

Vivir Haciendo *Lo Que Me Gusta*

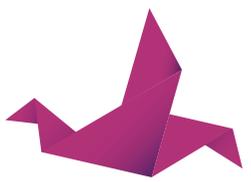
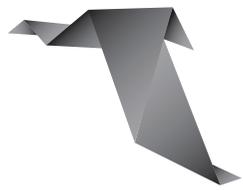
GUÍA PARA CREAR TU EMPRESA Y LANZAR TU IDEA

LA GUÍA QUE TE EXPLICA CÓMO VIVIR HACIENDO LO QUE TE GUSTA

KIT

PARA LANZAR TU **IDEA**







GUÍA PARA CREAR TU EMPRESA Y LANZAR TU IDEA

2ª Edición:

Diciembre 2014

Edita:

Área de Creación de Empresas
©INGURALDE, 2012
Aldapa, 3A
48901 Barakaldo

Autores:

Área de Creación de Empresas.
INGURALDE

Diseño:

alan*POLE
www.alan-pole.com

Edición para uso personal. Queda prohibida la redistribución copia o cesión, total o parcial, de la información contenida en esta publicación, incluyendo; textos, diseño gráfico, imágenes, índices, u otros análogos o similares sin permiso escrito de los editores.

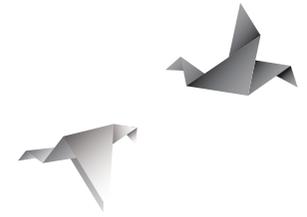
La contravención de esta nota de copyright puede comportar la aplicación de las sanciones establecidas en el Código Penal, la Ley de Propiedad Intelectual, la Ley de Marcas y la Ley de Competencia desleal. Los textos de esta guía han sido creados sobre la base de la igualdad entre sexos intentando en todo momento utilizar un lenguaje no sexista.

Depósito Legal:

D.L. BI 1953-2014







1. TRES OPCIONES A LA HORA DE SALIR AL MERCADO LABORAL	12
2. ¿TODAS LAS PERSONAS SOMOS EMPRENDEDORAS?	14
3. 10 RAZONES PARA EMPRENDER.....	18
4. EMPRENDER Y FRACASAR.....	20
5. LAS “TRES Is” PARA CREAR TU EMPRESA.....	22
6. IDEA.....	26
7. VALORAR LAS IDEAS	28
8. INFORMACIÓN	32
9. INVERSIÓN.....	34
10. PLAN DE NEGOCIO	36
11. CREANDO EL PLAN DE NEGOCIO (I): PLAN DE MARKETING	40
12. CREANDO EL PLAN DE NEGOCIO (II): PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.....	42
13. ALGUNAS PISTAS PARA QUE VAYAS INFORMÁNDOTE Y FORMÁNDOTE	44



¡VAMOS!

¿QUÉ ES INGURALDE?

La guía que ahora tienes entre tus manos ha sido creada por Inguralde. Puede que muchas de vosotras, que muchos de vosotros ya sepáis de qué va esto; seguro que algo os suena. Seguro que sabéis o asociáis que Inguralde está relacionado con el Ayuntamiento de Barakaldo. Y sí, así es. Pero, para las personas que no tienen muy claro qué es, vamos a tratar de explicarlo en unas pocas líneas.

Inguralde es un organismo público que, como ya se ha dicho, pertenece al Ayuntamiento de Barakaldo, que nace en 1.992 con el objeto de hacer frente a las preocupantes tasas de paro que en aquellos momentos golpeaban nuestro municipio.

A partir de ese momento, se han ido creando Servicios con el fin de atender y apoyar a las personas Emprendedoras y a las diferentes Empresas, para conseguir un tejido económico fuerte y diversificado que genere empleo y riqueza.

Estos y otros programas han permitido que Inguralde sea una referencia entre la ciudadanía en todo lo asociado a DESARROLLO, impulsando así a Barakaldo como motor SOCIAL Y ECONÓMICO de la Comarca.

¿PARA QUÉ ESTA GUÍA?

Bueno, más o menos, ya está claro quién está detrás de esta publicación y, sabiéndolo, se puede empezar a deducir para qué se ha creado, ¿no? En todo caso y por si aún hubiera alguna duda, vamos a dar unas pinceladas al respecto.

