

TALLER DE PLANES DE NEGOCIO

MBA 2007

Christian Willatt H.

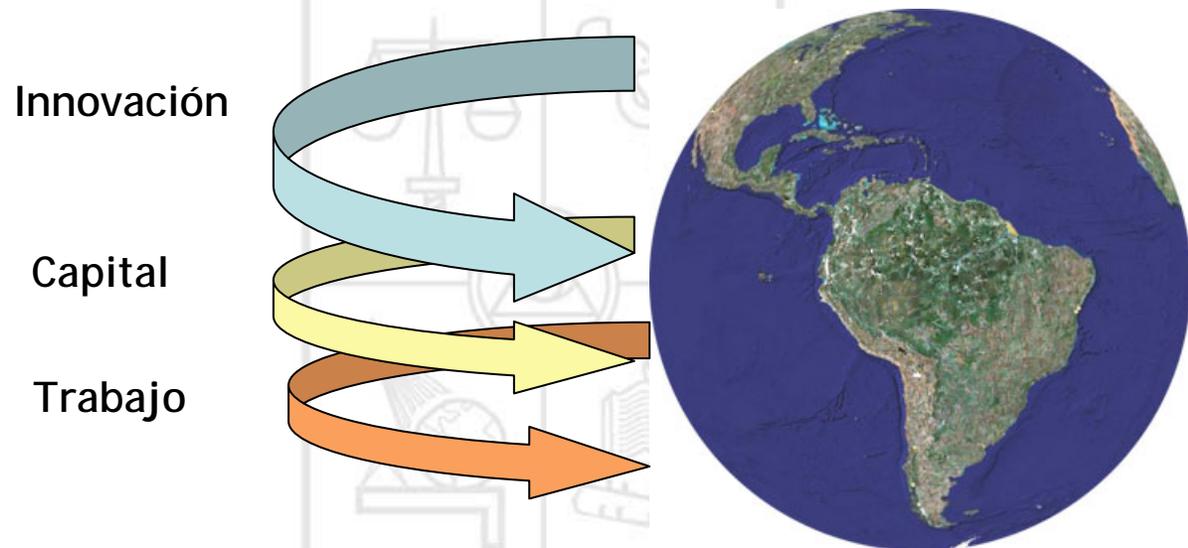
Agenda

- El rol del emprendimiento y la innovación
- El ciclo emprendedor
- El Taller de BP



La innovación y el emprendimiento

- La innovación y el progreso tecnológico son fundamentales para el crecimiento económico y bienestar de los países.
- Las fuerzas que mueven el mundo



