

UNIDAD 1. LA IDEA DE NEGOCIO

1.1. La Idea de Negocio

1.2. El Plan de Empresas

1.3. Solucionar un Problema

1.4. La Personalidad Emprendedora

1.5. El Banco Mundial



Toda empresa surge de una idea de negocio inicial

1.1. La Idea de Negocio

La idea de negocio es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la Pyme, haga que tengamos éxito o no.

Toda iniciativa empresarial nace de una idea de negocio con la que se espera conseguir un éxito comercial y esto no es tarea fácil; dependerá de la naturaleza de la persona (sus aptitudes emprendedoras, curiosidad, creatividad, etcétera).

Pero tener una idea no es suficiente; el empresario debe tener una serie de cualidades, entre las que destacan las siguientes:

- Confianza en sí mismo.
- Capacidad para asumir riesgos.
- Capacidad para organizar, dirigir y coordinar los medios económicos, humanos y materiales.
- Conocimientos profesionales y técnicos suficientes para desarrollar la actividad, así como nociones de gestión comercial.
- Carácter negociador, iniciativa, liderazgo y dotes comunicativas.

Pero no sólo basta con tener una buena idea, es necesario evaluarla y comprobar su viabilidad. Por ello, la primera parada del camino del emprendedor es concretar la idea de negocio y describirla de la forma más precisa posible.

Minimizar los Riesgos

El concepto de empresa va unido al concepto de riesgo.

Cuando se crea una empresa, siempre existe la incertidumbre sobre el éxito del negocio. No obstante, hay algunos requisitos que un negocio debe cumplir si se quiere minimizar el riesgo de fracasar.

Generar la necesidad del cliente de adquirir ese producto o servicio. Eso puede proporcionar una *oportunidad de mercado*.

Dirigirse al mismo tipo de clientes que otras empresas, satisfaciendo las mismas necesidades y haciéndolo de la misma manera, es la receta más segura para el fracaso.

Diferenciarse. No debemos confundir la diferenciación o la innovación con inventos o conceptos revolucionarios. Mejoras sustanciales en el modo de satisfacer al cliente pueden ser suficientes para diferenciar a un producto o servicio de su competencia.

Aprovechar la oportunidad de mercado. La necesidad del cliente junto con la diferenciación del producto o servicio hacen surgir una oportunidad para desarrollar un negocio de éxito.

1.2. El Plan de Empresa

Una vez que ya se ha concretado la idea de negocio, el siguiente paso es redactar uno de los documentos más importantes del camino de cualquier emprendedor y que amplía las posibilidades de éxito y disminuye el riesgo.

El Plan de empresa es la principal herramienta de planificación a la hora de empezar una aventura empresarial, ayuda a aumentar las posibilidades de crear un negocio rentable e incluso para empresas ya consolidadas se convierte en un instrumento de crecimiento y diversificación de su actividad principal.

Para hacer de un plan de negocio hay que seguir una serie de pasos, pero también es necesario seguir una serie de recomendaciones más encaminadas a la calidad de la información y unos criterios de redacción. Sin embargo no existe una receta para el éxito y en ocasiones y pese a haber realizado una correcta planificación es fácil cometer errores comunes o tener dudas. Los expertos lo saben y por ello, existen numerosas listas agrupando, por ejemplo, los errores fatales en la creación de nuevas empresas.

Presentación de la idea de negocio. En esta parte se ha de explicar en detalle a qué va a dedicar nuestra nueva empresa, así como los factores que se diferenciarán de otras empresas del sector, identificar los factores de éxito, fracaso o riesgo, debe constar la dirección donde se va a situar, relación de los socios si cuentan, con sus perfiles académicos y por último el código de CNAE que significa Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

Análisis de oportunidades. Aquí se lleva a cabo un plan de marketing con los datos posibles sobre el producto o servicio que será nuestro negocio, para ello se debe de conocer bien el proceso de fabricación o servicio que se va a prestar. Aquí entra la viabilidad técnica y la viabilidad comercial donde definiremos los factores de nuestro entorno mediante un análisis llamado PEST que estudia otros factores como son cambios de regulación o los cambios económicos.

Recursos Humanos. En este apartado se ha de definir la plantilla de trabajadores incluyendo en este dato a los socios de la empresa, se ha de describir de cada puesto así como el perfil del personal y los contratos a realizar en cada persona, es el momento de hacer el organigrama de la empresa.

Plan económico financiero. Su objetivo es estudiar la viabilidad de la empresa, a nivel económica y financiera en función de los resultados que se tengan previstos. Los datos a tener en cuenta son estos:

- Balance inicial y balance situación de los primeros tres años.
- Pérdidas y ganancias
- Presupuesto de tesorería.

Conclusiones del Plan. Se obtienen de los análisis de los apartados anteriores.



Toda empresa trata de solucionar un problema o satisfacer una necesidad

1.3. Solucionar un Problema

Una empresa nace para solucionar un problema a sus clientes potenciales. Busca satisfacer una necesidad existente que no está cubierta. Algunos críticos del sistema dicen que las empresas y el marketing van creando esa necesidad, pero el objetivo del artículo no es entrar en este debate, sino responder a la pregunta de lo que es una idea de negocio.