Para empezar hay que señalar que es una guía orientada a difundir la cultura emprendedora y la promoción de nuevos negocios, haciendo hincapié en la gente como tú, esto es, la gente más joven.

Desde Inguralde queremos animarte y apoyarte a ese cometido pero somos conscientes de las dificultades de esta tarea, de los riesgos que conlleva iniciar una actividad empresarial. Queremos, si no quitarlos, sí minimizar esos riesgos y, para ello, presentamos esta guía como un instrumento, como una herramienta en la que indicamos cómo surge una idea empresarial, en la que presentamos cómo es o cómo puede ser una persona emprendedora y los pasos a seguir para elaborar un Plan de Empresa.

Esperemos, con todo, que te sirva, que la veas útil, manejable, práctica, que la compartas con tus amigas y amigos, que te ayude a reflexionar y que te dé el empujón definitivo para adentrarte en la aventura de convertirte en tu propio jefe o jefa, de crear tu propia empresa, valorando, eso sí, la oportunidad y viabilidad del proyecto que te plantees.

Dicho lo cual... Bienvenida. Bienvenido. Vamos allá...

enhorabuena

Porque has abierto esta guía

Porque eso significa que sueñas, que luchas, que no tienes miedo.

Porque aunque aún no lo sepas crees en ti.

QUIERO

ESCOGER MI MODO DE VIDA



BUSCAR MIS SUEÑOS
SEGUIR MI PROPIO CAMINO
CREAR MI PROPIO NEGOCIO
CONTROLAR MI DESTINO
SER EL DUEÑO DE MI TIEMPO
TRABAJAR EN LO QUE ME GUSTA
ESCOGER MI MODO DE VIDA
DECIDIR CÓMO, CUÁNDO, POR QUÉ
ELEGIR EL RUMBO, CONDUCIR
ESCOGER POR MI MISMO

QUIERO **SER YO**

qué necesitas

Una buena noticia: lo principal está dentro de ti. Ya lo tienes.
Y además siempre tendrás más y mejores. Son inagotables.

IDEAS



Tus ideas pueden ser tan buenas como las mejores que se le hayan ocurrido a cualquier ser humano en la historia.

Las grandes ideas de la humanidad partieron de gente “normal” como tú, que creyó en sí misma y que quiso seguir su propio camino.

Tus ideas te permitirán crear tu propio negocio y elegir tu modo de vida. Podrás escoger el qué, el cómo y el cuándo. SER LIBRE.

Tú eliges la idea que te llena y te emociona, la que harás que te sientas feliz viviendo la vida que vives.

Coge una idea y ajústala, adáptala, perfecciónala, nada es inmejorable. Tú puedes ser quien mejore lo que se creía perfecto.

Piensa en ello.

Steve Jobs

Fundador de Apple.

Steve Jobs vendió su coche y su amigo Steve Wozniak su calculadora científica. Con ese dinero, los dos veinteañeros se metieron en el garaje de su padre y crearon el primer ordenador de Apple, el primer ordenador personal.

Ingvar Kamprad

Fundador de IKEA.

Ingvar creó su empresa a los 17 años, con el dinero que había recibido como regalo de su padre por su éxito en los estudios. Se dio cuenta de que podía comprar cerillas muy baratas al por mayor y venderlas individualmente a un precio económico, obteniendo un margen de beneficios.

Cristina Otero

Fotógrafa.

Esta joven gallega de Pontevedra se ha convertido en una referencia en el mundo de la fotografía gracias a los fascinantes autorretratos que ha ido difundiendo a través de la red.

Amancio Ortega

Fundador de Inditex.

Amancio Ortega comienza trabajando en el sector textil a los 14 años, como empleado en dos tiendas de ropa. Años después crea una compañía dedicada a la fabricación de batas que crece rápidamente, gracias a su filosofía de ser no solo vendedores, sino también fabricantes y distribuidores.

Tú

También puedes.



