

Informe Final del Autodiagnóstico del Emprendedor

1. Datos del emprendedor

Nombre: Juan José

2. Características básicas del proyecto de empresa

Número de socios que formarán la empresa

1 o 2 socios

La actividad de la empresa estará relacionada con

La prestación de servicios

Quiere Vd. montar la empresa porque conoce muy bien

El producto

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

Usted parece ser una persona comprometida con su proyecto. Por él siente una especie de pasión que le lleva a trabajar duro y a desarrollar un escenario óptimo en el que poner en práctica lo que tiene en mente. Y esto lo hace con criterio analítico, midiendo el riesgo. Esta actitud le permite afrontar lo inesperado de forma positiva y salir airoso en muchas ocasiones. Debe cuidar esa energía interior, esa motivación, manteniendo el mejor equilibrio posible entre su vida personal y familiar, por un lado, y su actividad profesional, por el otro, y valorando al máximo las satisfacciones que le proporcionan las dos primeras. Aunque a veces no lo parezca, eso es lo más importante.

Importancia de dinero

Motivación para ganar dinero

No olvide que el hecho de ganar dinero es un producto secundario de su actividad, lo primero será proporcionar un buen servicio o producto. Si esto último se hace con éxito el dinero llegará después.

Necesidad del dinero para emprender

La falta de dinero propio es una dificultad, no un impedimento, si se tienen las cosas claras. En general, los servicios requieren menos dinero que las actividades de transformación. Por ello, es recomendable redefinir el proyecto en base a las disponibilidades de dinero, el propio y el que se pueda movilizar a nuestro alrededor. Se trata de empezar en plan modesto para ir creciendo, reinvertiendo, y acabar montado el proyecto de nuestro sueño, aunque esto lleve algún tiempo. Si se cree en el proyecto, y en las propias posibilidades, con espíritu de sacrificio y tesón, se puede salir adelante.

3.2 ENERGÍA E INICIATIVA PERSONAL

Iniciativa y Organización del trabajo

Importancia de la Iniciativa

Cuando se emprende con un nuevo proyecto, la predicción certera de su éxito o fracaso es prácticamente imposible. Si después de un gran esfuerzo no ve resultados, analice los motivos y trate de establecer medidas correctoras. Si aún así el proyecto sigue sin funcionar, no tenga reparos en abandonarlo. Mire el fracaso como un honor y emprenda sin miedo otro proyecto. Los errores pasados le servirán de formación y aprendizaje para alcanzar éxito en el futuro.

Forma de trabajar

La flexibilidad es fundamental en el entorno empresarial actual. Pero recuerde también la importancia de marcarse y seguir una disciplina y, la constancia en el trabajo.

Dedicación al negocio y confianza en la suerte

Dedicación

Sobre todo al principio, tendrá que dedicar más fines de semana y tiempo extra de lo que le gustaría. En este sentido, es muy importante que cuente con el apoyo de familiares y amigos.

Suerte

Algunos empresarios de éxito, que reconocen que la suerte les ayudó están convencidos de que no les habría servido de nada sin ser viables y tener presencia en el mercado. Por muy bueno que sea su producto o servicio, realice esfuerzos adicionales para darse a conocer.

3.3 CAPACIDAD DE RELACIÓN (DE INFLUENCIA)

Comunicación y capacidad comercial

Capacidad de comunicación

¡Cuidado!, puede ser que lo que considera “lo bueno” es tal para usted y lo contrario para otros. Los productos o servicios no son buenos en sí mismos, dependerá quién sea su clientela y qué necesidades tenga. Por tanto, su oferta debe ser mostrada, expuesta, comunicada, dada a conocer, y además, de forma que transmita todo lo que considera que es bueno de ella porque va a satisfacer a ese cliente al que se está dirigiendo.

Importancia de la función comercial

Su respuesta puede incluirse entre la de los emprendedores “enamorados de su producto”. Los productos o servicios no se venden por sí solos por muy buenos que nos puedan llegar a parecer. La función comercial en la empresa es crítica para que esta pueda tener éxito: sin ventas no hay empresa y por tanto es imprescindible salir a buscar a los clientes, no se puede esperar a que vengan a uno.

3.4 CAPACIDAD DE ANÁLISIS

Orientación al mercado

Importancia de la definición del cliente potencial

Sentimos decepcionarle, pero sin clientes no hay negocio y es fundamental que actúe siguiendo esta máxima: para empezar un negocio es necesario hacer algo que aporte valor a alguien. Por tanto, si quiere emprender una empresa ha de conocer, escuchar, vivir los clientes. De esta forma podrá decidir cómo producir o realizar el producto o servicio que va a ofrecerles.

