía   
sobre el proyecto.   
  
El mejor aliado, en general, en esta etapa es el sentido común, acompañado de una acertada lectura de la realidad socioeconómica y cultural de la población   
en donde se pretende llevar a cabo el emprendimiento.   
  
La Universidad cumple un rol importante en esta etapa, debido a su condición académica de ser reservorio de conocimiento y su capacidad de desarrollo y,   
también, por poder establecer compromisos de confidencialidad con las personas interesadas en los negocios potenciales.

Si, por el contrario, la persona que concibió la idea es un empresario activo iniciará el análisis tratando de congeniar su actividad con el nuevo emprendimiento.   
Esto es, si forma parte de su industria, si se comercializa dentro de la mecánica que ya tiene establecida, si depende de nuevos proveedores, etc.  
  
En este caso la visión lateral es importante pero tiene más peso lo concerniente a la relación entre su estado actual y una visión a largo plazo, con la incorporación   
del nuevo producto.

Estos procedimientos tienen la finalidad de descartar ideas sin utilizar mucho tiempo y medios en búsqueda de información para la toma de decisión.   
Este esfuerzo se destinará a aquellas ideas que ofrezcan más atractivo en este primer tamizado. Hay razones de imposibilidad, de origen técnico, económico o   
financiero que surgen de inmediato y a ello apela esta metodología.

Inevitablemente el proceso de validación completo debe utilizar mayor información que la manejada hasta el presente.   
En este paso lo importante es generar la lista de interrogantes básicos, con criterios de corto y largo plazo, que puedan descartar algunas ideas antes de continuar   
con su confirmación como posible negocio.

¿Por qué debemos analizar el mercado, la posible sustitución y la competencia?  
**Respuesta**   
La aspiración de todo emprendedor es tener un pronóstico lo más acertado y fijo de la demanda del producto en cuestión, y, con este número, del precio correspondiente   
de venta para esa cantidad. La mayor incertidumbre siempre está en la consideración que se haga del mercado del producto. Así como el mayor desafío técnico lo representa   
la forma de producción que elijamos para el bien, los datos del mercado son la otra llave del éxito del nuevo negocio. No basta solamente con conocer la cantidad demandada.   
  
Es fundamental tener información de la competencia, si la hubiera, y el tipo de mercado que representa, en consecuencia, la oferta del bien.   
  
Todos los datos necesarios no están, normalmente, disponibles. Existen fuentes oficiales confiables de los principales rubros y productos.   
En general esta información alcanza para un análisis de tendencia, dado que se cuenta con varios años registrados; pero es sabido que dicha funcionalidad representa sólo una   
porción de la estimación de la demanda.   
  
Actualmente hay emprendimientos privados que venden información para un número importante de actividades y productos.   
Lo usual es ofertarla en discos o a través de suscripciones a sitios de Internet. De nuevo, se cubren bien aspectos relacionados con tendencia y comportamiento estacional.

Un segundo paso es analizar la competencia, número y tamaño de las empresas, especialización, permanencia en el mercado, cuotas de mercado de ellas, si fuera posible.   
  
Si es un producto nuevo a nivel local o regional, la discusión se realizará en función de los sustitutos cercanos, tanto en lo relacionado con las empresas fabricantes como en   
cuanto al precio, forma de venta, etc. Es oportuno analizar en este paso la disponibilidad de materias primas e insumos fundamentales, tanto en cantidad como en calidad.   
  
De nuevo el mercado de las mismas, la empresas que intervienen y todo lo atinente a la logística de provisión, se debe estudiar en detalle.   
El proceso de búsqueda es equivalente al anterior. El contacto con las empresas es lo más indicado para esta situación.   
La adopción de la capacidad o nivel de producción es el objetivo esencial de esta etapa.   
Esta decisión determina la viabilidad o no del negocio al final del estudio, ya sea por razones de índole técnica como económico-financiera.   
Define, también, en la mayoría de los casos la forma de operación de la empresa, tanto en su cronograma de funcionamiento como en la secuencia de productos a elaborar.