1. TRES OPCIONES A LA HORA DE SALIR AL MERCADO LABORAL

Bueno, dado que estás leyendo esta guía, suponemos que ya tienes una edad en la que o te toca salir al mercado laboral o estás pensando en ello para el futuro. OK, tranquilidad. No desesperes. Vamos a ver, para empezar, cuáles son las opciones que tienes ante ese paso.

Trabajar por cuenta ajena: una de las más clásicas.

Con tu formación, experiencia y predisposición, toca diseñar un Currículum Vitae, comprar unos sobres, tirar de páginas amarillas y empezar a visitar empresas en las que tu perfil encaje. Si hay suerte y te convocan a una entrevista y la superas con éxito, la persona responsable de esa empresa te contratará y recibirás, a final de mes, el sueldo acordado según las horas que inviertas y el grado de responsabilidad por el que te hayan contratado. Está claro, ¿no?

El problema es que, a una edad joven, no se cuenta con demasiada experiencia y eso implica que solo se puede aspirar a un puesto poco cualificado, rollo becario/a o así... Pero, normalmente, hay que empezar la casa por abajo, ¿no? Pues eso...

Hacerte Empleado/a Público/a.

Si te decantas por esta opción, has de permanecer atenta o atento a las oposiciones que las diferentes administraciones públicas (Ayuntamientos, Diputaciones, Gobiernos autonómicos, instituciones estatales...) convocan. Una vez seleccionada la más acorde a tu formación e intereses, toca plegar, toca planificar el estudio de esas oposiciones como si de un curro a jornada completa se tratase, toca biblioteca, toca academia y toca, también, mucha suerte el día del examen.

Además, hay que ser consciente de que, como tú, se presentan cientos, si no miles, de personas que aspiran a ese puesto para toda la vida, por lo que no solo tienes que llevarlo muy bien preparado todo, si no mejor que los y las demás. Si se saca, guay, perfecto, pero el esfuerzo es grande. Tú tienes que decidir si te compensa.

Trabajar por tu cuenta: o como Juan Palomo, yo me lo guiso y yo me lo como.

Hemos de decir que, si estás hojeando esta guía, un punto de motivación a esta tercera opción ya tienes, ¿verdad? ¿Podríamos llamarte, por tanto, emprendedora o emprendedor?, ¿que no tienes muy claro qué es eso?, ¿que va de montar una empresa, un proyecto, ser tú la jefa o el jefe? Sí, por ahí van los tiros. Y por ahí, ahondando en esta tercera vía, la de Juan Palomo, es por donde va a discurrir la práctica totalidad de esta publicación.

Entonces, ¿qué?, ¿seguimos?



¡QUIERO!

2.

¿TODAS LAS PERSONAS SOMOS EMPRENDEDORAS?

Difícil pregunta con la que iniciamos este capítulo, ¿no? A lo mejor, lo primero que debemos cuestionarnos es si sabemos lo que significa emprender. Para ello, tiremos de diccionario:

“Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño (...)”.

En definitiva, promover y poner en marcha una iniciativa, sea del tipo que sea. Desde ese punto de vista podemos decir que sí, que quien más quien menos, casi todas y todos, en algún momento de nuestra vida, hemos tratado de iniciar algo, ¿no? Vamos, que sí, que, en general, todas las personas somos emprendedoras.

Si trasladamos este concepto al ámbito empresarial, una persona emprendedora es aquella que tiene una idea de empresa y la pone en marcha, siempre, claro está, tras un proceso de reflexión y trabajo previo si quiere que la idea se convierta en una empresa viable y con futuro.

Es importante, en todo caso, quitarnos de la cabeza la imagen de la persona emprendedora asociada al éxito económico, al olfato para los grandes negocios, con ideas originales y brillantes que a nadie antes se le habían ocurrido, etc.

Tan emprendedora como ese estereotipo es la chica que, tras haber trabajado por cuenta ajena en un obrador de pan, decide montar su propia panadería, o el chico que, tras haber sido aprendiz de peluquería en un macro-salón, decide aventurarse y abrir su propio local, ¿no crees?

Bueno, esperemos que, con estas pinceladas, te hayamos ayudado a definir un poco más si tú eres una persona emprendedora o no. Seguro que sí. En todo caso, seguiremos avanzando para ir señalando otros aspectos que pueden venirte muy bien en el caso de que ya tengas una idea rondándote por la cabeza...

