



La guía del emprendedor

Extraído del libro: ¡Quiero ser emprendedor!
Manual práctico para TORPES

Contenido

1. Perfil del emprendedor
 1. Que es un emprendedor
 2. Perfil tipo del emprendedor

2. La idea de crear una empresa
 1. Tengo una idea
 2. La fase de validación de ideas
 3. Conocer el mercado y los clientes
 4. El plan de negocio
 5. La puesta en marcha

3. El ecosistema emprendedor
 1. La entrada en el ecosistema On line y Off line
 2. Eventos para emprendedores
 3. Concursos y premios para emprendedores



¿Qué es un emprendedor/a?

- Si vas al diccionario, verás que es quien emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas.
- Una persona que se lanza a por algo, un objetivo a pesar de que sea difícil, alguien que no se conforma con ver las cosas pasar, con la rutina.
- 1964: [Peter Drucker](#): Un entrepreneur busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.



Perfil del emprendedor

- **Soy emprendedor nato:** Es aquel que lo lleva dentro de nacimiento, su pasión es emprender, ni se plantea trabajar para otros. Su jefe no puede ser otro que él mismo. De pequeño ya apuntaba maneras y no deja de idear nuevas ideas para cambiar el mundo.
- **Soy emprendedor tardío:** Son profesionales que han trabajado por cuenta ajena y con el paso del tiempo se cansan de producir para otro y debido a su experiencia y conocimiento del sector se lanzan con su nuevo negocio.
- **Emprendedor por oportunidad:** Es una persona despierta que caza tendencias o modas y se sube a la ola. Para subirse a la ola necesita de un colchón económico y si no tiene experiencia previa de un socio.
- **Emprendedor por necesidad:** Como autoempleo cuando ves que no encuentras ofertas de trabajo decentes o que te van a pagar cuatro duros. Ya que emprendes por necesidad hazlo en un sector que conozcas bien.
- **Emprendedor por casualidad:** Durante tus estudios o trabajo de repente descubres algo potente, único, que puede funcionar muy bien en el mercado y no vas a dejarlo aparcado. Analizas el mercado y vas a por ello.

Perfil del emprendedor

¿Tienes lo que hay que tener...?



Tenacidad:

- Has de ser tenaz, firme, pertinaz en el propósito que te marques. Como dice el refrán "el que la sigue la consigue", no puedes desfallecer, tienes que ir a por ello, ya que tu proyecto es lo que más deseas.

Autonomía:

- Vas a estar sólo o sola ante el peligro sobretodo al principio, así que necesitas ser 100% autonomo, capaz de seguir el rumbo sin esperar a que nadie te ayude y además tirar del carro y tirar de otros que decidan acompañarte en tu aventura.

Valentía:

- Forma parte del ADN básico del emprendedor. Valentía es esfuerzo constante, no detenerte ante nada a pesar de las dificultades y que nunca te falten fuerzas o energía para seguir adelante.

Perfil del emprendedor



Compromiso:

- Compromiso con doble sentido, contigo y con la gente que te rodea. Si te lanzas ya no hay marcha atrás, pon todo de tu parte para que tu proyecto salga bien, no puedes abandonar. Demostrarte que eres realmente capaz.

Organización:

- Clave a pesar de que tengas una micropyme, la organización es fundamental para que las cosas salgan bien. Todo lo que hagas tiene que estar planificado, registrado, seguir un proceso, intenta no dejar nada al azar.

Generosidad:

- Desde el momento de crear tu empresa, tienes que ser agradecido con todos aquellos que te echan una mano. Le puedes pagar de muchas formas, Cuando a un emprendedor le va bien, por norma general ayuda a otros.

Disponibilidad:

- Siempre dispuesto a trabajar, colaborar con otros, además sin un horario fijo, tu negocio es tu vida.

Perfil del emprendedor



¿Tienes madera de líder?

