

Informe Final del Autodiagnóstico del Emprendedor

1. Datos del emprendedor

Nombre: Álvaro

2. Características básicas del proyecto de empresa

Número de socios que formarán la empresa

3 o más socios

La actividad de la empresa estará relacionada con

La producción de bienes

Quiere Vd. montar la empresa porque conoce muy bien

El mercado

3. Autodiagnóstico

3.1 MOTIVACIÓN

Autonomía y compromiso personal

Autonomía personal y reconocimiento ajeno

Usted parece ser una persona que busca en su proyecto empresarial la oportunidad de ganar un espacio de libertad que no encuentra trabajando para otros, por muy prestigiosa que sea la empresa. Si ya ha probado esta experiencia, es muy probable que nunca vuelva a trabajar por cuenta ajena, pero no olvide que las cosas pueden cambiar y debe asumir la posibilidad de que tenga que hacerlo. Procure mentalizarse de ello y prepárese para esa contingencia, pues la primera empresa de un emprendedor es él mismo, es decir, su desarrollo como persona, y su capacidad para superar sus retos y mantenerse sereno ante el éxito. Recuerde lo que le coreaban a César los ciudadanos romanos al volver exitoso de sus campañas militares: "No olvides que eres mortal".

Compromiso personal y tolerancia al fracaso

Es fundamental tener unas buenas dosis de autoestima para sacar adelante un proyecto empresarial pero no ha de olvidar que aunque las referencias que tenga de otros son importantes, y sean experiencias a considerar, no tiene que olvidar que cada empresa, cada negocio es un mundo. Uno no se puede fiar de cómo le haya ido a otros.

Importancia de dinero

Motivación para ganar dinero

Mucha gente que monta una empresa piensa que hay cosas más importantes que el dinero, como es el tener un nivel y calidad de vida aceptable y hacer cosas que les gustan. Esto supone buscar un equilibrio entre la vida privada y la actividad profesional, y, como consecuencia del trabajo bien hecho, ya llegará el dinero.

Necesidad del dinero para emprender

La gente emprendedora sabe que el dinero no es imprescindible, aunque siempre habrá que hacer una aportación dineraria propia, cuya cuantía dependerá del tipo de negocio. Si la idea de negocio es realmente original, y el plan de empresa está bien elaborado, la financiación se puede buscar. Entonces, lo importante es saber conseguirla a través de otros inversores. Por tanto, más importante que el dinero es tener buenas ideas, y un buen equipo con el que ponerse a trabajar.

3.2 ENERGÍA E INICIATIVA PERSONAL

Iniciativa y Organización del trabajo

Importancia de la Iniciativa

Normalmente, ante una necesidad se plantean cambios necesarios y difíciles de evitar. Pero tengamos en cuenta que, muchas veces, la necesidad de cambio se detecta cuando ya es demasiado tarde. Intente identificar y provocar esos cambios necesarios y positivos para sus clientes y su organización antes de que otras personas o elementos lo exijan. Anticípese.

Forma de trabajar

No piense que el éxito empresarial es solo cuestión de suerte. Es el resultado de la suma de distintos elementos. Tenacidad, entusiasmo, respeto, educación, conocimiento de un mercado o producto, trabajo, energía... Si usted piensa que tiene capacidad para llevar un negocio adelante, no se eche atrás porque no se considere una persona con suerte. La suerte existe, pero le encontrará trabajando.

Dedicación al negocio y confianza en la suerte

Dedicación

¿Qué límites está estableciendo a su dedicación? Tenga en cuenta que, aunque nunca se le hayan manifestado, existen límites físicos y emocionales que pueden hacernos frenar de golpe. La salud física o psíquica es primordial, y, para tener salud, hay que saber descansar y disfrutar de otros aspectos de la vida.

Suerte

El azar es una variable que, por supuesto, puede ayudarle o perjudicarle mucho. Pero cuente con que el azar no solo le influirá a usted. También a sus competidores. Hay iniciativas que, sin ser buenas, con golpes de suerte pueden salir airoso. En este caso, tenga en cuenta que la suerte no mantendrá siempre sus posiciones de éxito. Aprovechese del golpe de suerte de sus competidores, reaccione y demuestre que usted es mejor que ellos.