¿Nos acompañas?



¡QUIERO!



Steve Jobs

Fundador de Apple

Steve Jobs vendió su coche y su amigo Steve Wozniak su calculadora científica. Con ese dinero, los dos veinteañeros se metieron en el garaje de su padre y crearon el primer ordenador de Apple, el primer ordenador personal.

Lo hicieron cuando los ordenadores eran cosa de grandes empresas y universidades. Steve, simplemente, pensó que cada persona podía tener uno en su casa.

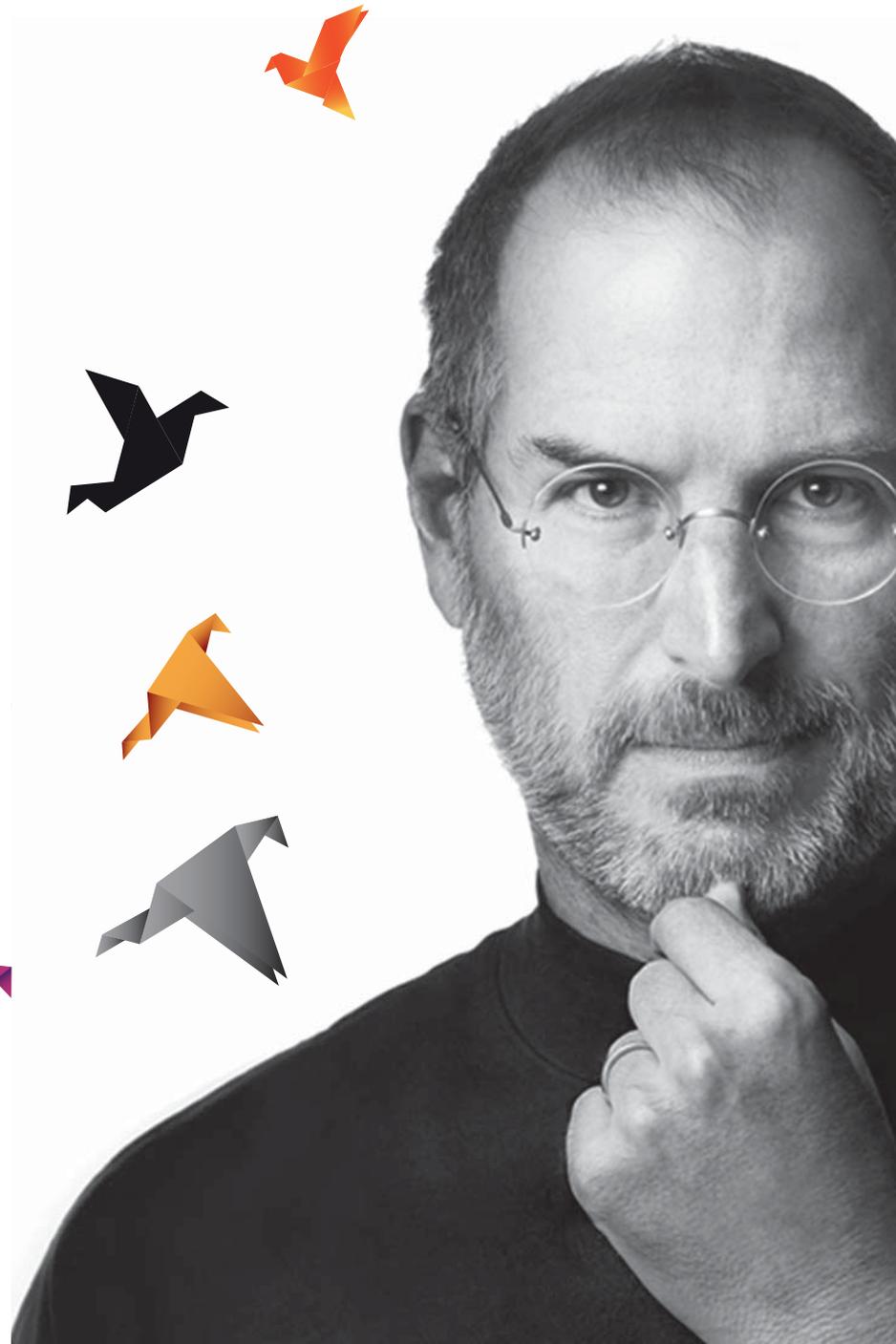
Fundó Apple en 1976 junto con su amigo de la adolescencia, Steve Wozniak, en el garaje de la casa de sus padres. Convirtió los Ordenadores en "Ordenadores Personales (PC)" y más adelante popularizó los, hasta entonces, complicados sistemas operativos, añadiéndoles gráficos. Además, Jobs también consiguió que se extendiera el uso del ratón.