Follow the leader

Te toca ser el líder, contagiar tu entusiasmo y la pasión por el proyecto para que tu equipo te siga. Has de ser un buen comunicador/a para transmitir bien el proyecto y los objetivos a conseguir para que esté muy claro por donde tenemos que ir todos. Siempre alerta para que no se desvíe el equipo de su trabajo.

El jefe es el espejo de su equipo

Tienes que ser el empleado del mes, el que de buen ejemplo al resto del equipo en todo, comportamiento, saber estar, vestimenta, puntualidad, sacrificio... eres el jefe. Coherencia siempre en lo que dices y después en lo que haces, sino les vas a volver locos y perderás credibilidad.

Transparencia

Cuanto más transparente seas con tu equipo mucho mejor. Con la transparencia evitarás los cotilleos entre el equipo y habrá más cohesión del equipo. Deja también muy claro que información es confidencial y no puede salir de la empresa.

Perfil del emprendedor



¿Tienes madera de líder?

Respeto

Algo que nunca ha de faltar a ningún empleado, ni becario, ni el personal de limpieza, todos los trabajadores somos igual de importantes. Broncas en privado.

Respetar también los horarios de tu equipo, no les hagas trabajar más horas de lo pactado cada dos por tres. Que sea algo excepcional trabajar horas extra y luego recompénsaselas con horas o días de vacaciones por ejemplo.

Espíritu de equipo

Vais a pasar muchas horas juntos trabajando así que eres el responsable de motivar a tu equipo, cuidarles, que trabajen a gusto y de vez en cuando sorprenderles. Celebrar los cumpleaños, los nuevos clientes, los nuevos hitos siempre en equipo.

Psicología

Te va a tocar en parte ser el psicólogo de la empresa. Tomarles el pulso para saber qué tal están, si tienen algún problema personal, eso hará que te aprecien y estarán más centrados en el trabajo si ven tu interés e implicación. Saber escuchar.

Perfil del emprendedor



¿Tienes madera de líder?

Primeros espadas

Rodéate de gente buena, mejor que tú sin duda. Si quieres gente buena tendrás que pagarle lo que valga o compénsale con participación en la empresa u otros beneficios.

Happy people

Intenta que el buen rollo sea una tónica general en tu empresa. El buen ambiente, el buen trato a tu equipo y el buen humor tu equipo se lo transmitirá a tus clientes.

iiOrganización!!

Un buen emprendedor tiene que ser organizado en su día a día. Al principio serás director general, financiero, de marketing, de ventas, de recursos humanos... así que prepárate un buen cuadro de mando en el que tengas todo bajo control.

Accesibilidad

La puerta de tu despacho debe estar abierta para recibir bien a tu equipo, a clientes o a proveedores, no te subas a un pedestal y te hagas el inaccesible, el importante, un líder tiene que ser cercano.

Perfil del emprendedor

El triángulo óptimo para emprender con garantías de éxito



Tengo una idea que es la leche



- Las ideas dentro de tu cabeza no tienen ningún valor, así que sácalas y ponlas en un papel, haz un esquema, un dibujo y desarróllalas bien.
- Dale forma y si es un producto o servicio incluso dale un primer nombre.
- Cuando tengas la idea bien definida, ya puedes empezar a moverla en tus círculos más cercanos, de confianza, o sea, familia y amigos.
- Pídeles que sean sinceros contigo, que te digan pros y contras, te ayudará a seguir moldeando la idea, corrigiéndola si hace falta o descartarla del todo si es algo que ya existe o es imposible o muy costoso ponerla en marcha.
- Si tu idea no es la leche o es algo que está más que inventado, no te rindas, sigue investigando, sigue dándole vueltas al coco.
- Sigue observando la vida en general, problemas habituales, que te encuentres en tu trabajo, problemas que te cuenten otras personas...

Tengo una idea que es la leche

Para que tu idea sea factible, interesante, digna de ser desarrollada piensa en algo que...

