

# Desarrollando una Idea de Negocios: Cómo llegar de una idea a un caso de negocios

# OBJETIVO

**El objetivo de este documento es describir los pasos que debe seguir un emprendedor para desarrollar su idea de negocios hacia un caso de negocios**

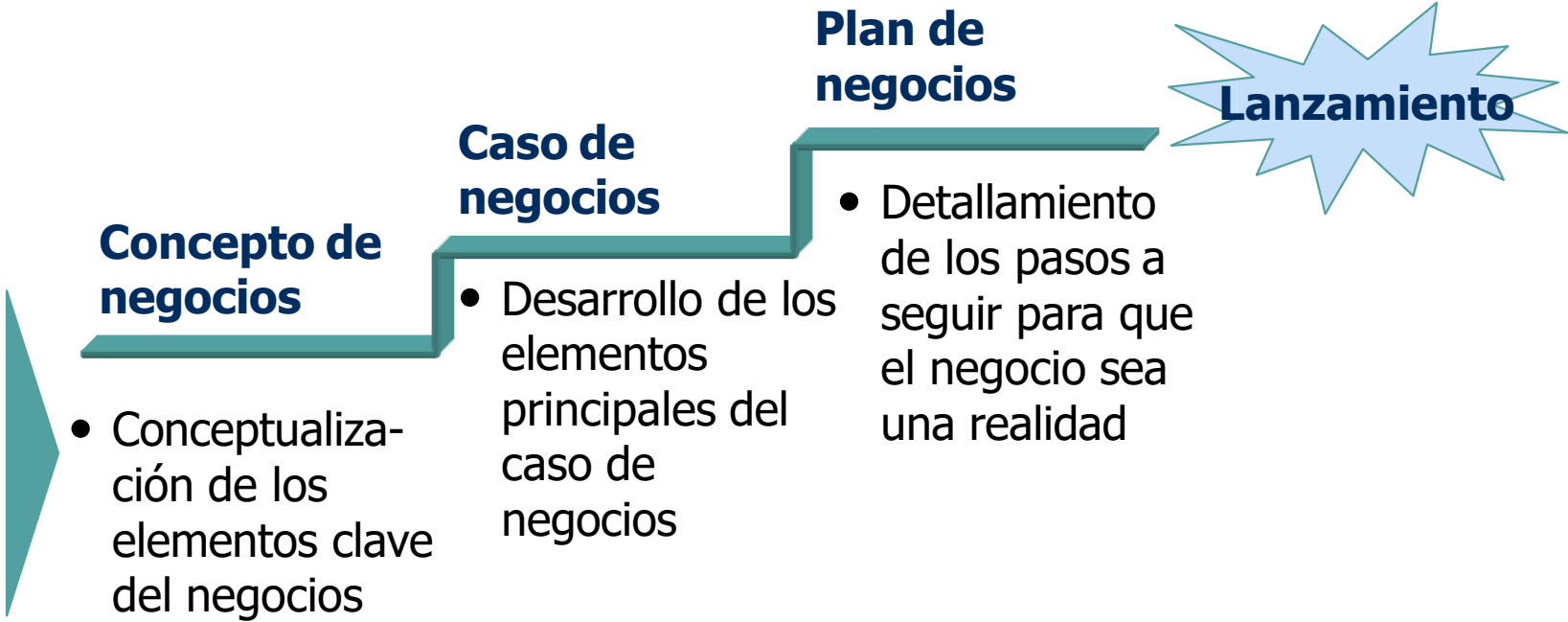
# IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- En términos económicos, un destello de genialidad carece de valor por si solo
- Una idea de negocio adquiere valor en la medida que evolucione hacia un concepto de negocio maduro
- El desarrollo de una idea de negocio requiere del trabajo y análisis de su creador y la retroalimentación de diversas personas / informaciones