Entonces tuvo otra idea que convirtió en empresa. Pensó que se podían hacer películas completamente por ordenador. Hablamos de Pixar, la empresa creadora de películas como "Toy Story", "Wall-e" o "Buscando a Nemo".

Después de su exitosa aventura en Pixar volvió a Apple, donde tuvo más ideas que todos conocemos, como el Ipod, el Iphone, el Ipad...

Steve Jobs nos dejó dicho:

"Tu tiempo es limitado, de modo que no lo malgastes viviendo la vida de alguien distinto. No quedes atrapado en el dogma, que es vivir como otros piensan que deberías vivir. No dejes que los ruidos de las opiniones de los demás acallen tu propia voz interior. Y, lo que es más importante, ten el coraje para hacer lo que te dicen tu corazón y tu intuición."



3.

10 RAZONES PARA EMPRENDER

Por si acaso en el apartado anterior te han quedado dudas, vamos a darte, a continuación, una serie de razones o factores que pueden acabar por inclinar la balanza hacia este “do it yourself”, a este hazlo por tu cuenta...

El conocimiento de un sector, la formación recibida, las necesidades de mercado... Sí, todo esto y más está muy bien pero lo que es fundamental es que se inicie este viaje desde la ilusión. Y vale, solo con ilusión no se llega lejos, es verdad. Pero, sin ella, ni siquiera merece la pena intentarlo.

Dicho lo cual, veamos diez razones para emprender:

1. **Conocimiento / Formación:** una especialización en un campo determinado, un conocimiento sobre un sector empujan a intentarlo por uno/a mismo/a.
2. **Crecimiento profesional:** inconformismo. O la ilusión de alcanzar por sí mismo/a, metas profesionales más altas.
3. **Oportunidad de trabajo:** si no encuentras nada que te parezca digno en el mercado laboral por cuenta ajena, búscate la vida.
4. **Una buena idea:** esa lamparita que, a menudo, se nos ilumina y que tienes claro que puede funcionar.
5. **Oportunidad de mercado:** sabes qué es lo que falta en tu pueblo, en tu barrio y sabes que tú lo puedes ofrecer.
6. **Independencia profesional:** tú quieres ser tu propio/a jefe/a.
7. **Autonomía personal:** no quieres depender del trabajo de otras personas.
8. **Cuestión de carácter:** vamos, que no te ves toda la vida como una persona asalariada.
9. **Tradicón o cultura familiar o educativa:** cuando desde siempre has visto que lo mejor es hacerlo por tu cuenta, es difícil no seguir ese camino.
10. **Hobby / Afición:** cuando tu pasión por algo es tan grande que no puedes más que dedicarte a ello profesionalmente.



¡QUIERO!

4. EMPRENDER Y FRACASAR

Vale, reconozcamos que, hasta el momento, estamos poniendo muy bonito lo de emprender y tal, pero hemos de admitir que emprendiendo se puede fracasar. Sí, es así, para qué negarlo. Pero, ¿acaso no tenemos derecho a equivocarnos?, ¿acaso no vamos aprendiendo siempre de nuestros errores?

De hecho, hemos de decirte que cada vez son más los expertos y expertas en emprendizaje que creen y valoran a las personas que no han tenido éxito en sus proyectos empresariales y han aprendido de sus fallos y consideran además que, si han errado, es porque han arriesgado.

Lo que no se puede es tachar de personas fracasadas a quienes no consiguieron llevar a buen puerto su proyecto, del mismo modo que tampoco hay que considerar como héroes o heroínas a quienes sí consiguen triunfar con su idea.