- El mercado realmente necesite.
- Que venga a solucionar un problema habitual que afecte a un buen número de personas.
- Que sea una importante mejora de lo que existe actualmente.
- Que sea más rápido, más cómodo, más eficiente, más sencillo que lo que tenemos hoy en día.
- Que su puesta en marcha no te lleve toda una vida o años de investigación...
- Puede existir pero no en tu país de origen, así que puedes importar la idea y adaptarla a tu mercado.
- Algo realmente original, que llame la atención, que apetezca consumirlo o utilizarlo aunque no sea algo de primera necesidad.

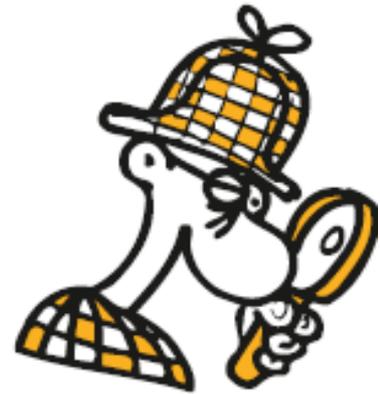
Tengo una idea que es la leche

Quiero pulir mi idea o tener nuevas ideas. El Brainstorming

El brainstorming es una tormenta de ideas, una metodología que se usa desde el siglo pasado.

- Júntate con un grupo de personas distintas entre sí, entre 7 y 12
- Necesitas una sala o zona tranquila para trabajar
- Hazte con un flipchart, pizarra blanca o clásica y apuntando lo que te digan
- Plantéales sobre qué quieres que participen, qué problema quieres resolver
- Fija antes la duración del brainstorming, no más de 30 minutos
- En la primera fase vale absolutamente todo lo que digan los participantes
- No se puede criticar la opinión del resto de los participantes, haz de moderador
- Anima a participar a todos los miembros del grupo
- Ve tomando nota de todas sus propuestas y agrupa las que sean parecidas
- Pasados los 30 minutos haz una pausa

Vamos a conocer el mercado



La investigación de mercados

- La investigación de mercados sin ninguna duda te ahorrará cometer errores en el futuro, ya que la puedes aplicar durante todo el ciclo de vida de tu empresa. Desde elegir el mejor nombre para tu empresa, el logotipo y cómo no la aceptación de tu producto o servicio por parte del mercado.

Hazte las siguientes preguntas:

- Antes de abrir un nuevo comercio ¿haces prospección? ¿Analizas la zona?
- Antes de iniciar tu actividad ¿investigas a tu competencia?
- Antes de lanzar un nuevo servicio ¿haces un pre-test con tus clientes?
- Antes de modificar un servicio ¿te apoyas en información de tus clientes?
- Antes de lanzar una nueva marca ¿preguntas a sus potenciales clientes qué opinan de ella?
- Antes de utilizar un nuevo logotipo ¿consultas con la gente que te rodea?

Tengo una idea que es la leche

¿Cómo validar tu idea? ¿Es buena? ¿Puede funcionar?

- Consulta con un experto del sector. Sector en el que quieres desarrollar tu nueva idea de negocio, esta persona que dará sin duda el mejor feedback.
- Plántele tu nueva idea a cuantas personas consideres que son el público objetivo para que te den su opinión, los pros y contras que le ponen a tu idea.
- Infórmate al máximo sobre el tema, documéntate, lee, sigue a expertos leyendo su blog o su Twitter.
- Busca a fondo en internet ideas iguales o parecidas, está casi todo inventado. Tienes dos webs donde la gente sube sus ideas y la gente las vota www.ideas4all.com y www.worthidea.com.
- Aprovecha tu red de contactos para consultarles. Lo puedes hacer a través de Facebook, Twitter o LinkedIn. Puedes incluso diseñar una encuesta con la herramienta de formularios de Google.
- Haz una encuesta profesional usando www.encuestafacil.com o survey monkey, es gratis.

