

Modelo para emprender (Business Opportunities)

La mejor **razón para emprender** es querer mejorar nuestra situación y la situación de los que nos rodean. Por ello un emprendedor siempre esta buscando en que puede ayudar a los demás, en como satisfacer sus necesidades y solucionar sus problemas.

Los emprendedores son aquellas personas que ponen pasión y esfuerzo en su trabajo y en desarrollar nuevas ideas para ayudar al resto de personas.

Las **razones para emprender** son:

1. Decidir tu futuro y el de tu negocio
2. Aprovechar los nichos de mercado y los segmentos abandonados
3. La satisfacción personal de ayudar a los demás.
4. Defender tu idea de negocio
5. Fuente de oportunidades y de aprendizaje

Para ser todo un emprendedor se necesita Liderazgo, Iniciativa, Capacidad de aprendizaje y Confianza en uno mismo, así como saber encontrar un buen equipo para llevar la idea de negocio al éxito.

El modelo y sus preguntas claves

1. ¿Qué es lo que se quiere hacer?

Lo primero que se tiene que saber a la hora de emprender un negocio empresarial es qué se quiere hacer, es decir, qué proyecto de negocio tenemos. A ello se suele llegar por dos caminos distintos:

- Se nos ocurre una idea de negocio nueva, original, que no existe en el mercado, que nos va a llevar a abrir nuevos mercados, nuevas necesidades, etc.;
- Desarrollando un producto o servicio que ya existe y lo que hacemos es darle otro aire nuevo, otra forma de poder captar las necesidades que se habían creado pero que no han quedado satisfechas por alguna razón que nosotros hemos detectado y valorado como importante.

2. ¿Quién va a formar parte del proyecto?

En este punto es donde tenemos que definir cuales son los integrantes del proyecto. El proyecto lo podemos desarrollar con diferentes agentes:

Los promotores del proyecto únicamente. Este sería el caso más lógico. La idea surge de una o varias personas que, en un momento determinado y por unas circunstancias determinadas, deciden emprender una aventura empresarial. Sería el caso de socios trabajadores.

Otra manera de crear empresa es ser socio capitalista, es decir, que el promotor tenga una idea y los recursos suficientes para crear una empresa pero carece completamente del compromiso del trabajo diario por lo que contrata tanto a directivos como a empleados para que lleven a cabo el negocio mientras que el promotor sólo participa económicamente de la misma.

Los promotores del proyecto más ayuda externa. Este sería el caso en el que el promotor/es tiene una idea pero carecen de recursos para poder llevarla a cabo. Esta carencia de recursos no tienen el porque ser únicamente monetarios también pueden ser de capacitación empresarial o de dominio de las características básicas de la idea. Es decir, podemos tener necesidades de socios capitalistas, de socios trabajadores que aporten además capital o, simplemente, de los recursos humanos capacitados para poder desempeñar eficientemente la actividad empresarial.

3. ¿Cómo se va a implementar la idea?

Aparece en este punto una de las características básicas de cualquier proyecto que se quiera emprender, tanto profesionalmente como personalmente.

Es el momento de la planificación.

En este momento el emprendedor ha de concienciarse del sacrificio que va a suponer poner en marcha un proyecto y por eso ha de reflexionar de manera importante cómo va a desarrollarlo.

El plan de empresa es la herramienta fundamental para ello. En el plan de empresa, entre otras cosas que más tarde trataremos y que tienen que estar incluidas en él, tendrá que describir qué estrategias vamos a seguir para llevar a nuestra empresa hacia los objetivos que nos hayamos fijado. A este respecto son fundamentales las herramientas de marketing. Ellas serán las que guíen los pasos a tener en cuenta para que la empresa pueda tener el éxito esperado.

4. ¿Dónde se va a establecer la empresa?

Cuando ya sabemos qué queremos hacer, con quién lo vamos a hacer y cómo lo vamos a hacer hay que decidir dónde vamos a desarrollar la idea empresarial.

Este es un punto importante porque puede afectar en gran manera el éxito de la empresa.

Hay que tener en cuenta que la localización geográfica de la empresa nos puede traer una serie de ventajas que se pueden volver inconvenientes si erramos en la elección. Entre estas ventajas podemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

Hay que situarse cerca del potencial cliente.

Hay que tener una localización cercana a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad empresarial.

Si no acertáramos en cualquiera de los dos epígrafes anteriores tendríamos el peligro de correr con una serie de gastos (si pagamos los desplazamientos o transportes), o con una serie de menores ingresos (si cobramos por producto o servicio una menor cuantía de la debida), que podrían hacer peligrar el desarrollo futuro del proyecto.

5. ¿Cuándo vamos a comenzar a trabajar?