# ETAPAS DEL DESARROLLO DE UNA IDEA DE NEGOCIOS



Idea de negocios



## Concepto de negocios

- Conceptualización de los elementos clave del negocios

## Caso de negocios

- Desarrollo de los elementos principales del caso de negocios

## Plan de negocios

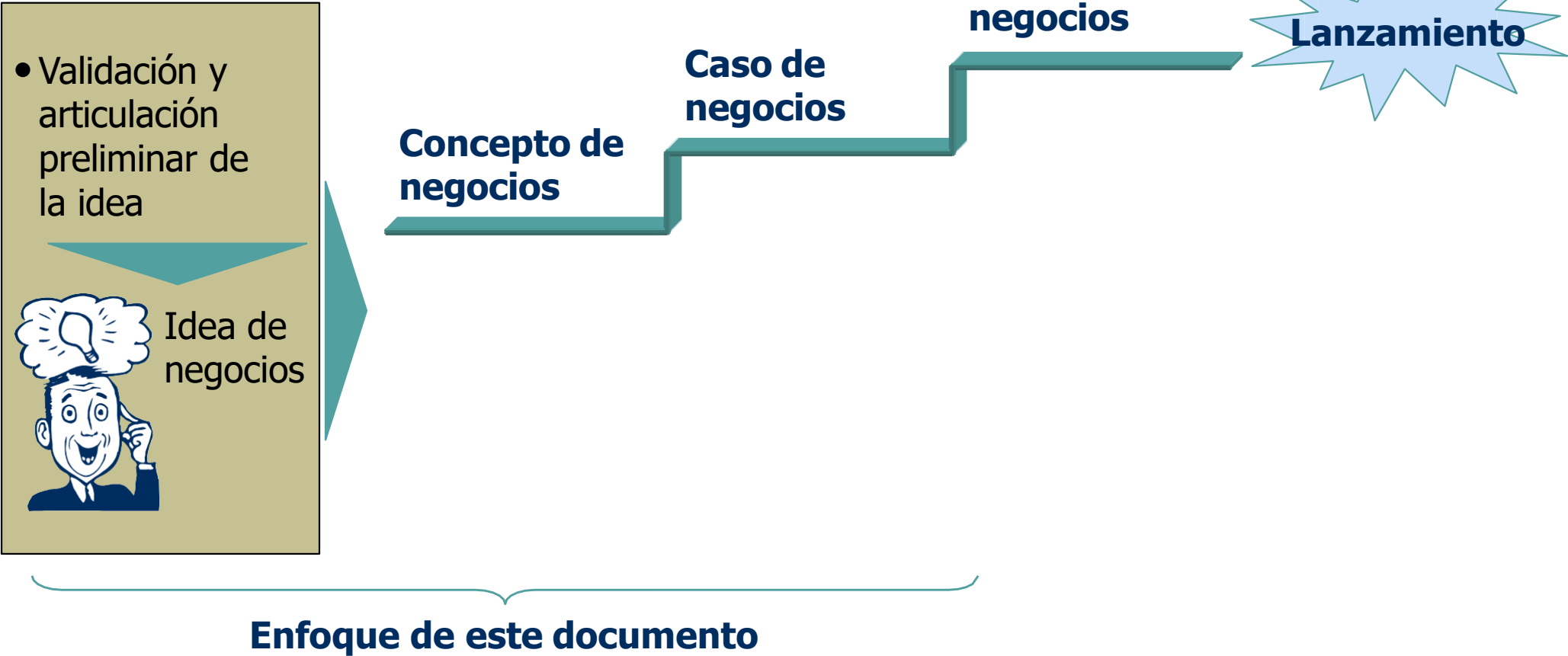
- Detallamiento de los pasos a seguir para que el negocio sea una realidad



- Validación y articulación preliminar

**Enfoque de este documento**

# ETAPAS DEL DESARROLLO DE UNA IDEA DE NEGOCIO



# VALIDACIÓN PRELIMINAR DE LA IDEA

Antes de comenzar a desarrollar una idea el emprendedor debe autocuestionar su validez

## Elementos de la idea

- Producto/servicio
- Consumidor/cliente
- Propuesta de valor al consumidor
- Modelo de negocio

## Preguntas clave

- ¿Qué exactamente es lo que vamos a vender?
- ¿Quién lo va comprar?
- ¿Porqué lo van comprar?
- ¿Cómo vamos a hacer dinero?  
¿Cómo vamos a extraer el valor?