¿Qué es una Tecnología apropiada?  
**Respuesta**   
Cuando se dice adopción de la tecnología se está hablando de la receta de fabricación, los medios físicos para llevar adelante la misma y todo el conjunto de recursos   
compartidos conducentes a la mejor utilización del proceso en su conjunto.

La elección es una decisión tan importante como la adopción de una capacidad de producción o la política resultante de ventas o distribución. Hay casos en que se tiene   
más de una opción para la obtención de un bien, y estos casos corresponden a la mayoría de las situaciones reales. Ya sea por alternativas de materia prima, de equipamiento   
o por los subproductos deseados o indeseados, casi siempre se presenta más de una posibilidad. De manera que la elección de la adecuada es una decisión trascendental.

Elegido un producto, por representar un negocio potencial, la obtención está ligada indisolublemente.   
En ese proceso previo de abandonar ideas ya aparecía como elemento de filtrado la inversión necesaria en equipos, así como la disponibilidad de conocimiento para la fabricación.

La búsqueda de esa información puede ser contemporánea con la elección del producto candidato, pero puede, también, ocurrir con posterioridad.   
Surge, aquí, la posibilidad de que la información sea clasificada (protegida, confidencial) o libremente disponible.   
En general, si la iniciativa implica un negocio interesante conllevará alguna dificultad o traba en conseguir la información o será incompleta la receta de elaboración.   
Este aspecto es crucial para la etapa que nos ocupa.

Si la idea lo amerita se pueden planificar ensayos, pruebas de laboratorio, etc., para resolver los aspectos confusos o desconocidos.   
El análisis de patentes también puede conducir a ensayos a escala banco o de laboratorio para certificar algún paso del proceso o ajustar condiciones dentro del rango declarado.   
Una vez más, la academia es candidata a intervenir en forma excluyente.

La cuestión trascendente es decidir si se sigue adelante, ya que estos trabajos implican erogaciones que pueden ser importantes.

La elección de los equipos, tanto en modelos como en características de material, origen, formas de operación, se debe hacer en forma individual, pero luego de una definición   
en conjunto que permita ver la pertinencia y la economía de la instalación.

¿Por qué es necesario realizar un análisis a largo plazo?  
**Respuesta**   
Es indispensable antes del lanzamiento del negocio pensar en un escenario futuro de operación. Es una abstracción de suma importancia para no comprometer la economía   
del emprendimiento por la falta de una visión apropiada.

Los problemas de economía de escala, su elasticidad y la noción de crecimiento en productividad deben tenerse en cuenta, aun en los casos donde nuestro conocimiento sobre   
el particular sea limitado. Además, toma un rol de preponderancia cuando el emprendimiento es una sustitución de importaciones o un producto novedoso de alto valor agregado.   
  
La industrialización debida a las PyMes, esencialmente en Latinoamérica, ha sufrido serias consecuencias por condicionar la producción al potencial mercado interno, exclusivamente.   
  
Las inversiones y el requerimiento de materias primas quedan definidos elegida nuestra escala de producción.   
  
Y esta elección no siempre conduce a una situación de costos mínimos, o al menos favorables para competir.

Si las plantas son "batch", a lo dicho se sumará el problema de indivisibilidad que está intrínsicamente ligado a los cronogramas de funcionamiento y ciclos operativos de estas   
instalaciones.    
 ¿Por qué debemos contar con fuentes de capital disponibles?  
**Respuesta**El costo del dinero es una variable independiente en la toma de decisiones y juega un rol decisivo en muchos emprendimientos novedosos, sobre todo con productos de un r  
elativamente bajo valor agregado. Para alguien que se inicia en el campo empresarial será un problema mayor, si no media una política tendiente a incentivar la creación de PyMes.

Si la concreción de la iniciativa sólo es posible a través de un crédito, hecho bastante frecuente para un profesional recién recibido, el interés cobrado será el valor testigo para la inversión.  
De allí, la necesidad de políticas de fomento para PyMes o nuevos emprendimientos.