3.3 CAPACIDAD DE RELACIÓN (DE INFLUENCIA)

Comunicación y capacidad comercial

Capacidad de comunicación

Para ser un emprendedor de éxito es muy importante que sea un buen comunicador, que pueda transmitir el concepto de empresa que quiere construir. Para ello, es indispensable generar confianza, y piense que la mejor forma para que se pueda comprobar que “no dice cosas que no piensa”, es que sus acciones sean coherentes con lo que dice.

Importancia de la función comercial

Todos los emprendedores de éxito coinciden con usted en la importancia decisiva de la función comercial de la empresa. También insisten en un riesgo que hay que tener presente: no debe vender por encima de su capacidad de producción porque se puede asfixiar a la empresa, es lo que se llama “morir de éxito” cuando se produce un desajuste entre la función productiva y la comercial.

3.4 CAPACIDAD DE ANÁLISIS

Orientación al mercado

Importancia de la definición del cliente potencial

Está usted en el camino correcto. Para iniciar una empresa hay que tener claro que un negocio sin clientes no es nada, y actuar en consecuencia. Su modelo de empresa tiene que relacionarse de la forma más directa posible con el mercado para estar lo más próximo a sus clientes, y así pulsar continuamente cuales son sus necesidades. No se preocupe si su análisis inicial no coincide con la realidad, estudie el porqué y adaptese a ésta.

Adaptación al mercado

Su actitud frente al entorno le sitúa en el camino que han recorrido los emprendedores de éxito: un buen empresario debe estar atento a todo, las buenas ideas están en cualquier noticia del periódico o algún hecho que pasa a nuestro alrededor. Es imprescindible mantener una actitud activa de búsqueda continua, de asociación de ideas, que permitan plasmar sus aspiraciones en productos y mercados concretos.

Planificación y Calidad

Planificación

Está usted en lo cierto, lo importante es vender. Pero para poder llegar a hacerlo hay que planificar cómo se va a conseguir: necesitará unos clientes, un mercado, unos productos o servicios que ofertar, medios para poder fabricarlos o realizarlos, algún sistema para financiarse... en definitiva, tendrá que diseñar una empresa, su empresa, con la que va a empezar a trabajar y la que quiere llegar a tener.

Calidad

Su respuesta implica una estrategia de orientación al mercado que se identifica con las tendencias actuales que definen la calidad como satisfacción del cliente. Con esta orientación el concepto de calidad y su gestión se extienden a todas las fases de vida de un producto: desde la idea inicial, su fabricación o realización, hasta el uso que el cliente haga del mismo. Así, no reduciendo la calidad a su concepto estrictamente técnico, podrá entrar en un proceso de mejora continua pulsando las necesidades del mercado y reorientando su oferta que, gracias a ello, será mejor.

3.5 PROPENSIÓN AL RIESGO

Propensión al riesgo

Tolerancia al riesgo

No hemos de olvidar que los riesgos están implícitos en la actividad empresarial, y por tanto, será un elemento presente en sus decisiones. Intente controlarlo al máximo, minimizarlo si le es posible, pero asuma que en los procesos de toma de decisiones no siempre podemos llegar a controlar todas las variables, y que incluso a veces hasta éstas las desconocemos. Sea cauto, pero aprenda a vivir con ello.

Solución de problemas

El empresario tiene que tener una actitud resolutoria, no huir de los problemas ni esperar a que el tiempo ni nadie los solucione. Es importante abordarlos sin demora, dedicar un tiempo a su análisis para conocer el origen de los mismos y facilitar la búsqueda de posibles soluciones. Y es en este análisis donde puede requerir asesoramiento que le sirva para tomar dediciones y lo que es más importante para enriquecerse profesionalmente.

Gestión del riesgo

Es fundamental no precipitarse a la hora de tomar decisiones, y si el tema lo precisa, buscar el asesoramiento de profesionales que nos merezcan credibilidad. Pero no menos importante es el tiempo, demorarnos mucho en la toma de decisiones puede ser clave para el éxito o resolución del problema. Por tanto tenga cuidado en no dilatar mucho este proceso de asesoramiento.