Está claro, que la resolución de problema tiene mucho que ver con la percepción del consumidor. Al fin y al cabo, él es quien decide si se va a gastar dinero en el producto o servicio. Por lo tanto, tiene que llegar a la conclusión que le compensa.

Todo eso te lo cuento para que plantees tu idea de negocio como la solución a un problema del cliente. Por ejemplo, Google permite a sus usuarios encontrar el contenido que buscan, en medio de billones de páginas. WhatsApp ayuda a que la gente esté más conectada. Ryanair hace posible las escapadas baratas.

Por supuesto, no todas las buenas ideas de negocio tienen que ser el nuevo Google y revolucionar las cosas. De hecho, estadísticamente, las ideas más rompedoras son las que más fracasan, porque es más difícil que los consumidores las adopten.

Pero es importante aportar alguna innovación, una mejora, aunque sea pequeña, respecto a lo que ofrecen tus competidores. Si eres médico, y ofreces la posibilidad de gestionar las citas online, estás aportando un servicio valioso a una parte de tus clientes. Es una innovación pequeña, pero puede ser efectiva.

Qué es ser Emprendedor

Si miramos a nuestro alrededor, encontraremos a multitud de personas y empresas que se auto denominan emprendedores y que usan el concepto de “espíritu empresarial” para englobar todas las cosas que hacen y darles un carácter diferente, simplemente por utilizar una terminología determinada pero incierta.

El origen etimológico de la palabra emprendimiento deriva del término francés *entreprendre* que se usaba ya en el siglo XIII y tenía un significado general, que se aplicaba a “hacer cosas”. En inglés (*entrepreneurship*) se la agregó el sufijo *ship*, que significa crear algo de valor.

En definitiva la palabra originalmente significaba algo así como el «proceso de descubrir nuevas formas de combinar los recursos».

En el mundo académico, el término «Emprendimiento» ha sido objeto de investigación durante décadas y ha sido examinado por diversas disciplinas como la antropología, la economía, las ciencias sociales y las de gestión.

Pero a la hora de encontrar una definición realmente adecuada es donde surgen las complicaciones y las opiniones encontradas.

1.4. La Personalidad Emprendedora

Un emprendedor o emprendedora es aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Los empresarios exitosos tienen muchos rasgos en común con los demás: son confiados y optimistas; disciplinados y comienzan por sí mismos. Están abiertos a nuevas ideas que se cruzan en su camino.

Conoce algunas características que los definen:

Confianza. Es el sello distintivo del emprendedor. No todos nacemos con confianza en nosotros mismos, pero eso no significa que no seamos capaces de desarrollarla. Muchos hombres y mujeres crean en el sentido de fe en sí mismos y la habilidad de superar grandes retos con el trabajo diario, y la confianza en sí mismos al ver los resultados y ganar el respeto de los demás.

Pasión. Es el rasgo más importante de un empresario exitoso. Ellos realmente aman su trabajo. Están dispuestos a hacer cualquier cantidad de horas extras con tal de que el negocio tenga éxito, porque hay un disfrute en su negocio que va más allá del dinero. Ya sea que les apasione las tareas o actividades que realizan diariamente, el área o campo en el que trabajan, o simplemente el hecho de emprender o crear negocios, una cualidad común en los emprendedores exitosos es la pasión con que hacen las cosas.

Visión. Otra cualidad que se suele encontrar en los emprendedores exitosos es la visión para los negocios. Ellos tienen la habilidad para detectar oportunidades de negocios que otros no pueden ver, y la capacidad para diferenciar las verdaderas oportunidades de las simples posibilidades de negocios.

Tolerancia a la incertidumbre. Asume riesgos, tolera la incertidumbre y contempla la posibilidad de fracasar. Ellos saben que toda oportunidad de negocio conlleva un riesgo por más análisis o planificación que se haga, por lo que ante una oportunidad tratan de minimizar todo el riesgo posible, y luego actúan a pesar del riesgo que aún pueda existir.

Capacidad de aprendizaje. Los emprendedores exitosos reconocen que están aprendiendo siempre y que pueden aprender de todos cada día. No estar dispuesto a escuchar y a aprender, es negarse muchas oportunidades. Esta característica está ligada a la capacidad de adaptación.

Perseverancia. Es demasiado habitual ver personas con muchas ilusiones y proyectos al comienzo, pero que poco a poco los van abandonando y dejando a medias. Los emprendedores exitosos tienen la suficiente perseverancia como para sortear todo obstáculo o imprevisto que pueda aparecer en el camino, seguir adelante pase lo que pase, y no rendirse hasta haber agotado todas las posibilidades.

Sentido de oportunidad. El emprendedor identifica necesidades, problemas y tendencias de las personas que viven a su alrededor y trata de concebir alternativas de satisfacción o solución según sea el caso.

Optimismo. Un punto de vista positivo sobre su alrededor hace que los emprendedores midan los fracasos en su justa dimensión y sean capaces de obtener lecciones de cada uno. Además, les permite nutrirse en los buenos momentos para plantearse objetivos más ambiciosos.