Las dificultades para lograr una cuota de mercado importante- ya sea de exportación o en el plano local- al inicio de la vida del proyecto traen aparejada la necesidad de dinero barato   
mencionada.   
  
De igual modo, toda inversión que tenga flujos de fondos difíciles de predecir o muy variables a lo largo del horizonte de planificación será rentable de un modo inequívoco sólo si el dinero   
empleado tiene asociado un costo razonable. Por eso, se debe auspiciar el desarrollo de carpetas de proyectos novedosos, con distintos grados de importancia y dificultad, para que se   
puedan transformar en emprendimientos al acceder sus gestores a dinero barato.    
   
¿Qué aspectos y herramientas debemos contemplar al momento de iniciar un plan de negocios?  
**Respuesta**   
Para establecer un plan de negocios es necesario contar con un esquema de organización, y ser capaz de planificar teniendo en cuenta aspectos económicos o financieros y otras   
medidas de performance o rendimiento de carácter no financiero.

La organización representa, para cada caso particular, la herramienta que posibilita la mejor productividad y eficacia en todas las operaciones que conlleva la marcha del negocio.   
No es rígida ni debe responder a ninguna pauta teórica, sino atender al problema y características específicas del emprendimiento.   
No importa si hay tareas múltiples que recaen en una sola persona, para el caso de empresas pequeñas; por el contrario, lo que sí es procedente es que esas personas sepan que   
son responsables enteramente de esa actividad surgida del negocio.

Conocida la tecnología de fabricación y establecida la organización, una planificación a largo plazo permite la definición del plan de negocios.   
El pensamiento a largo plazo en aspectos financieros y de los otros garantiza mejores resultados en un plan.

El establecimiento de ese plan tiene necesariamente que haber superado, con positivas conclusiones, el análisis de mercado, tecnología y dinero para el emprendimiento que ya hemos enunciado.   
Basado en ese resultado se trata de establecer una línea de acción a seguir sacar coma con énfasis en los aspectos críticos, corregir las debilidades sobre la marcha y potenciar las fortalezas   
o ventajas que encontramos en el desarrollo.

Una forma de organización, creada para posibilitar el desarrollo de productos innovadores y con gran aporte tecnológico, es el auspicio de las ideas-proyecto, preincubación e incubadoras   
tecnológicas. Naturalmente, que esta iniciativa tiene que tener apoyo de instituciones oficiales, fundamentalmente universidades como ámbito de realización y maduración, y fondos públicos   
que permitan a los emprendedores tener aportes no retornables (ANR), bajo la usual forma de subsidio al desarrollo. Tiene que ser así porque la posibilidad de éxito comercial suele ser baja   
en muchas de las ideas presentadas, lo que conduciría a no explorar alternativas por el alto riesgo que ello implica.

Una tendencia muy reciente, con amplia difusión únicamente en Europa, es el impulso de redes de incubadoras. Un atajo para la solución de los problemas más serios en la maduración de   
las empresas es la falta de antecedentes en las distintas etapas innovadoras; esto ha hecho que las interrelaciones beneficien al conjunto de esta manera inusual.

Las experiencias de mercado son otro tema estratégico a compartir por los emprendedores, ya sea de tendencias de demandas, sustitutos posibles, benchmarking, etcétera.

¿Qué acciones seguir para garantizar el mantenimiento del negocio y de la empresa?  
**Respuesta**   
Una vez que se satisface un nicho de mercado o una necesidad de materia prima de buena calidad y económica el problema no ha terminado. Por el contrario, se debe establecer una   
estrategia para garantizar la continuidad del negocio. Ya se ha mencionado lo que significa un plan a largo plazo, sobre todo en cuestiones tecnológicas y de logística, pero hay otras   
acciones que deben tomarse al respecto.

La puesta en marcha del negocio insume muchas energías a los emprendedores, pero antes de alcanzar un estado estacionario de funcionamiento se debe pensar, como mínimo,   
en lo que supone mantenerlo en ese nivel de actividad.