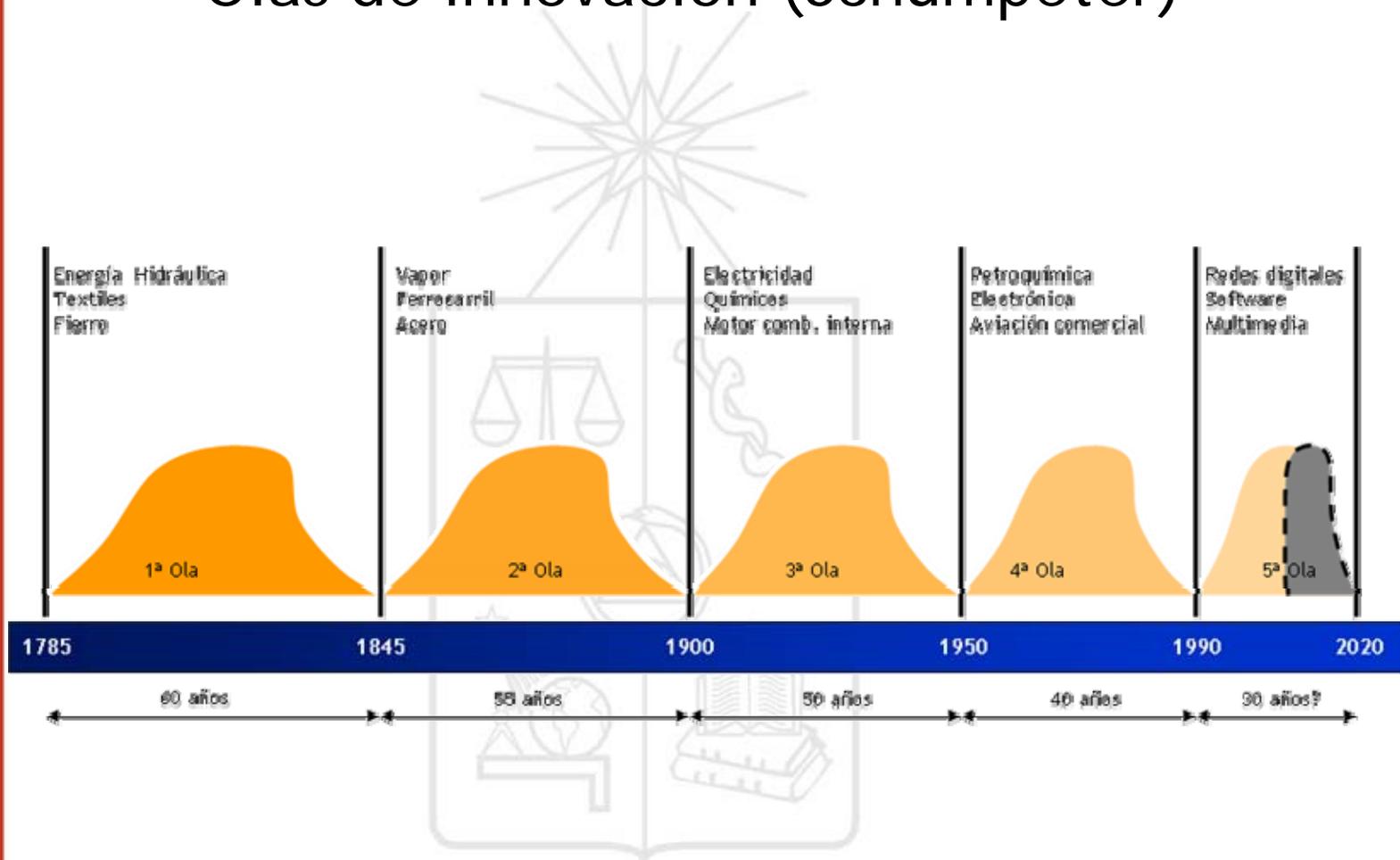
- “La innovación y el cambio tecnológico de las naciones proviene de los emprendedores” (J. Schumpeter 1942)

¿Y qué es un emprendedor?

- Un emprendedor es una persona que está dispuesta y es capaz de convertir una nueva idea o invención en una innovación exitosa.
- El emprendimiento fuerza la destrucción creativa a lo largo de mercados e industrias, simultáneamente creando nuevos productos y modelos de negocios.
- De este modo, la destrucción creativa es la gran responsable por el dinamismo de las industrias y el crecimiento económico de largo plazo

(J. Schumpeter)

Olas de innovación (Schumpeter)



Emprendimiento en Chile

- Chile posee una interesante actividad emprendedora: 11,1% de la población adulta (18-64 años) involucrada en emprendimiento (GEM 2005).
- > 70% lo hace por la oportunidad. El resto por necesidad

Top 10

1. Ven 25,0%
2. Tha 20,7%
3. Nze 17,6%
4. Jam 17,0%
5. Chn 13,7%
6. Usa 12,4%
7. Bra 11,3%
- 8. Chi 11,1%**
9. Aus 10,9%
10. Isl 10,7%