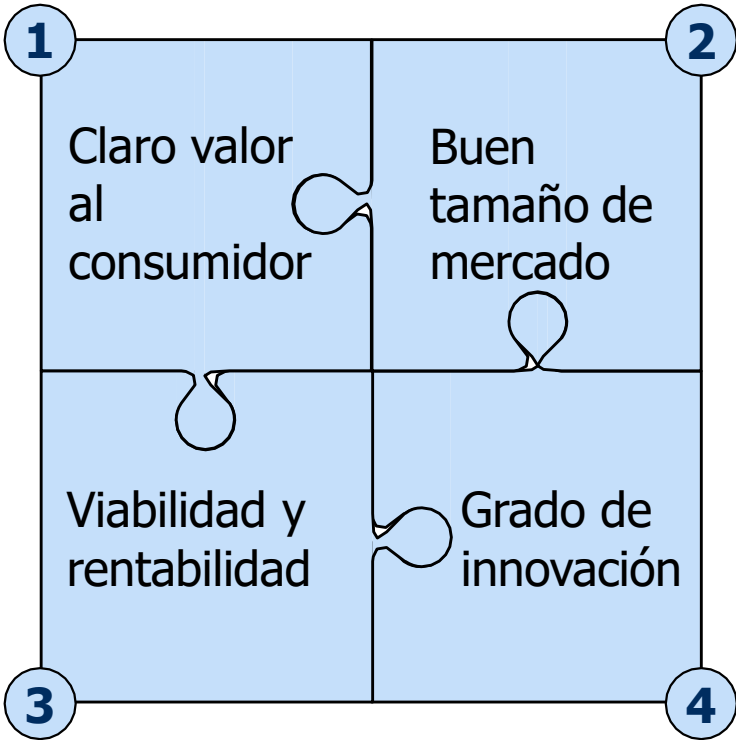
## Producto final

**Articulación clara de la idea**

# ARTICULACIÓN: ELEMENTOS DE UNA IDEA PROMETEDORA

Satisface claramente una necesidad del consumidor

Se enfoca en un segmento específico de un mercado probado



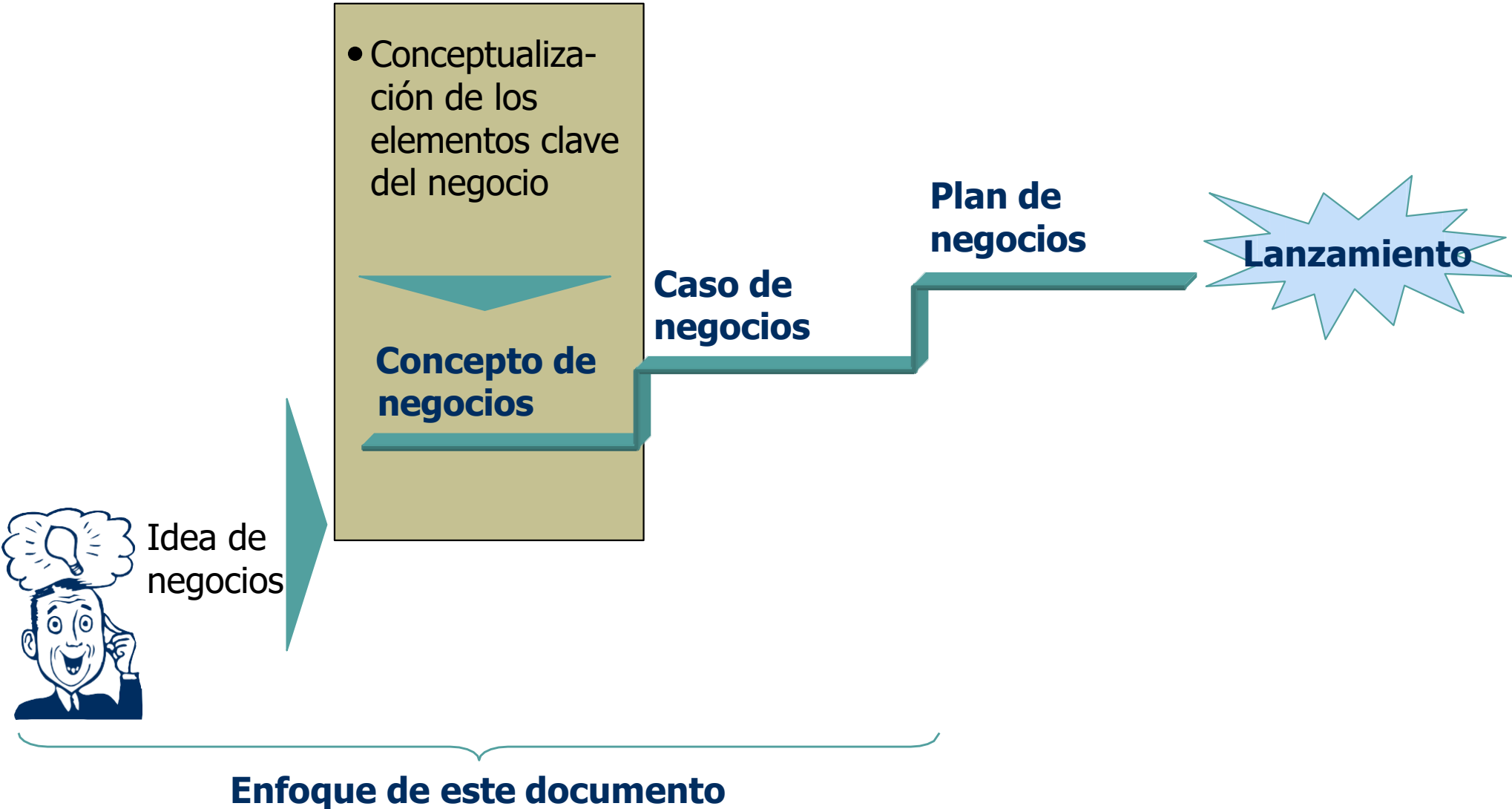
Se puede definir claramente el tiempo y los recursos necesarios para desarrollarla