Definición de mi mercado

La ubicación de mi negocio

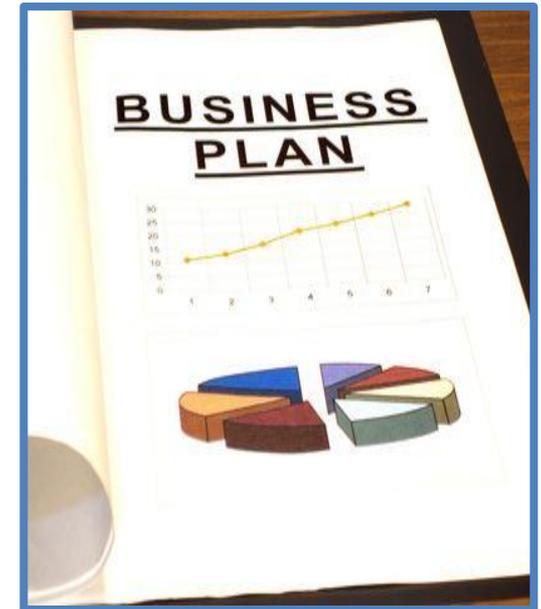
- Área urbana, rural, residencial o industrial
- Población: + 10.000 habitantes?
- Comunicaciones: Carreteras, parking, metro, bus.
- Entorno: zona consolidada, nueva, en expansión...
- Zonas de influencia: supermercados, cines, centros comerciales, atracciones...
- Zona comercial, zona de ocio, grandes marcas, negocios de renombre...
- El edificio: zona de oficinas, edificio mixto o exclusivo
- Calidades fachada: moderno, clásico, protegido...
- Flujo de personas: diario, de lunes a viernes, sólo fines de semana
- Limitaciones de la zona: horarios, ruidos
- Posicionamiento On line también: Google Places, QDQ, 11870, FourSquare...



El Plan de Negocio

¿Qué es?

- Es un **documento donde vas a reflejar por escrito planteamientos de negocio.**
- Refleja tus **ideas sobre los objetivos que quieres alcanzar y cómo vas a intentar llegar a ellos.**
- Es una **herramienta. No es un fin en sí mismo sino que es un plan para llevar a cabo un proyecto empresarial. ¡Es tu hoja de ruta!**



¿Por qué elaborarlo?

- La elaboración del plan de negocio te ayudará a tener una **primera visión de tu empresa y analizar la idoneidad y viabilidad real de la idea.**
- La realización del plan obliga a reflejar por escrito y **analizar detalladamente el camino que se debe seguir para alcanzar su objetivo.**

¿Para qué nos va a servir?

1. Si la empresa **no ha iniciado su actividad**, el plan de negocio servirá para:
 - Realizar la **planificación empresarial**.
 - Ser un instrumento para buscar **financiación**.
 - Desarrollar nuevas **estrategias y actividades**.

Por ello: Vuélcate en él, es tu hoja de ruta, no lo hagas por obligación, cuida al máximo su elaboración, aporta información elaborada y real del mercado, marca objetivos cuantificables y alcanzables, no olvides todos los recursos de que dispones.

2. Si la empresa ya **ha iniciado su actividad**, el plan de negocio servirá para:
 - **Valorar la marcha del negocio**.
 - **Detectar posibles desviaciones respecto a las previsiones iniciales**.

Por ello: Te servirá para relanzar tu empresa o darle un nuevo enfoque, corregir errores, detectar áreas de mejora, nuevos nichos de mercado...

¿A quién va dirigido?

1. *A ti mismo como emprendedor/a y a tu equipo*

- Implica realizar una **investigación exhaustiva** , **establecimiento de hipótesis y te ayudará a realizar de previsiones.**
- Durante su elaboración adquirirás conocimientos de **gestión empresarial que resultarán vitales para lograr el éxito de tu empresa. Tendrás una visión global.**

Busca un modelo sencillo, tenlo disponible para modificarlo y compartirlo

2. *Para terceros, a diferentes destinatarios como:*

- Entidades públicas.
- Entidades financieras.
- Inversores (*Business Angels* , *Capital Riesgo*).
- Socios.
- Concursos de ideas o proyectos.