	NASCENT ENTREPRENEURIAL ACTIVITY	NEW BUSINESS OWNERS	EARLY-STAGE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY	ESTABLISHED BUSINESS OWNERS	OVERALL BUSINESS OWNERS	NUMBER OF OBSERVATIONS
	(Nascent + New)*			(Nascent + New + Established)		
Argentina	5.90%	3.90%	9.90%	5.00%	14.10%	1,746
Australia	6.50%	4.70%	10.90%	9.60%	20.40%	2,002
Austria	3.00%	2.40%	5.30%	3.80%	8.80%	2,197
Belgium	2.90%	1.20%	3.90%	5.60%	9.40%	4,047
Brazil	3.30%	8.20%	11.30%	10.10%	21.40%	2,000
Canada	6.60%	3.60%	9.30%	7.40%	16.60%	5,519
Chile	6.00%	5.30%	11.10%	3.80%	14.40%	1,733
China	5.60%	9.40%	13.20%	13.20%	26.70%	2,109
Croatia	4.10%	2.50%	6.10%	3.70%	9.70%	1,555
Denmark	2.40%	2.40%	4.80%	4.40%	8.80%	1,968
Finland	3.10%	1.90%	5.00%	8.60%	13.50%	2,010
France	4.70%	0.70%	5.40%	2.30%	7.50%	1,603
Germany	3.10%	2.70%	5.40%	4.20%	9.40%	6,577
Greece	5.20%	1.60%	6.50%	10.50%	16.90%	2,000
Hungary	1.10%	0.80%	1.90%	2.00%	3.80%	2,878
Iceland	8.50%	2.70%	10.70%	7.30%	17.60%	2,002
Ireland	5.70%	4.70%	9.80%	8.10%	17.70%	1,541
Italy	2.90%	2.30%	4.90%	6.40%	11.30%	1,793
Jamaica	10.50%	6.70%	17.00%	9.50%	26.40%	2,031
Japan	1.10%	1.10%	2.20%	5.40%	7.40%	1,931
Latvia	4.20%	2.80%	6.60%	5.00%	11.50%	1,964
Mexico	4.60%	1.40%	5.90%	1.90%	7.60%	1,886
Netherlands	2.50%	1.90%	4.40%	5.70%	9.40%	2,706
New Zealand	9.40%	10.00%	17.60%	10.80%	28.20%	938
Norway	4.40%	5.20%	9.20%	7.30%	15.60%	1,562
Singapore	3.90%	3.70%	7.20%	4.70%	11.90%	3,876
Slovenia	3.00%	1.40%	4.40%	6.30%	10.10%	3,016
South Africa	3.60%	1.70%	5.10%	1.30%	6.00%	2,736
Spain	2.40%	3.40%	5.70%	7.70%	13.20%	18,953
Sweden	1.70%	2.50%	4.00%	6.30%	10.20%	1,717
Switzerland	2.60%	3.70%	6.10%	9.70%	15.40%	5,456
Thailand	9.70%	13.10%	20.70%	14.10%	34.80%	2,000
United Kingdom	3.40%	2.90%	6.20%	5.10%	11.20%	9,167
United States	8.80%	5.20%	12.40%	4.70%	16.20%	1,530
Venezuela	13.80%	7.50%	25.00%	8.60%	33.10%	1,856
Average	5.00%	3.90%	8.40%	6.60%	14.80%	108,604

* This measure corresponds to the old Total Entrepreneurial Activity (TEA) Index.

Veamos que pasa con nuestras PYMES

- Las Pymes son reconocidas como motores de creación de riqueza, empleo, y desarrollo económico para el país.
- Las PYME chilenas aportan el 15% del PIB, unos 10.500 MMUS\$. Según expertos, esto puede mejorarse con una oferta de bienes y servicios de mayor valor agregado.
- Una radiografía de las 530.000 empresas en Chile:

Empresa	Part. N° empresas	Part. Empleo	Part. Ventas
Micro	82%	40%	4%
PYME	17%	50%	24%
Grandes	1%	10%	72%

Fuente : INE y SII.

Empresas que mueren en Chile

- Porcentaje de empresas que, habiendo nacido durante el año 1996, ya no existían al año 2002.

Total Economía	78,2 %
Micro	84,8 %
Pequeñas	58,6 %
Medianas	41,6 %
Grandes	27,5 %

Fuente : Crespi (2003) en base al SII.

