

Informe Final del Autodiagnóstico del Emprendedor

1. Datos del emprendedor

Nombre: Estefanía Penide Casanova

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

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

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

El hecho de ganar dinero es una consecuencia de mi actividad principal, que es proporcionar un producto o servicio de calidad. Si esto se hace bien, entonces el dinero llegará. Hay que ser paciente: la vaca tiene que crecer para dar leche, y hay que cuidarla constantemente.

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

Seguro que alguna vez se le ha pasado por la cabeza algo que podría mejorar. Introduzca pequeños cambios en cualquier ámbito de su vida. Intente aportar valor y lograr mejoras en su día a día. Llévelo a cabo, pero empiece por pequeñas acciones y no con cambios radicales. De esta forma irá entrenándose en el “Arte de Emprender”. Tenga en cuenta que no tener iniciativas o no llevar a cabo algún nuevo proyecto o cambio en los proyectos ya existentes, puede abocarnos a una situación de inmovilismo total. Esto, en lugar de fomentar nuestra competencia emprendedora, le acomodará en el extremo opuesto.

Forma de trabajar

Piense que no trabaja sólo. Aunque no tenga a nadie contratado, siempre estará en contacto con otras personas (proveedores, clientes...). Por eso, es necesario establecer y cumplir unas reglas mínimas conocidas por todos. Si se improvisa en las interacciones con los demás, y cada vez se actúa de una forma distinta, no se mostrará la coherencia necesaria para ganarse la confianza necesaria para el éxito empresarial.

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

Trate de flexibilizar su forma de trabajo. Tener una forma sistematizada de trabajar es bueno, pero piense que en el día a día empresarial surgen continuamente imprevistos a los que tendrá que hacer frente. Las agendas y la planificación de trabajo, suelen estar “vivas” y en continua reestructuración. Si no se organiza contando con posibles cambios e imprevistos (deje huecos en su agenda), no sabrá cómo hacerles frente y le perjudicarán en su eficiencia profesional e incluso en aspectos personales.

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

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

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

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 resolutive, 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

Un buen comunicador es capaz de transmitir las ideas, decisiones, pero ser líder es algo distinto. Independientemente de que sea o no buen comunicador, el líder es capaz de persuadir e influir en las personas, de buscar con entusiasmo objetivos comunes, de unir al grupo y motivarlo para la consecución de ciertas metas. El comunicar no siempre se traduce en entusiasmo y en identificación con el proyecto. Por ello, ya que usted tiene dotes para comunicar sin mucho esfuerzo, podrá adquirir algunas conductas propias del líder que mejorará su relación con los equipos.

Actitud al cambio y reconocimiento externo

Actitud hacia el cambio

Poner en marcha un proyecto empresarial cambia la vida a cualquiera. El día a día aunque, se lleve una planificación, está lleno de imprevistos y de cambios de agenda que muchas veces no se pueden sortear. Hay que seguir una planificación con flexibilidad que le permita abordar todos los imprevistos, pues cada problema hay que enfocararlo como un reto a superar y hemos de ser conscientes de que los cambios pueden ser origen de ideas, innovaciones, y mejoras pero sin perder el norte y siguiendo las pautas que se marcaron cuando planificó.

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 que opciones se dispone, analizando el mercado y a la competencia, luego determinar los segmentos del mercado a los que se va a dirigir, cuales 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