Tendremos que adaptarnos en muchos casos a las plantillas que nos proporcionen

Un plan de negocio para convencer a los inversores

Especial importancia para la portada, elegante pero potente.

Usa un gancho más que un plan de negocio completo y detallado. Resúmelo en 10 páginas, tú puedes. Estructura básica:

1. Introducción

Breve descripción del producto, beneficios para el cliente, la experiencia del equipo fundador, la inversión necesaria y el objetivo de rentabilidad para el primer año. Breve, conciso, llamativo y realista.

2. La Idea de negocio, el producto y el mercado.

¿Por qué tendrá éxito mi idea de negocio? Muestra la necesidad o carencia en el consumidor (mercado) y una descripción de cómo tu producto o servicio la cubre. Quiénes son tus potenciales clientes (tu mercado objetivo) y por qué comprarían tu producto o servicio (propuesta de valor). Incluye hitos alcanzados como desarrollo del producto, la situación de las patentes y las licencias.

Nota: Si tu idea de negocio es tecnológica explícala de forma sencilla, clara para cualquier persona, evita usar tecnicismos, compáralo con algo ya existente.

Un plan de negocio para convencer a los inversores

3. Tu equipo

Experiencias laborales, emprendimientos y logros de cada una de las personas que comenzarán contigo en el proyecto o el perfil de persona que tienes pensado contratar.

El equipo es uno de los factores clave, acompáñate de los mejores profesionales, así como los mejores colaboradores, partners, consejeros y advisors.

4. Riesgos y Beneficios

Todo inversor presta el 100% de su atención ante la palabra riesgo.

Evita emplear palabras como "inversión segura" o "libre de riesgos". Haz una previsión financiera realista, es normal que al principio pierdas dinero. Destaca cuando vas a llegar al break even (inicio de beneficios)

Lo único que el inversor quiere saber es que esos riesgos, en caso de que lleguen, estarán bien gestionados por el emprendedor en el que deposita su confianza (y dinero).

Haz proyecciones financieras a 4-5 años, marcando los diferentes hitos, destacando cuando vamos a llegar a beneficios y su margen.

Un plan de negocio para convencer a los inversores



5. Nuestros competidores.

Analiza bien a la competencia y compárate con ella, en lo que te diferencias. Evita decir "no tenemos competencia" ya que eso demostraría que eres poco responsable y profesional a la hora de hacer un estudio de mercado o que nuestro producto es demasiado innovador, y eso ya requería otro tipo de gestión y probablemente más capital.