- Invertir en Innovación, mejora la tasa de sobrevivencia

	Sin Innovación	Con Innovación	Aumento Tasa Sobrevivencia
<i>Manufactura</i>			
Innovación de Producto	52 %	38 %	27 %
Innovación de Proceso	48 %	41 %	15 %
Ambas Innovaciones	56 %	40 %	29 %

Fuente : Benavente y Ferrada (2005)

Lo qué pasa en USA

Industria	Startups 1998 Q1	Sobrevivientes 2002 Q1	% de Sobrevivientes	% Fracazos
<i>Total Industrias</i>	<i>565.812</i>	<i>303.517</i>	<i>53.6</i>	<i>46.4</i>
Agroindustria	15.564	9.239	59.4	40.6
Finanzas	14.899	8.005	53.7	46.3
Manufactura	32.236	18.921	58.7	41.3
Bienes Raíces	16.229	10.261	63.2	36.8
Retail	142.504	72.512	50.9	49.1
Mayoristas	37.307	19.171	51.4	48.6
Tecnología	28.575	13.159	46.1	53.9
Software	485	221	45.6	54.4
Hardware	18.733	8.387	44.8	55.2

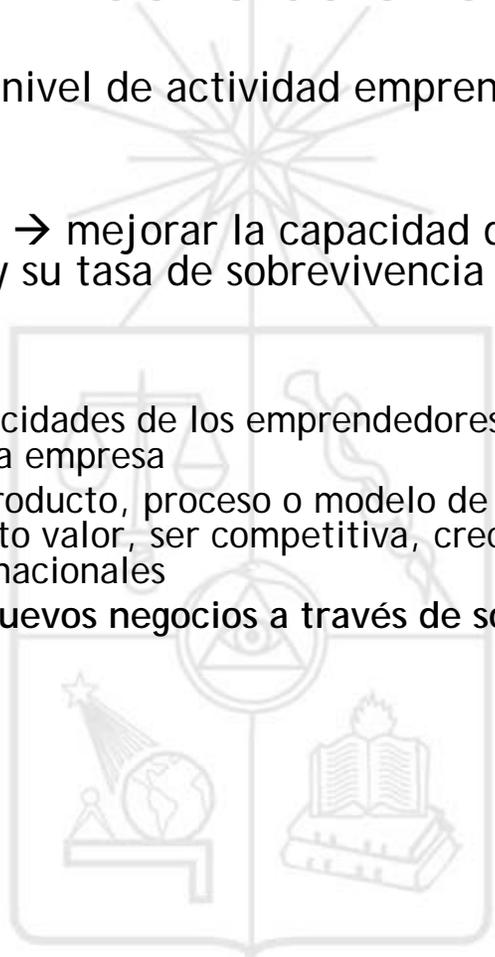
* BizMiner 2002 Startup Business Risk Index. Startup es una empresa de un año o menos

Empresas que sobreviven en USA...

- Alcanzan una masa crítica de al menos 10 a 20 empleados y ventas entre US \$ 2 a US \$ 3 millones anuales
- Crecen sustancialmente en sus primeros años de vida
- Han levantado capital de riesgo en sus etapas tempranas (sólo el 1% de empresas que recibieron capital de riesgo en el año 2000 quebraron)
- De los que sobreviven
 - Entre un 5 y un 10% de nuevas empresas se convertirán en grandes empresas en términos de tamaño, creación de empleo, rentabilidad e innovación.
 - ¿Sólo sufrir?: 7 millones de millonarios en USA son emprendedores "self-made"
 - > 95% de la riqueza de USA ha sido creada desde 1980 por la revolución emprendedora.

Conclusiones

- Tenemos un buen nivel de actividad emprendedora. Debemos mejorar la calidad.
- Mejorar la calidad → mejorar la capacidad de generación de valor de las nuevas empresas y su tasa de sobrevivencia
- Cómo:
 - Mejorar las capacidades de los emprendedores a lo largo de todo el ciclo de vida de la nueva empresa
 - Innovar en el producto, proceso o modelo de negocio de la nueva empresa para generar alto valor, ser competitiva, crecer aceleradamente y acceder a mercados internacionales
 - Planificar los nuevos negocios a través de sólidos y realistas BP