Al final, lo que está claro que hay que hacer es pararse a pensar, dejar que la idea madure, formarse, diseñar bien nuestro plan de negocio y, en definitiva, adquirir las capacidades necesarias para saber si la empresa puede ir bien o para saber si hay que abandonar antes de empezar.

Y a partir de esta máxima es por donde vamos a continuar en esta guía; vamos a dar unas pautas con las que tratar de garantizar que nuestra aventura empresarial tenga un final feliz, así que adelante, vamos con las “Tres Is”.





¡QUIERO!



5. LAS “TRES Is” PARA CREAR TU EMPRESA

Ha llegado el momento de preguntarnos “**Qué se necesita para crear una empresa**”. Es fundamental que tú, amiga emprendedora, que tú, amigo emprendedor te la hagas o, mejor aún, que te la hagas y la respondas.

En este sentido, te vamos a dar una herramienta basada en la misma letra inicial de tres claves para contestarla, tres factores que empiezan por la misma vocal y que será necesario que se conjuguen para llevar adelante nuestro proyecto empresarial. La mencionada letra es la I y, por tanto, lo que te vamos a presentar son las “**Tres Is**”.

La I de **Idea**, la I de **Información** y la I de **Inversión**. Desarrollando estas “Tres Is” ya tendremos buena parte del recorrido realizado.

La **Idea**, la bombillita que se nos enciende en la cabeza. La bombilla que se nos enciende y cuya luz se genera de una observación de lo que nos rodea, de estar al tanto de las necesidades que vemos a nuestro alrededor o de estar atenta o atento a otras ideas que a otras personas se les ha ocurrido en otro lugar y con las que han alcanzado el éxito.

La **Información**, necesaria siempre en nuestra vida. Información que necesitarás sobre la posible clientela a la que atender, sobre la competencia potencial o existente y sobre el mercado en el que vas a instalar tu negocio.

La **Inversión**. Hablamos de pasta, colega. Tendremos que tratar de ver cuáles son las vías de financiación necesarias para poder llevar a cabo nuestra idea; hemos de averiguar cuánto dinero necesitaremos para lanzarnos al ruedo.

Las “Tres Is”. Estas son. Tan importantes como para que nos extendamos un poco más en cada una de ellas, ¿no crees? Pero antes, si nos lo permites, queremos hacer mención a una “I” más, aunque nos fastidie el bonito título... Esa cuarta no es otra que la I de la Ilusión. Como ya te hemos dicho en el apartado de las 10 razones para emprender, sin esta I no podemos hacer nada. Sin esta I las otras tres no sirven de nada y, lógicamente, con ella sola tampoco vamos a llegar muy lejos. Vamos, que se necesitan entre sí.

La Ilusión, eso sí, no se puede medir ni cuantificar. Es un concepto propio de cada persona emprendedora y muy necesario. Pero, como creemos que de las otras “Tres Is” sí podemos aportar algo, te aconsejamos que sigas acompañándonos. Venga, que ya no falta mucho...



OD.
SCENE TAKE
DIRECTOR
CAMERAMAN
PROD. CO. DATE

¡QUIERO!



Ingvar Kamprad

Fundador de IKEA

Ingvar Kamprad creó su empresa a los 17 años, con el dinero que había recibido como regalo de su padre por su éxito en los estudios. Comenzó vendiendo pequeños artículos como cajas de cerillas a domicilio, a bordo de su bicicleta. Se dio cuenta de que podía comprar cerillas muy baratas al por mayor y venderlas individualmente a un precio económico, obteniendo un margen de beneficios.

Poco a poco, fue ampliando su negocio, vendiendo otros productos locales, para mantener los precios bajos y que podían ser del interés de los granjeros que vivían en su zona: pescado, objetos decorativos para árboles de Navidad, semillas, carteras, lápices o bolígrafos. De esta manera, en 1953 abrió la primera tienda dedicada exclusivamente a los muebles, después de abandonar el resto de productos.