6. Resumen final.

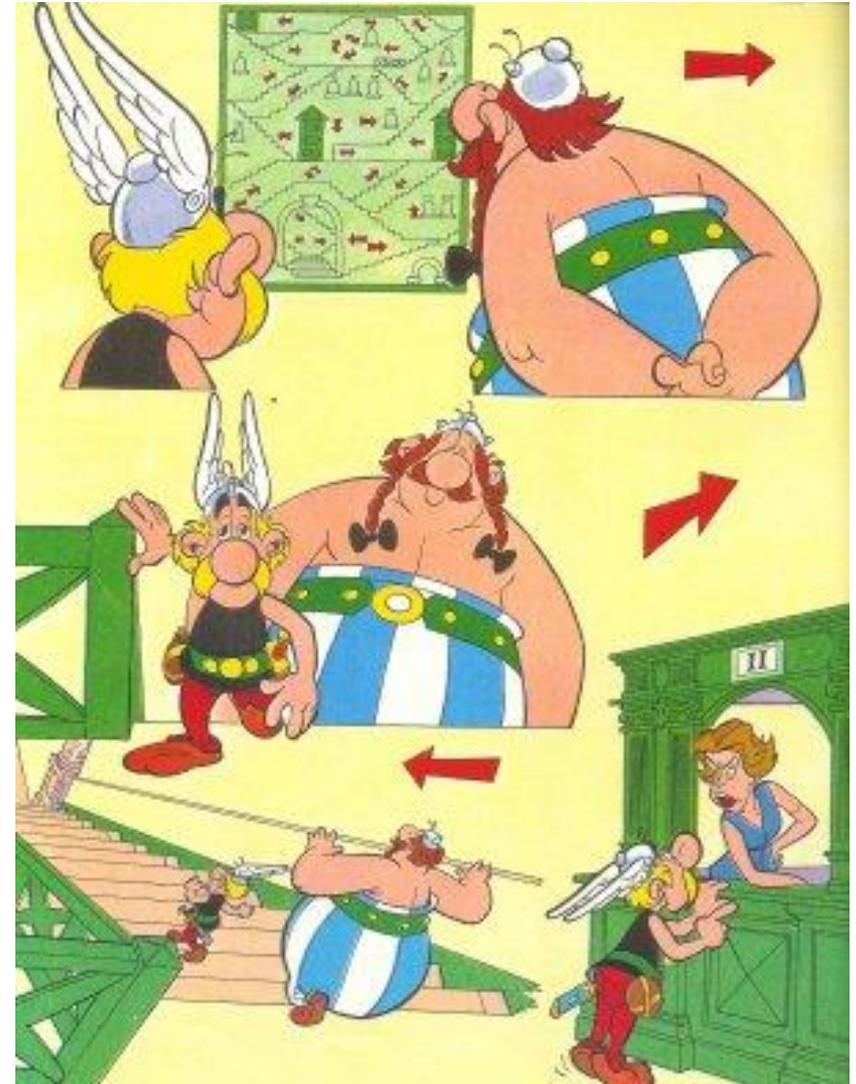
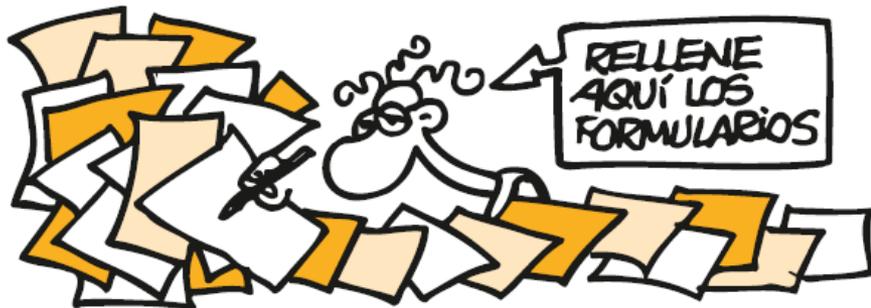
Destacamos que es un resumen, en el plan de negocio ampliado podrás ver la estrategia de marketing completa, la planificación, los costes financieros de cada fase, canales de distribución, alianzas estratégicas, el ciclo operativo de nuestro producto, el plan de compras, etc.. y muy importante, el resto de inversores que participan en nuestro proyecto (en caso de que los haya).

Finalmente hemos llegado a la conclusión de que si con un resumen del plan de negocio no consigues una entrevista personal, con el plan de negocio completo y detallado hubiésemos tenido el mismo resultado. Eso sí, debemos tener el plan de negocio completo preparado por si se diera el caso de que estuvieran interesados.

Lo tengo claro, ¡me lanzo!

Las 12 pruebas de Astérix

- La puesta en marcha
- Trámites para la constitución e inicio de la actividad
- Exigencias de la administración, check list