El problema más serio que se presenta es el nivel de competitividad alcanzado y su mejora paulatina y constante. Es tan serio el tema que existen a nivel latinoamericano escuelas   
para emprendedores auspiciadas por OEA donde se discuten estos temas.

Una posible receta para mantener la calidad, competitividad y presencia en el mercado es:  
  
- Elegir nuevos productos (o servicios) con mayor valor agregado, para ampliar nuestra cartera de oferta.   
- Hacer más sustentable y eficiente nuestra producción, si se trata de materias primas para otras industrias. La atención al cliente, la baja de costos y la provisión al menor   
  capital de trabajo posible de la otra empresa es la forma usual de eficiencia que se propone. Recordemos que en nuestros países, en general, la producción de materias primas   
  y/o commodities está fuertemente ligada a la agroindustria, con todo lo que significa.   
- Integrar cadenas productivas, por asociación transitoria de empresas o acuerdos formales para atender ofertas específicas.   
- Establecer alianzas estratégicas. Es muy amplio el campo de posibilidades, ya que van desde empresas con sectores académicos y tecnológicos, hasta aquellas con entidades  
  financieras y/o del sector público.

¿Por qué debemos analizar el mercado, la posible sustitución y la competencia?    
**Respuesta**   
La aspiración de todo emprendedor es tener un pronóstico lo más acertado y fijo de la demanda del producto en cuestión, y, con este número, del precio correspondiente de venta para esa cantidad.   
  
La mayor incertidumbre siempre está en la consideración que se haga del mercado y del producto.   
  
Así como el mayor desafío técnico lo representa la forma de producción que elijamos para el bien, los datos del mercado son la otra llave del éxito del nuevo negocio.   
  
No basta solamente con conocer la cantidad demandada. Es fundamental tener información de la competencia, si la hubiera, y el tipo de mercado que representa, en consecuencia, la oferta del bien.   
  
Todos los datos necesarios no están, normalmente, disponibles. Existen fuentes oficiales confiables de los principales rubros y productos.   
  
En general esta información alcanza para un análisis de tendencia, dado que se cuenta con varios años registrados; pero es sabido que dicha funcionalidad representa sólo una porción de la estimación de la demanda.   
  
Actualmente hay emprendimientos privados que venden información para un número importante de actividades y productos. Lo usual es ofertarla en discos o a través de suscripciones a sitios de Internet.   
  
De nuevo, se cubren bien aspectos relacionados con tendencia y comportamiento estacional.

Un segundo paso es analizar la competencia, número y tamaño de las empresas, especialización, permanencia en el mercado, cuotas de mercado de ellas, si fuera posible.   
  
Si es un producto nuevo a nivel local o regional, la discusión se realizará en función de los sustitutos cercanos, tanto en lo relacionado con las empresas fabricantes como en cuanto al precio, forma de venta, etc.   
  
Es oportuno analizar en este paso la disponibilidad de materias primas e insumos fundamentales, tanto en cantidad como en calidad.   
  
De nuevo el mercado de las mismas, la empresas que intervienen y todo lo atinente a la logística de provisión, se debe estudiar en detalle. El proceso de búsqueda es equivalente al anterior.   
  
El contacto con las empresas es lo más indicado para esta situación.   
  
La adopción de la capacidad o nivel de producción es el objetivo esencial de esta etapa.   
  
Esta decisión determina la viabilidad o no del negocio al final del estudio, ya sea por razones de índole técnica como económico-financiera.   
  
Define, también, en la mayoría de los casos la forma de operación de la empresa, tanto en su cronograma de funcionamiento como en la secuencia de productos a elaborar.

# Sin Respuesta en apunte:

## ¿Qué requisitos debo reunir para acceder a la financiación ofrecida en el Portal Emprendedor XXI?

## ¿Qué aspectos debemos considerar cuando surge una idea para iniciar un proyecto de negocio?