Desarrolla un nuevo concepto o capitaliza valor adicional de un concepto existente

## Preguntas clave

- ¿Apoyarían la idea mis amigos, profesores y expertos en el tema?
- ¿Puedo identificar mis potenciales consumidores?
- ¿Alguien más ha desarrollado algo similar?
- ¿Puedo desarrollar mi idea en un tiempo y a un costo prudencial?

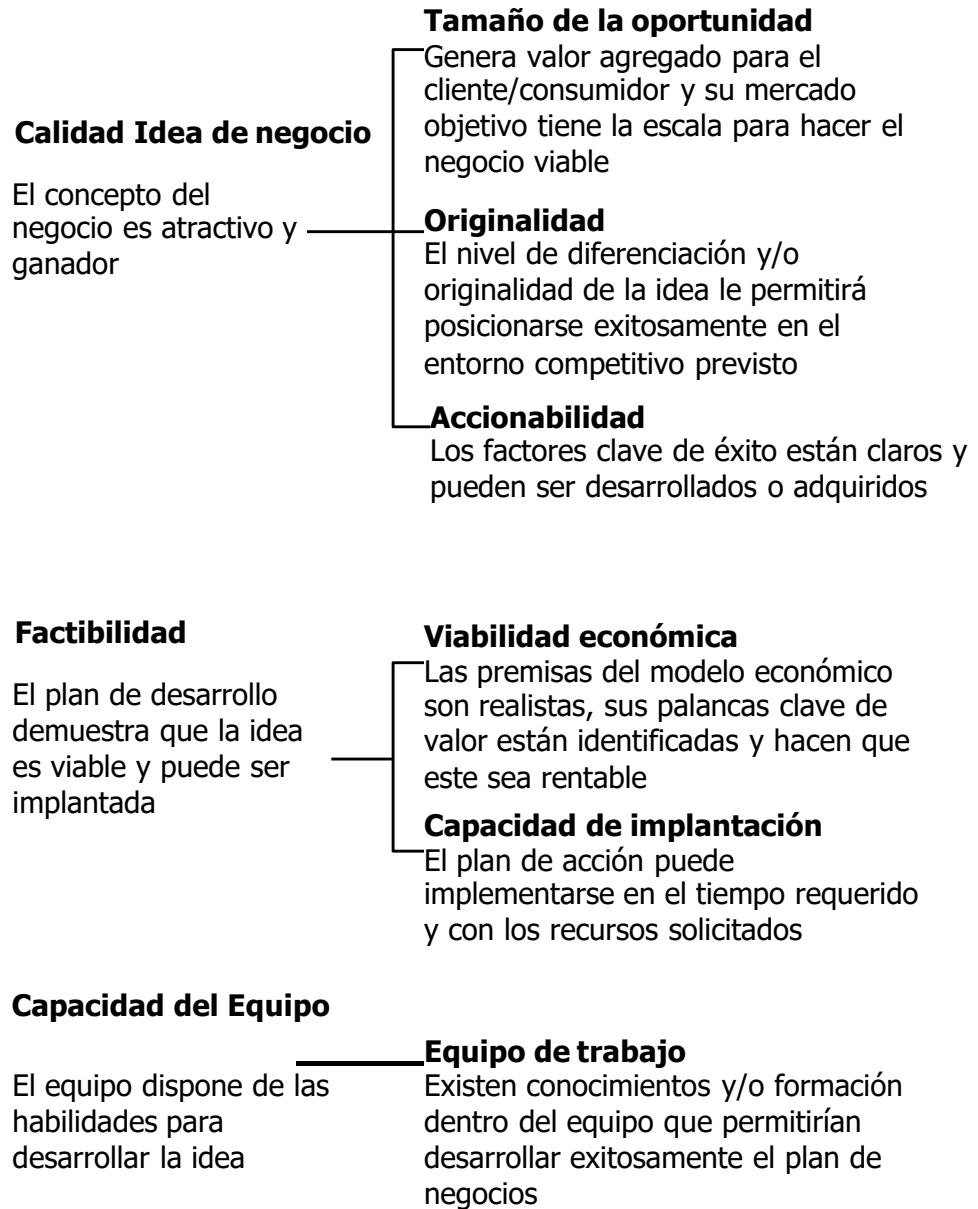
# ETAPAS DEL DESARROLLO DE UNA IDEA DE NEGOCIOS





# CONCEPTUALIZACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIOS

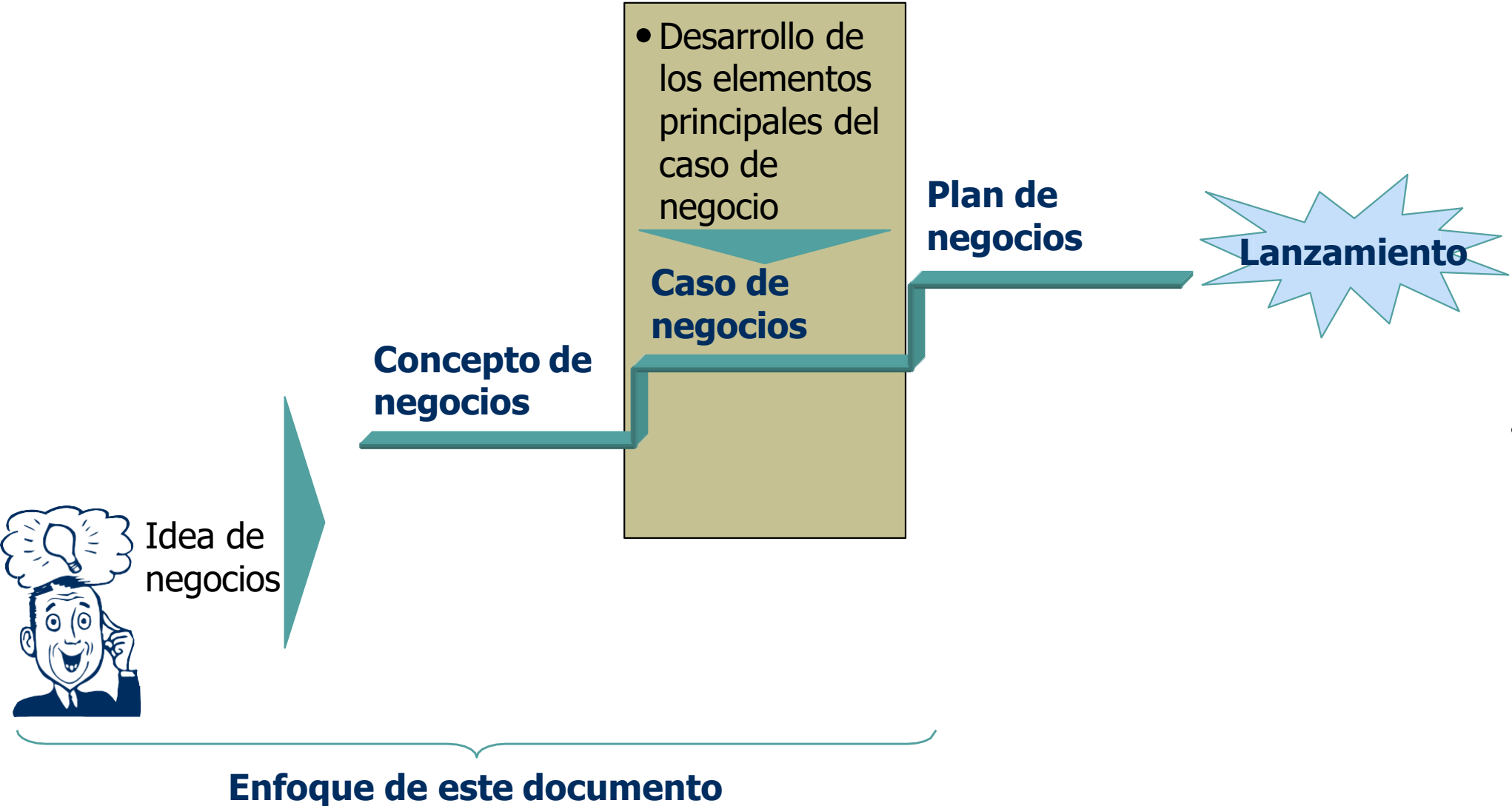
## Criterios



## Elementos clave a considerar

- 1. Concepto, clientes y mercado**
  - Mercado actual
  - Potencial de crecimiento
  - Valor agregado para el cliente
- 2. Ventajas competitivas y diferenciación**
  - Cantidad y tipo de competidores existentes
  - Nivel de desarrollo y fortaleza de actuales players
  - Originalidad y diferenciación de la idea
- 3. Factores clave de éxito**
  - Entendimiento de los factores clave de éxito, y viabilidad de desarrollar/adquirir
- 4. Modelo de negocio e Ingresos**
  - Claridad y entendimiento del modelo económico
  - Implicancias operativas identificadas y desarrolladas
  - Viabilidad y criterio de negocios