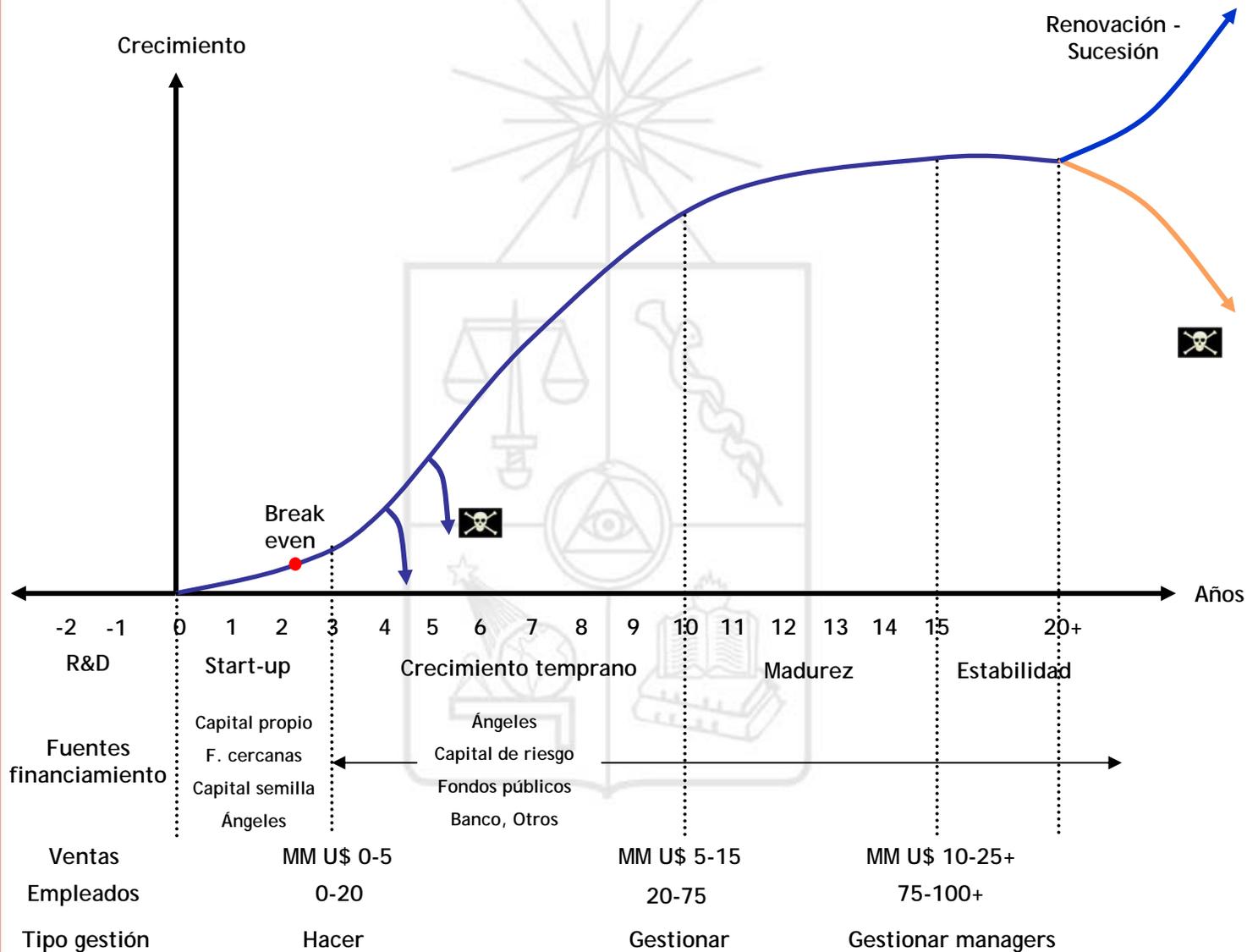
Agenda

- El rol del emprendimiento y la innovación
- El ciclo emprendedor
- El Taller



Ciclo de vida de una nueva empresa

Christian Willatt: (Adaptado de Timmons 2005 y otras fuentes)



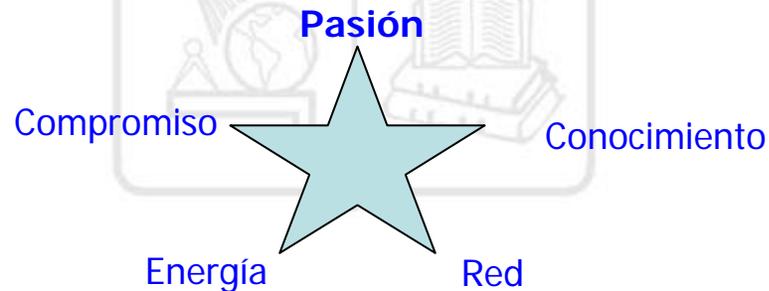
10 Mitos y realidades de los Emprendedores

