

Informe Final del Autodiagnóstico del Emprendedor

1. Datos del emprendedor

Nombre:

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 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

El reconocimiento social de los que le rodean siempre es importante. El reconocimiento de la propia labor y esfuerzo le ayuda a uno a superar los miedos y a afrontar los problemas con la certidumbre de que no está sólo, pero también con el desasosiego de que muchas personas dependen de uno.

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

Para poner en marcha una empresa no es imprescindible tener dinero, sí lo es saber cómo conseguirlo, asumiendo que siempre hay que poner algo del propio bolsillo para transmitir al resto de los inversores nuestro compromiso en el proyecto. Pero lo que sí es importante, es encontrar pronto clientes que adquieran nuestros productos o servicios para conseguir el dinero que necesitamos. Hay que empezar a facturar en seguida.

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

Trabajar sin límites no es lo mejor, pero una realidad que hay que asumir es que para sacar una empresa adelante hay que realizar importantes esfuerzos adicionales.

Suerte

A veces, pasan oportunidades por nuestro lado y no nos damos ni cuenta. Tenga suficiente flexibilidad y atención como para poder adaptarse y aprovechar esas oportunidades. No las deje pasar. ¡Existen! Una vez alcanzadas, recuerde que la suerte no dura siempre y trabaje duro.

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

Su respuesta puede incluirse entre la de los emprendedores “enamorado 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

El trabajo es imprescindible para sacar adelante una empresa, sin embargo no es suficiente. El trabajo duro debe ir acompañado de una orientación acertada de su negocio para lo cual es decisivo conocer a quiénes se va a dirigir, cuáles van a ser sus clientes, qué necesidades todavía no han cubierto convenientemente y, en esa medida, poder definir el producto o servicio que va a ofrecerles. Empiece por ahí, preguntándoles, conozca sus necesidades, véndales su idea, incluso antes de haber construido el producto.

Adaptación al mercado

Tiene usted razón: la formación ha de ser continuada y es imprescindible estar al día en todo lo que ocurre en el entorno empresarial. Sin embargo, también es importante abrirse a otros campos, conocer los cambios que se están produciendo en el mundo, y que de una u otra forma van a repercutir en el mercado en el que va a trabajar con su empresa. Los emprendedores de éxito suelen contar cómo han detectado oportunidades de negocio en ámbitos muy dispares, y que a veces tienen poca relación directa con su negocio.

Planificación y Calidad

Planificación

Cuando se lanza una empresa marcarse unos objetivos es muy importante, pero como no los acompañe de un plan que explicita 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

Por muy visionario que sea un emprendedor es imposible tener seguridad de lo que va a suceder. Ni tan siquiera los llamados videntes tienen total seguridad. Por tanto hay que asumir que el riesgo está presente, y, aunque intentemos minimizarlo, muchas veces tendremos que enfrentarnos a decisiones sin estar seguros de lo que pasará.

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

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

El tener un espíritu inquieto, curioso, emprender nuevas actividades y probar cambios, es siempre una fuente de búsqueda de oportunidades. Asimismo en el día a día de un empresario los cambios son frecuentes. Siempre se producen incidentes sobre lo planificado que nos obligan a reaccionar y a retomar las riendas. Por tanto tener una buena dosis de inquietud y de actitud hacia el cambio es básico en toda aquella persona que se lance al reto empresarial.

Reconocimiento externo

En cierta forma, y sobre todo al principio cuando se pone en marcha una empresa, es muy reconfortante obtener resultados y compartirlos con los demás, sobre todo con los más próximos. Le hace sentirte más cuerdo y reafirma su autoconfianza.

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 más 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 más 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