- 5. Viabilidad de implementación**
  - Nivel de recursos adecuado a la escala del proyecto
  - Clara identificación y priorización de puntos clave
- 6. Experticia del equipo**
  - Nivel de formación
  - Conocimiento/antecedentes del negocio
  - Experticia en funciones específicas

# ETAPAS DEL DESARROLLO DE UNA IDEA DE NEGOCIOS



# PRINCIPALES ELEMENTOS DE UN CASO DE NEGOCIOS

El caso de negocios permite al emprendedor presentar los principales elementos de su potencial negocio a aliados clave a los cuales el emprendedor quiere convencer. Debe ser conciso (5 a 8 páginas), simple y estructurado. En esta etapa deben estar bien definidos los siguientes elementos:

- ① Resumen ejecutivo
- ② Producto/servicio y estatus de su desarrollo
- ③ Equipo de trabajo
- ④ Plan comercial y mercado objetivo
- ⑤ Sistema de negocios
- ⑥ Plan de inversiones
- ⑦ Riesgos

# 1 RESUMEN EJECUTIVO

## Estructura

- Máximo una página de texto
- No debe incluir gráficas ni tablas

## Interrogantes a responder

### Idea y propuesta de valor

- Cuál es la idea básica de negocios, segmento objetivo, y propuesta de valor que ofrecemos?

### Mercado

- Cual es el tamaño de mercado? Qué participación de mercado esperamos alcanzar
- Quienes son los principales competidores / sustitutos?

### Dimensionamiento de la oportunidad

- Cuales son los objetivos de ventas, y tasas de crecimiento que esperamos alcanzar?
- Cuales son los requerimientos de capital para materializar la idea?

### Equipo de trabajo

- Cual es/va a ser la organización con la cual esperamos desarrollar materializar el negocio y quienes la van a liderar?

## 2 PRODUCTO/ SERVICIO Y ESTATUS DE DESARROLLO

Descripción y valor para el consumidor

- Cuál es nuestro consumidor objetivo?
- Cuáles son las necesidades del consumidor objetivo?
- Cuál es el valor que provee nuestro producto / servicio?
- Que competidores o sustitutos existen en el mercado o están en desarrollo?

Estatus de desarrollo

- En que consiste nuestra innovación?
- Está desarrollada nuestra innovación, podemos dar una demostración del producto / servicio? Que pasos hay que seguir para desarrollar lo que falta de nuestro producto / servicio?
- Que aliados o proveedores debemos conseguir para poder proveer nuestro producto / servicio?
- Está permitido nuestro producto / servicio por la ley / regulación?
- Tenemos patentes que protejan nuestra idea?