Su éxito fue tan notable que el gremio de vendedores de muebles de Suecia comenzó a presionar a los fabricantes para que dejaran de suministrar productos a IKEA, llegando a excluirla de las ferias más importantes del sector, lo que provocó que Ingvar Kamprad tomara unas decisiones que definieron qué es hoy IKEA: diseñar y fabricar sus propios muebles y salir al exterior, tanto para comprar materias primas, como para inaugurar nuevos puntos de venta fuera de Suecia.

Su carácter ahorrador (tiene un coche antiguo, vuela en compañías de bajo coste o se aloja en hoteles baratos) y esa reacción a las dificultades que otros le pusieron, fueron clave para lograr conformar una de las empresas más exitosas del mundo.

Algunas citas de Ingvar Kamprad:

“Solo mientras se duerme es cuando no se cometen errores”.

“La felicidad no está en alcanzar tu objetivo. La felicidad se encuentra en el camino hacia el objetivo. La palabra imposible ha sido borrada de nuestro diccionario”.



6. IDEA



Ay, cuántas veces habremos expresado la frase de “¡Tengo una Idea”! Pero, ¿te has parado a pensar cómo ha surgido?, ¿de dónde ha venido?, ¿has llegado a adivinar, al fin, su procedencia?

Cara a buscar Ideas para iniciar un proyecto empresarial, es bueno tratar de saber cuáles son los caladeros donde pescar las mejores. Es fundamental conocer de dónde proceden para que, con la motivación por emprender, respondamos a las necesidades del mercado.

Veamos, por tanto, alguna mina en la que poder adentrarte en busca de la Idea perdida:

- **Detectar una necesidad:** ¿qué bien o servicio puedo aportar en el campo en el que quiero desarrollar mi negocio? Si encuentras la necesidad, tienes una idea.
- **Detectar una carencia:** ¿qué falta en mi zona?, ¿qué no hay en mi ámbito? Sí, se parece a la anterior pero hablamos de algo que, posiblemente, el cliente desconozca y nosotras y nosotros podemos ofrecerle. Detéctala y ahí tienes otra idea.
- **Detectar una deficiencia:** ves algo mal, sabes arreglarlo y lo haces. Viendo esa jugada, tienes una idea.
- **Disfrutar de las aficiones:** qué mejor idea que dedicar nuestro tiempo de trabajo a nuestro hobby favorito. ¡Anda, si ya hemos dicho “qué mejor idea”!
- **Nuevas aplicaciones de viejos productos.** El renovarse o morir más vigente que nunca. Si eres capaz de darle una vuelta a productos o negocios tradicionales y reconvertirlos en algo novedoso, habrás dado con una gran idea.
- **Cambios en la sociedad.** Al paso que va esto, no podemos permitirnos no estar atentas o atentos. A nuevos cambios, nuevas necesidades. Detéctalas y darás en el clavo.
- **Combinación de ideas de distintos promotores.** Si tú le aportas algo de tu idea a otra persona con otra idea y viceversa, el resultado puede ser fantástico.

Bueno, pongamos, con todo que, una vez visitados estos almacenes de ideas, has dado con una que mola y que, además, te ves capacitada o capacitado para llevarla a cabo. Aún así, creemos que es bueno que la evalúes antes de lanzarte. Y es que, por ejemplo, puede que la idea que pretendes desarrollar ya esté en el mercado y, por tanto, debes mejorarla para que el producto que ofrezcas se diferencie del de la competencia... Es por ello que, a continuación, te vamos a ofrecer algunas pautas para que sepas valorar tu idea.





¡QUIERO!

7.

VALORAR LAS IDEAS



Lo dicho: toca saber si la idea que has encontrado tiene posibilidades de éxito y tienes que tratar de verlo desde diferentes puntos de vista. Para ello, hay que analizar los Factores de Éxito y Fracaso de las nuevas empresas.

factores de éxito:

Claridad de Objetivos. ¿Tienes claro qué es lo que quieres conseguir con tu idea y cómo hacerlo? ¿serías capaz de definirlo por escrito? Hazlo.

Conocimiento del Negocio. “Zapatero a tus zapatos”. Sí, puede que hayas encontrado una idea brillante pero si da la casualidad de que dicha idea no se enmarca dentro de un campo que controles o conozcas a lo mejor resulta que ya no es tan brillante.