- Mito 1: Emprendedores nacen y no se hacen
R: Nacen y se hacen acumulando capacidades, know-how, experiencias, contactos
- Mito 2: Cualquiera puede iniciar un negocio
R: No cualquiera la hace sobrevivir, crecer y generar retornos
- Mito 3: Emprendedores son apostadores
R: Emprendedores exitosos toman cuidadosamente riesgos calculados
- Mito 4: Emprendedores trabajan más y hasta más tarde que gerentes en grandes compañías, experimentan mucho stress y pagan un alto precio
R: No hay evidencia de más trabajo. Si de más realización personal y salud.
- Mito 5: Inicia un negocio y falla, y a olvidarse de levantar capital de nuevo
R: El negocio falla, el emprendedor no. La falla temple el acero de su experiencia.
- Mito 6: El dinero es el ingrediente más importante de un start-up.
R: Dinero es inerte, como el pincel en las manos del artista...
- Mito 7: Emprendedores deberían ser jóvenes y energéticos
R: La edad no es lo importante. Si lo es, la experiencia, el know-how y contactos.
- Mito 8: Emprendedores sólo están motivados por el todopoderoso dinero
R: Realización personal y de visión, construir compañías. Dinero es herramienta.
- Mito 9: Si un emprendedor es talentoso, el éxito es seguro en 1 o 2 años.
R: Un limón madura en 2,5 años, una perla toma 7 a 8. Raro, antes de 4 años
- Mito 10: Cualquier emprendedor con buena idea puede levantar capital
R: Sólo 1 a 3 de cada 100 reciben capital de riesgo

Emprendimiento: "Deporte de Contacto"



Autotest: El emprendedor de éxito (Zach's star)



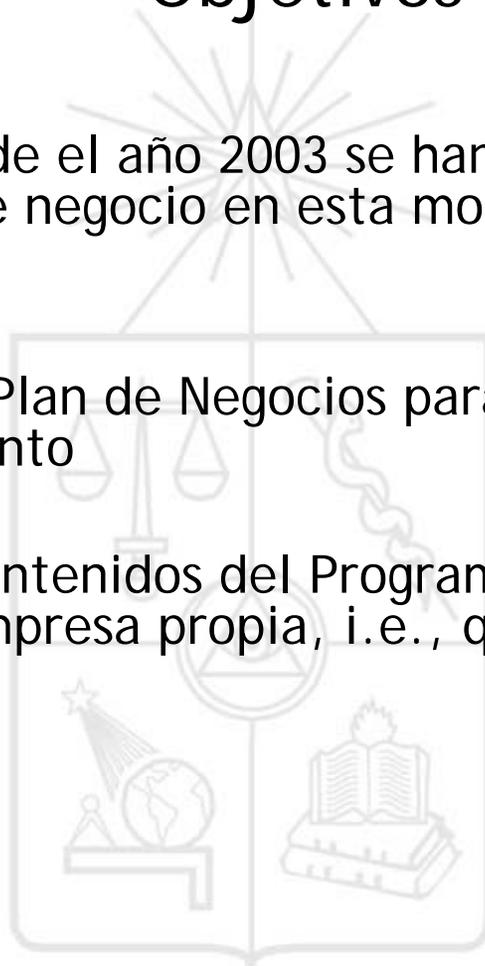
Agenda

- El rol del emprendimiento y la innovación
- El ciclo emprendedor
- El Taller



Objetivos

- Historia: desde el año 2003 se han desarrollado más de 200 planes de negocio en esta modalidad
- Formular un Plan de Negocios para su inversión y emprendimiento
- Aplicar los contenidos del Programa MBA al desarrollo de una nueva empresa propia, i.e., que esté a su alcance emprender