Principales agentes en el mapa del emprendimiento en España

1- Apoyo de instituciones públicas

2- Fundaciones para el emprendimiento

3- Asociaciones sin ánimo de lucro

4- Espacios de coworking/incubadoras

5- Inversores privado, redes

6- Inversores en proyectos sociales

7- Premios para emprendedores

8- Fondos de financiación pública

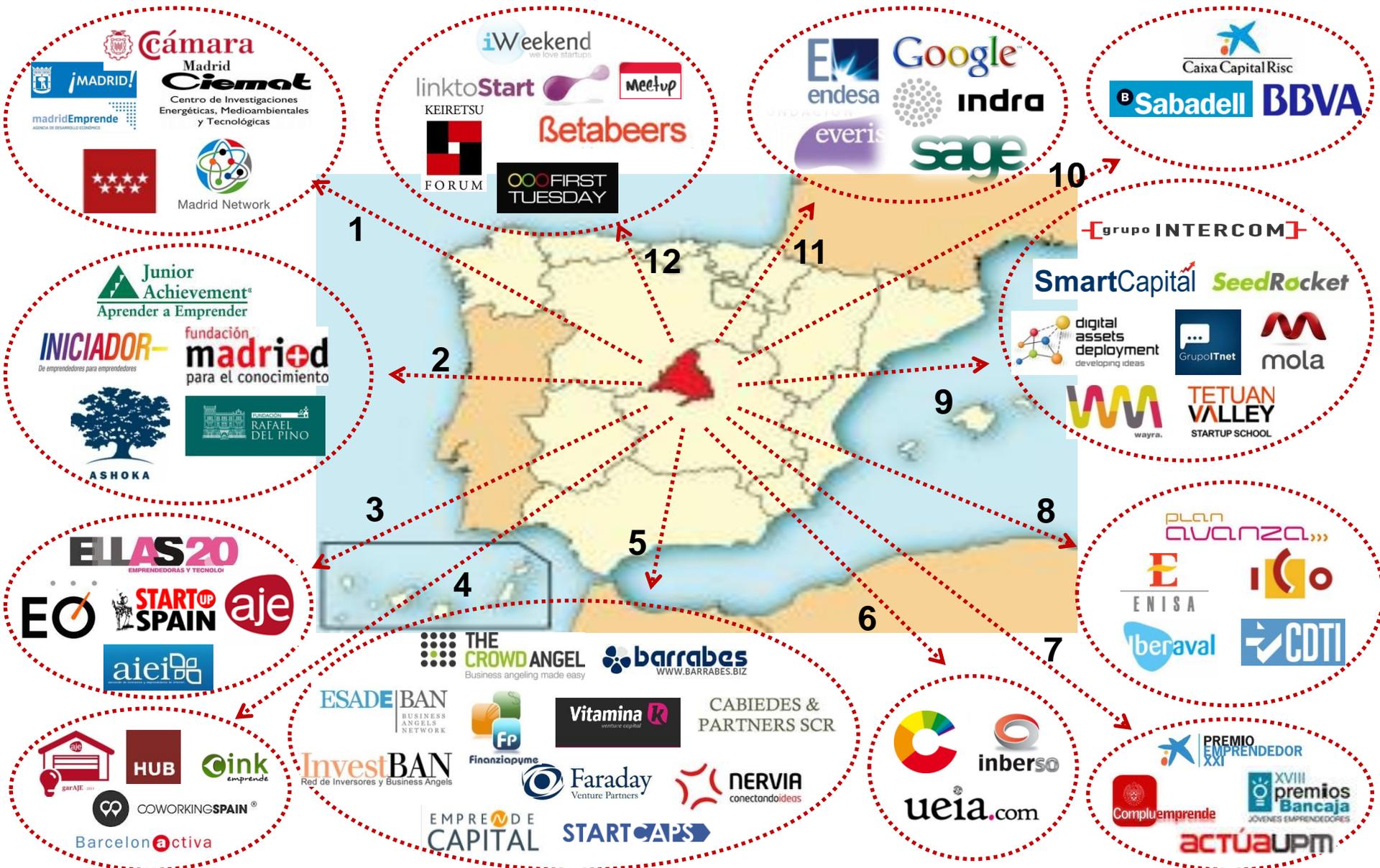
9- Aceleradores de startups

10- Bancos, entidades de crédito

11- Grandes empresas

12- Eventos para emprendedores

Más en:





Gracias y ¡¡suerte
valientes!!

[Félix López Capel](#)

[@felixlopez](#)

www.about.me/felix_lopez



Director de Relaciones Institucionales

AJE Madrid – Asoc. Jóvenes Empresarios de Madrid

Fundador y Director General

Conectando Empresas – Consultoría de marketing