El momento en el que la empresa debe empezar la andadura es una decisión puramente estratégica.

Hay factores que pueden hacer que tomemos una decisión u otra. Así habrá que tener en cuenta factores como podrían ser: el plazo en el pago de impuestos, esperar al momento en el que la estacionalidad de la actividad sea la más adecuada, etc.

En cuanto a los plazos para empezar a trabajar van a depender de las posibilidades con las que cuenten los promotores para comenzar la andadura del proyecto y, aunque es interesante marcarse plazos como objetivos empresariales así como para saber el grado de interés que se muestra al proyecto por parte de todos y cada uno de los promotores del mismo, cada proyecto requiere de un tiempo de planificación distinto.

6. ¿Con qué contamos para empezar?

Es hora de ver con qué recursos cuentan los promotores para empezar a trabajar. Los recursos que hay que tener en cuenta son de distintos tipos:

Fundamentales resultan los recursos económicos con los que podemos hacer frente al inicio de la actividad y con los que ya podemos contar.

También interesante el conocer los recursos humanos necesarios para comenzar. En función del resultado que nos den los recursos del inicio variaremos o no nuestra planificación al respecto de los mismos.

Una red de contactos resulta algo fundamental en la sociedad actual. Esta red de contactos nos va a permitir conseguir diferentes contactos con proveedores de mayor o menor calidad (en función de nuestras necesidades) y, lo más difícil para una empresa que empieza, los primeros clientes. Por eso hay que contar con esa red o con los contactos suficientes para poder empezar a crearla.

7. ¿Para qué queremos realizar el proyecto empresarial?

La fijación de unos objetivos empresariales es necesaria. Sin ellos no se puede llevar a cabo dos de los procesos fundamentales en la función estratégica de la empresa, a saber, la planificación y el control.

Gracias a la fijación de unos objetivos a corto, medio y largo plazo podemos marcar las diferentes estrategias a seguir. La planificación trata sobre eso, es decir, ver el cómo actuará estratégica y económicamente la empresa en el futuro, ya sea más o menos lejano ese futuro.

Por la otra parte el control hace saber si la empresa funciona como se ha planificado o no. La planificación viene marcada por unos objetivos que la fase de control tratará de vigilar para así poder actuar de forma correctora sobre las políticas estratégicas tomadas en la fase de planificación.

8. ¿De qué forma vamos a crear el negocio para aprovechar la legalidad vigente?

Hay que ver, una vez analizado el proyecto y nuestra capacitación para poder llevarlo a cabo, qué entorno legislativo afecta o puede afectar a la empresa.

Así puede ser fundamental el llevar a cabo un estudio acerca de qué forma jurídica es la mejor para la actividad que realiza la empresa. Para ello hay que saber cuáles existen y cuales nos podemos acoger para decidir entre una u otra.

Gracias a ello podemos optar a mejoras económicas que saneen la empresa como pueden ser: el pago de menos impuestos, el acceso a ayudas y subvenciones que se ofrecen a determinadas formas, acceso a financiación, etc.

9. ¿A quién le vamos a vender nuestro producto o servicio?

Nuestro futuro como empresa está en nuestros clientes. Por esa razón tenemos que tener muy claro cuales son las personas o entidades a las que va dirigida nuestra actividad para poder saber qué es lo que realmente necesitan o qué es lo que pueden necesitar.

A este respecto es conveniente segmentar el mercado. La segmentación consiste en agrupar a los clientes en conjuntos con características diferenciadoras importantes entre unos y otros. Los conjuntos se pueden hacer en función de variables objetivas (criterios geográficos, sociológicos, demográficos, etc.) o de variables subjetivas (calidad de vida, comportamiento, estilo de vida, etc.).

10. ¿Cuánto vamos a invertir en negocio y qué resultados vamos a obtener de él?

Este es uno de los puntos que más dudas ofrecen en la realización de cualquier plan de empresa.

Se trata de saber cuánto nos va a costar el llevar a cabo el proyecto para así poder ver si necesitamos ayudas para la financiación del proyecto o si, por el contrario podemos con nuestros propios recursos empezar con el mismo.

En este punto hay que valorar necesidades como las siguientes:

- De activos materiales e inmateriales,
- De recursos humanos,
- De caja,
- De formación, etc.

Además en este punto vamos a valorar cuántos clientes son necesarios para que la empresa esté en su punto muerto, es decir, que no tenga ni beneficios ni pérdidas. Gracias a él podemos planificar estrategias de precios.

Otra tarea será la de estimar. Cuando hablamos de gastos o ingresos tenemos el problema de que no dependen exclusivamente de nosotros por lo que habrá que tener en cuenta un margen de error que seguro que se va a dar pero que habrá que estimar.