3.6 PERFIL PSICOLÓGICO

Perfeccionismo y liderazgo

Afán de perfección

Hemos de recordarle que hoy día la calidad y la perfección tienen que ser una máxima en su forma de trabajar, los clientes cada vez exigen más y los competidores están dispuestos a satisfacerlos. Por tanto, no basta con hacer las cosas, las tareas tienen que estar realizadas y acabadas con un mínimo de calidad, respetando los plazos, no se pueden dejar inacabadas.

Liderazgo

Entendiendo por líder aquella persona con capacidad de influenciar en las personas, conseguir sacar lo mejor de cada uno de ellos, involucrarles en el desempeño del proyecto y aunar los intereses y objetivos del grupo con los del proyecto, es sin duda un factor que facilita la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Se tiene más garantías de éxito cuando el esfuerzo, el entusiasmo, la implicación en el proyecto es del equipo y no sólo del promotor, sobre todo si detrás hay trabajo, esfuerzo, calidad y oportunidad.

Actitud al cambio y reconocimiento externo

Actitud hacia el cambio

Es evidente que todo emprendedor que lleva adelante un proyecto empresarial lo hace con el entusiasmo y la finalidad de aprovechar una oportunidad que ha detectado en el mercado, y no por el simple hecho de capear problemas y obstáculos y de salir de una rutina, por mucho que se lo plantee como un reto personal. Eso sí, hay que asumir que parte de nuestro trabajo va a estar encaminado a atender imprevistos y problemas que surgen en la gestión diaria de la empresa. Por esta razón se justifica la necesidad de realizar una planificación y una organización. Hay que tener claro el norte y no dejarse desviar, pero actuando con la flexibilidad suficiente para atender los pequeños imprevistos del día a día que también determinarán la calidad de nuestro trabajo.

Reconocimiento externo

Realmente el trabajo bien hecho y el reconocimiento y valoración que el cliente hace de él es lo que realmente satisface al empresario. Satisfacción interior de ver como su esfuerzo culmina en buenos resultados y lo que le reafirma a seguir adelante, apostando, trabajando y comprometiéndose con su proyecto. El reconocimiento social es agradable pero no es un objetivo ni una prioridad.

3.7 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Creatividad

Idea de empresa

Ciertamente, hay que adaptarse al cliente y esta es la norma principal. No obstante no se olvide que para tener verdaderamente éxito hay que ir siempre un poco por delante de los clientes y, en lo posible, imaginar lo que van a pedir. Para ello hay que estar siempre alerta y no desdeñar esfuerzo, mirar lo que hacen en otros sitios mas avanzados que el nuestro. Mejorar permanentemente en base a lo que los clientes nos digan, ser flexibles, y esforzarse en el servicio posterior al cliente son las claves para subsistir.

Producto o servicio de éxito

Esta usted en el camino correcto. No se olvide del dicho "Toda finca es manifiestamente mejorable hasta la total ruina de su propietario". Aquí pasa lo mismo. Hay que mejorar hasta donde se lo pida el cliente, con ello generará la tesorería necesaria para seguir mejorando, estudiando sistemáticamente la reacción de los clientes frente a sus productos o servicios para, en base a ella, mejorar productos y servicios que les generen mas valor añadido e innovar procesos que le permitan reducir costes.

Innovación

Investigación

Forma parte de un grupo exquisito de emprendedores. Sin duda, en la medida que puede controlar el futuro no necesita predecirlo, justo lo contrario de lo que hacen la mayoría. Esto se consigue aportando nuevas soluciones que son fruto de la investigación. Si bien es cierto que el fin de la empresa es satisfacer las necesidades de los clientes, también es cierto que la competencia no sólo sucede dentro de los mercados, hay muchos mercados que no han sido creados aún y es en esos mercados donde están las principales fuentes de beneficio.

Actitud sobre innovación

Copiar y mejorar es una de las formas clásicas de la creatividad. En el mundo de la empresa es mucho más importante lo segundo que lo primero. Casi todo el mundo copia, pero la aceptación en el mercado viene por las mejoras, mejor precio, fiabilidad, diseño. Copiar milimétricamente novedades no es innovador, cada situación requiere adaptar la idea original específica a las propuestas que se lleven a cabo. Picasso también copiaba pero con una “ventana” delante que le permitió conseguir una nueva perspectiva. Merece la pena dedicarle tiempo a reflexionar para construir esa ventana, la visión de la empresa, suele ser mas apreciado por los clientes y es más rentable.

4. Resultado global obtenido