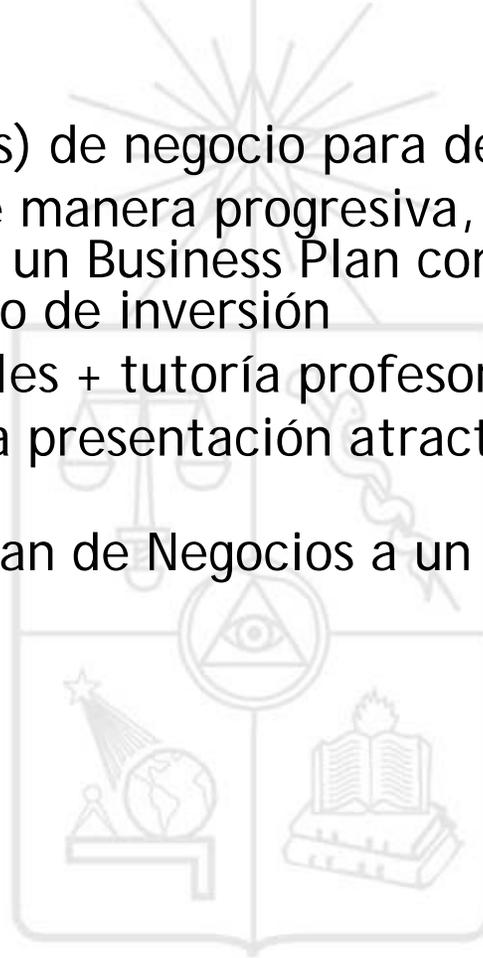


Portafolio (Algunos proyectos)

Título	Descripción
Amaranto	Desarrollo de productos agroindustriales elaborados a partir de la semilla de amaranto (<i>Amaranthus cruentus</i>), tales como Harinas, Cereales, Hojuelas y Concentrados. El mercado objetivo de estos productos será su utilización como complemento y suplemento nutritivo a la industria alimenticia.
Recicaucho S.A.	Empresa que recicla NFU de las faenas mineras. Ingresos por retiro y venta de chips asfálticos y acero.
Generación Eléctrica con Aerogeneradores	Granja de aerogeneradores eléctricos de 40 MW para faenas mineras del Norte y/o SIC
Carmin de Cochinilla	Producción y elaboración de colorante natural a partir del insecto cochinilla en plantas de tuna para abastecer demanda internacional creciente en industrias de alimentos, fármacos y cosméticos.
RFID en embalajes médicos	Sistema de identificación de fármacos mediante el empleo de tecnología RFID para su control y trazabilidad.
CAL	Sistema de Control de Acceso para Faenas Mineras que permite resolver los crecientes problemas de manejo y control de contratistas

ACTIVIDADES

- Preparar idea(s) de negocio para desarrollar y emprender
- Desarrollar, de manera progresiva, un Perfil de Negocio (Seminario I) y un Business Plan completo (Seminario II) como prospecto de inversión
- Sesiones iniciales + tutoría profesor
- Desarrollar una presentación atractiva y convincente del negocio
- Presentar el Plan de Negocios a un panel



ANTES DE ESCRIBIR EL BP: HACER LAS PREGUNTAS CORRECTAS

- 4 preguntas para evaluar **oportunidades de negocio** (quick screen)
 - Crean o agregan significativo valor para el cliente?
 - Hacen lo anterior resolviendo un problema importante o satisfaciendo una necesidad concreta por la cual alguien está dispuesto a pagar?
 - Existe un robusto mercado, margen y rentabilidad: tamaño y crecimiento mercado (MMUS\$ 50 y 20%), margen contribución (>40%) y UDI (>15%), FCL sólido y temprano (Ingresos recurrentes, bajo nivel inversiones y CT), y retornos atractivos y alcanzables para los inversionistas (TIR > 25%)?
 - Hay un buen calce entre los fundadores y el equipo gestor (competencias + know-how) y un buen balance riesgo-retorno?

PRÓXIMOS PASOS...

- Preparar oportunidades de negocios para sesión 1 (Presentación de 5 minutos PPT + impresa)
 - Problema / Oportunidad / Propuesta de valor
 - Mercado (Tamaño: US\$, N° clientes); Crecimiento Anual (%); Competencia; Barreras de Entrada)
 - Descripción empresa y productos/servicios

- Aceptar el desafío
- Trabajar con pasión, esfuerzo y compromiso...

Centro de Emprendimiento

Escuela de Postgrado
Facultad de Economía y Negocios
U. Chile

emprender@postgradouchile.cl

www.escueladepostgrado.cl

F: 9783636