

Guía para elaborar la sección “Descripción cualitativa del proyecto” en el Informe ejecutivo.

Justificación: Importancia de la iniciativa, especificando la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema que resuelve.

Misión: Su razón de ser, el motivo o propósito por el cual va a existir. ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo?

¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? ¿Qué nos diferencia? ¿Para quienes vamos a trabajar?

Visión: ¿Qué y cómo queremos ser? ¿Para qué lo hacemos? ¿Hacia dónde vamos? ¿Cuál es el principio rector, qué valores nos guían?

Objetivos: Puntos intermedios de la misión. En los objetivos, los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y en el tiempo. Por ejemplo:

Objetivos inmediatos: Iniciar la gestión de arquitectura empresarial, marketing digital, contabilidad, diseño y contenidos, propiedad intelectual... Elaborar el producto/servicio con las características ...deseadas y con un empaque adecuado que permita...Iniciar la distribución en... y alcanzar ventas de ... unidades.

Objetivos a 6 meses: Ampliar la distribución a ... y lograr la venta mensual de ...unidades-

Objetivo a 12 meses. Concluir la fase 1 de creación de la empresa, Posicionar el P/S en... lograr ventas mensuales de ...contar con tantos clientes.

Propuesta de valor: Ver su lienzo de propuesta de valor-

Estas son sus Preguntas y Respuestas clave:

¿Cuál es la oportunidad? ¿Cuál es el tamaño del mercado y quienes son las personas? ¿Cuál es su P/S y cuáles son sus atributos?

Lo anterior hace parte de su plataforma estratégica.

Análisis del mercado potencial:

Consumo aparente mensual: No. de clientes potenciales x el consumo unitario aparente mensual por cliente.

Demanda potencial: Simplemente proyectando el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazo-

Análisis sectorial al que pertenece.

¿Cuál es el tamaño actual de la industria y cuáles son las tendencias más importantes?

Algunos datos básicos del sector en el que piensa operar:

- Valor de las ventas durante los últimos años
- Ventas unitaria o volumen de ventas durante los últimos años.
- Tendencia de los precios en los últimos años

Análisis de la competencia y descripción de su diferencial:

- Estrategia actual o posicionamiento
- Fortalezas
- Debilidades
- Oportunidades
- Amenazas
- Posibles cambios en la estrategia.
- Fortaleza financiera
- Fortaleza operativa

Por supuesto este análisis será menos detallado que el análisis que haga de su propia iniciativa.

Análisis FODA

Es un resumen de la posición de su iniciativa y un aporte para generar alternativas estratégicas. Se debe poder comprender y comunicar con facilidad. Tiene especial valor la identificación de debilidades y amenazas.

- Construir sobre las fortalezas de la iniciativa
- Evitar o Reducir las debilidades
- Explorar las oportunidades utilizando las fortalezas de la iniciativa
- Contrarrestar o Reducir la exposición a las amenazas.

Interno y externo:

- ❖ El análisis de la iniciativa. Elementos internos
- ❖ El análisis del mercado. Elementos internos y externos.
- ❖ El análisis del producto. Elemento interno y externo
- ❖ El análisis del entorno general. Elemento externo

Las fortalezas sólo son importantes si puede utilizarlas para explotar una oportunidad o contrarrestar una amenaza.

Una debilidad es problemática si se relaciona con una amenaza. De esta manera un factor externo puede ser una oportunidad o una amenaza.

Los cambios en el entorno competitivo pueden plantear una amenaza. Por tanto, el análisis de la competencia y la industria constituyen un dato valioso para el análisis de oportunidades y debilidades.

Lista de control para confeccionar el análisis FODA

- Internos

Fortalezas

Posición dominante del mercado.
Economías de escala.
Posición de bajo costo-
Liderazgo y habilidades del equipo de gestión.
Productos diferenciados.
Patente y propiedad intelectual.

Debilidades.

Baja participación en el mercado.
Base de costos altos.
Producto no diferenciado
Problemas de calidad
Falta de distribución

- Externos

Oportunidades

Innovación tecnológica
Crecimiento del mercado
Financiamiento barato

Amenazas

Nuevos participantes en el mercado.
Presión por el precio competitivo
Altos precios de los insumos
Amenaza de sustitutos
Amenaza de importaciones.

Análisis de posibles riesgos del negocio y como se mitigan:

La innovación y el desarrollo del negocio son intrínsecamente riesgosos.

La dimensión del riesgo dependerá de:

- El valor de los recursos destinados al proyecto
- El periodo de tiempo en que los recursos estarán destinados al proyecto.
- El riesgo inherente al proyecto.
- El costo de abandonar el proyecto.
- Los costos recuperables cuando el proyecto falla.

Tipos de riesgo:

- Operativos
- Industriales
- Financieros

Descripción estrategias: Las principales estrategias que se utilizaran para lograr los objetivos.

La idea: define el negocio al que la empresa se dedicara, y traza las líneas generales del rumbo que la organización está tomando. Llegar a ser un proveedor de...para...de...

La tarea: explica cómo se logrará la idea, transmite a los inversores lo que la iniciativa esta por realizar. Lograr su objetivo mediante la creación ...de ...que garantice el rápido cumplimiento de una orden, utilizando sólo los productos más ... y promocionar el emprendimiento tomando el sector cuadra por cuadra.

Objetivos: Específicos, cuantificables, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo.

Resumen ejecutivo

Los inversionistas quieren saber que su inversión será recuperada. Por esto, estarán más interesados en el flujo de fondos y en el nivel de financiación del proyecto.

- Corta introducción sacada de la visión y la misión
- Los objetivos del negocio.
- El estado actual de la iniciativa.
- Lo que se pretende hacer, es decir, los aspectos del mix de comercialización.
- Segmento clave del mercado
- Proyección de la demanda y participación del mercado
- Cómo se pretende hacer
- Resumen de las cifras y estado de resultados
- Índices clave.
- Financiación requerida.
- Cronograma de implementación.

RAG/ CIEN/ 03/21