

Informe Final del Autodiagnóstico del Emprendedor

1. Datos del emprendedor

Nombre: Aarón Sánchez Stefanov

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 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

Aunque usted esté considerando que al montar una empresa no va a tener que trabajar para otros, por ser “el jefe”, la realidad le hará darse cuenta de una circunstancia bien diferente. Por muy dueño que sea de su empresa, siempre acabará trabajando para “otros”: los clientes, los bancos, los empleados, los socios..., que imponen determinadas reglas y compromisos que hay que asumir. Por tanto, es cierto que se gana un cierto margen de maniobra, un ámbito de libertad y de flexibilidad que tiene sus compensaciones, pero que tampoco es la panacea.

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

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

Aunque tiene clara la importancia de marcarse objetivos a largo plazo, recuerde también que es bueno fijar y cumplir objetivos a corto plazo coherentes con los objetivos a largo. Le servirán como “conductores” y “facilitadores” en la consecución de los objetivos a largo plazo.

Dedicación al negocio y confianza en la suerte

Dedicación

Parece que tiene claro que alguna vez tendrá que trabajar en días u horas inusuales. Tenga en cuenta que, para sacar una empresa adelante, a veces esos esfuerzos adicionales, por su carácter emprendedor, pueden llegar a convertirse en costumbre. Recuerde siempre su forma de pensar actual y no se deje llevar por el trabajo sin límites que requiere una empresa para salir adelante. Sepa descansar a tiempo y establecer límites a su dedicación.

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

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

Cuando se lanza una empresa marcarse unos objetivos es muy importante, pero como no los acompañe de un plan que explicite organizadamente cómo alcanzarlos, los objetivos pueden quedarse en meros números y su consecución se considerará un hecho aleatorio. Es fundamental que organice el futuro que usted quiere para su empresa, en definitiva, que planifique. Ello le ayudará a conocer el entorno en el que va a moverse y a su vez le proporcionará información muy útil sobre su propio negocio.

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 decisiones y lo que es más importante para enriquecerse profesionalmente.

Gestión del riesgo

Hay que asumir que el riesgo forma parte de la vida, para cualquier cosa que se quiera hacer o emprender. Si usted tiene como filosofía analizar todo el riesgo que implica una decisión, casi nunca tomará una y se perderá muchas cosas de esta vida.

3.6 PERFIL PSICOLÓGICO

Perfeccionismo y liderazgo

Afán de perfección

Hemos de recordarle que la perfección no existe, al ser un concepto subjetivo siempre todo puede ser objeto de mejoras pero en los tiempos en que corren es indiscutible la necesidad de tener una actitud perfeccionista, una actitud de continua mejora en todo lo relacionado con el negocio, procesos, procedimientos, servicios, información, comunicación, etc., que permita sostener las ventajas competitivas de las empresas.

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

En efecto, no basta con tener una buena idea. Debe ser respaldada por una planificación cuidadosa y una implantación efectiva. El primer hito es valorar la oportunidad de negocio y determinar de qué opciones se dispone, analizando el mercado y a la competencia, luego determinar los segmentos del mercado a los que se va a dirigir, cuáles son sus demandas actuales y la previsible evolución de las mismas. Por último, tiene que valorar la viabilidad técnica y económica de la nueva actividad identificando qué hay de sólido y de frágil en las mismas, por una parte; y la inversión, el margen y la rentabilidad, por la otra.

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

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