### 3 EQUIPO DE TRABAJO

- Resume los antecedentes educativos y la experiencia profesional de los fundadores
- Describe cómo las brechas existentes en las habilidades pueden ser cerradas en el futuro
- Convince a los inversionistas potenciales que la experiencia administrativa, tecnológica y funcional del equipo tiene una composición clave en el desarrollo del plan de negocio

#### Preguntas clave

- ¿Quiénes son los miembros de su **equipo de trabajo** y en qué se destacan? (p.ej.: educación, experiencia profesional)
- ¿Qué **experiencia o habilidad** posee el equipo que será útil para poner en práctica la idea del negocio?
- ¿Qué experiencias o habilidades carece el equipo? ¿Cómo se cerrarán estas **brechas**? ¿Quién lo hará? ¿Existe un plan para cerrar estas brechas?
- ¿Qué **objetivos** persiguen los miembros del equipo para establecer el negocio? ¿Qué tan alta es la motivación de cada uno de los miembros del equipo?

**Precio**

- Qué precio vamos a cobrar? (estimado)
- En que nos basamos para llegar a este precio?
- Que volumen de ventas alcanzamos con este precio? (usar este precio para el ~~dimensionamiento~~ de la ~~oportunidad~~)

**Producto**

- Ofrecemos un sólo nivel de producto / servicio?
- O proveeremos propuestas distintas a diferentes segmentos?

**Distribución**

- Como vamos a vender / distribuir nuestros productos?
- Cual será nuestro proceso típico de venta?
- Cuanto del valor vamos a compartir con nuestros aliados / distribuidores? (margen, comisiones)

**Promoción**

- Como vamos a atraer y convencer a nuestro consumidor objetivo?
- Cuanto debemos invertir en promoción para alcanzar nuestras metas de venta? E.j. Inversión en promoción como % del precio?

## 4 PLAN COMERCIAL Y MERCADO OBJETIVO

<b>Segmento del mercado meta</b>	<b>Tamaño total del segmento del mercado</b>	<b>Cientes ejemplo</b>	<b>Tamaño de la muestra de clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Descripción del segmento: tipo de cliente, tamaño, ubicación, etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estimado (explicando supuestos de estimación)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombres</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Participación de mercado, # de oficinas, # de personas, etc.</li></ul>

**Factores clave de compra**

- ¿Cuáles son los factores más importantes en las decisiones de compra de los clientes en cuanto a producto/servicio?

**Propuesta de valor detallada y comentarios del cliente**

- ¿Cómo se beneficiarán los clientes?
- ¿Cuáles son las reacciones de los potenciales clientes frente a esta idea?



**Probables fuentes de información:** Reportes de Investigación de mercado; Entrevistas Expertos; encuestas



# 4 PLAN COMERCIAL Y MERCADO OBJETIVO



\* El consumidor puede preferir sustitutos por cuestiones de precio, penetración y factores culturales

# 5 SISTEMA DE NEGOCIOS

Tipos de ingresos*	Puntos básicos	Evidencia/racional

Costos variables*	Ingresos* %	Evidencia/racional

Costos fijos	Evidencia/racional



Participación mercado** %	Cuentas Miles	Ingreso \$ millones	Ganancias \$ millones	Margen %
Baja				
Esperada				
Alta				

**Opción de valor**

- ¿Cuáles opciones de negocios a futuro se pueden crear si entramos en este negocio?

**Probables fuentes de información:** estados financieros de competidores; comparación con proveedores; entrevistas con proveedores

## 6 PLAN DE INVERSIONES

Inversión	\$ Millones	Tiempo (meses)	Etapas discretas de inversión
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal operacional, administrativo</li> <li>• Gastos de iniciación, p.ej.: investigación de mercado, página web</li> <li>• Desarrollo de capital/software</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen actividades que desencadenarán etapas progresivas de requerimiento fondos para el producto?</li> </ul>

### Tiempo estimado de lanzamiento para:

Primer \$ de ingreso	Xx meses
Recuperación de Inversión	Xx meses



**Probables fuentes de información:** estados financieros de competidores; comparación con proveedores; entrevistas con proveedores

## 7 MITIGACIÓN DE RIESGOS

### Naturaleza del riesgo

- Riesgos básicos que enfrenta nuestro producto / servicio:
  - Mercado
  - Competencia
  - Tecnología
  - Tasa de interés
  - Tasa de cambio

### Alternativa para mitigarlo

- Medidas que se van a tomar para prevenir el riesgo