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

Pertenece usted al poco numeroso grupo de personas que tiene claro que es necesario planificar, organizar el presente y el futuro de su empresa. Saber lo que se quiere hacer y organizarlo en un plan de negocio ayuda a conocer donde queremos llegar, y aunque generalmente se hacen cambios en el corto plazo, hay que verlos como variaciones en la ruta pero no en el destino. Por tanto, no se preocupe si varían sus previsiones iniciales, es lo normal y él haberlas planificado permite entenderlas mejor.

Calidad

La calidad es fundamental para que una empresa pueda posicionarse favorablemente en su mercado, pero es importante que haga una distinción entre dos acepciones de este concepto: la calidad como el cumplimiento de los requisitos o especificaciones establecidos de acuerdo a como fue concebido el producto o servicio y la calidad como idoneidad para la satisfacción del cliente. Le recomendamos que se oriente hacia la segunda acepción y que tenga en cuenta la ecuación: $\text{Calidad} = \text{satisfacción cliente}$.

3.5 PROPENSIÓN AL RIESGO

Propensión al riesgo

Tolerancia al riesgo

Uno de los rasgos de los emprendedores es su disposición a afrontar riesgos calculados, basándose en la certidumbre de que el que no arriesga no consigue, pero recordando al mismo tiempo que los riesgos deben diversificarse porque no conviene tener todos los huevos en la misma cesta.

Solución de problemas

Es la actitud que debe tener todo empresario, puesto que gran parte de su tiempo lo dedicará a resolver problemas. Y el tener una actitud positiva, y enfocar los problemas como retos personales, hará mucho más gratificante el proyecto empresarial. Pero no olvide, que no siempre asumirlo en solitario es lo más adecuado, las opiniones de los colaboradores, o de otros profesionales, pueden aportar puntos de vista que hagan abordar los problemas con más eficiencia.

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

Las oportunidades no llegan cuando usted tiene un hueco en la agenda, debemos actuar con la flexibilidad suficiente para que no pasen cerca y que ni usted ni sus colaboradores se percaten de ello. Por ello, aunque es fundamental trabajar con profesionalidad, organización y teniendo muy claro los objetivos, no debe olvidar que los imprevistos son una fuente importante de información, y saber determinar la importancia de ellos para poder priorizarlos en nuestra agenda no siempre es fácil y anteponemos nuestra agenda ante la duda. Corre el riesgo de pasarlos por alto y perderse el primer indicador de una amenaza u oportunidad que alterase su proyecto.

Reconocimiento externo

No hemos de olvidar que en el mundo empresarial los resultados o fracasos son el resultado de un esfuerzo de grupo. Por tanto, el compartir con los colaboradores los resultados, sobre todo si son satisfactorios, es casi inevitable. Fuera de este entorno, y aunque el reconocimiento social es parte del éxito, se aconseja ser comedido y no generar envidias o situaciones incómodas.

3.7 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Creatividad

Idea de empresa

Sin duda que sin una idea no se puede empezar. Conviene que sea concreta, lo más fácil al principio es dispersarse y esto generalmente es un desastre. Considere que a lo que va a dedicarse tiene mucho que ver con lo mejor que sabe hacer. Hable con sus futuros clientes, una idea que no se compra solo sirve para entretener el tiempo y nunca lleva a nada que se convierta en dinero.

Producto o servicio de éxito

Eso debe de ser así en el momento inicial, el conocimiento del producto es una de las principales motivaciones para montar la empresa. En realidad siempre tendemos a presuponer que cuando un mercado puede crearse, se creará. No obstante, tenga en cuenta que tanto o más importante que el conocimiento del producto son las acciones necesarias para ponerlo en el mercado.

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

Efectivamente, en este contexto hay que realizar un análisis y preguntarse sobre las tecnologías disponibles, con origen y utilización de las mismas, para que puedan hacerlo mas eficientemente. También tendrá que basarse en una estructura organizativa flexible que permita una rápida evaluación de las nuevas ideas. Con esto de la innovación, difícilmente va a poder usted sólo y tendrá que promover el compromiso de todos con los que trabaje. En definitiva, su concepción de la innovación tendrá que estar reflejada en un plan que incluya todas las actividades que van desde la identificación de la oportunidad, tareas de diseño conceptual, diseño del prototipo, validación, e industrialización del nuevo producto o servicio.

4. Resultado global obtenido