Diferenciación del producto o servicio. ¿Vas a ofrecer lo mismo que tu competencia?, ¿crees que tu clientela verá que tu producto, que tu servicio, que tu marca... realmente se diferencia de lo del resto?, ¿sí? Entonces, has vuelto a dar en el centro de la diana.

Orientación al mercado. “Áma al cliente, no al producto”. Vamos, que para crear u ofrecer algo que solo te gusta a ti, mejor no sigas. Tienes que satisfacer al mercado y hacer cosas que puedas vender y no intentar vender lo que haces. Se pillá, ¿no?

Planificación. Aquí no hay hueco para la improvisación, amiga, no es posible avanzar sin tenerlo todo bien planificado, amigo. ¿Sabes qué hacer con tu idea en cada momento?

factores de fracaso:

Desconocimiento del mercado: es necesario conocer en profundidad el mercado en que nos queremos introducir.

Producto o servicio inadecuado: lo que queremos comercializar se adapta a las necesidades que hemos detectado en nuestra potencial clientela.

Errores de comercialización: de nada sirve que tengamos un gran servicio o producto si no lo sabemos comercializar, o sea, vender.

Desconocimiento de los fundamentos de la gestión de un negocio: si no hay planificación y los errores de gestión son abundantes o no se saben resolver, por muy buena que fuera la idea, está abocada al fracaso.





¡QUIERO!



Cristina Otero

Fotógrafa

Esta gallega de Pontevedra, se ha convertido en una referencia en el mundo de la fotografía gracias a los fascinantes autorretratos que ha ido difundiendo a través de la red. Descubre que le apasiona esta disciplina con 13 años a través de un programa de la televisión que le recomienda una amiga y, desde entonces, no se despega de la cámara.

Cristina, pese a su juventud, ya ha conseguido exponer su obra lejos de su Pontevedra natal, como por ejemplo en la Kir Royal Gallery de Valencia. No obstante, sus mayores aliados para difundir sus creaciones han sido las Redes Sociales, como DevianART o Facebook, canales a través de los cuales ha logrado exponer en Valencia y en otros lugares lejanos a su casa.

Todo esto no la descentra y, además de su pasión y su trabajo fotográfico, al que, en vista de su éxito, tiene claro que quiere dedicarse, sigue estudiando y haciendo la vida normal de cualquier otra adolescente.

Además de su capacidad artística, Cristina es una chica con las ideas muy claras, como se desprende de estas citas que recogemos:

“Mis padres siempre me recuerdan que si un día todo esto se convierte en un agobio y dejo de disfrutar fotografiando que lo deje sin pensarlo. Que no sufra por algo que debería gustarme”.

“La fotografía es un mundo complicado en donde hay mucha competencia, pero aun así lucharé por lo que creo y por lo que me gusta. Espero seguir amándola y, mientras esto ocurra, jamás dejaré de disparar”.





8. INFORMACIÓN

La Información es un arma, es un bien muy necesario en casi todos los ámbitos de la vida y, obviamente, en el del emprendizaje no iba a ser menos. Sí, como ya se ha dicho, puedes tener mucha ilusión en tu proyecto pero piensa que esa ilusión será, como mínimo, como la de tu competencia. Toca distinguirse, amiga/o, toca obtener información y, si puede ser, la mejor y más práctica respecto a conceptos como **Clientes**, **Mercado** y **Competencia**.

Has de conocer a qué tipo de público ofertarás tu producto o servicio (saber sus gustos, a qué entorno socioeconómico te diriges, en qué contexto cultural se ubican... vamos, en definitiva, saber sus intereses y si estarán dispuestos a pagar por ellos)

Tener una imagen nítida del mercado en el que te quieres ubicar también es fundamental. Conocer las características generales del sector, su dimensión o tamaño y la tendencia en la que se mueve. Además, has de tener claro en qué franja de ese mercado te vas a mover tú y tu empresa; esta no se puede dirigir de forma global a todo él (ya sabes, "quien mucho abarca..."), porque no conseguiría satisfacer las necesidades de ningún grupo (grupo por edad, por sexo, por capacidad de gasto, etc.)

Y la competencia. Aunque no la veas ahora, en el momento en que estás diseñando tu proyecto, sí, la tienes. Por eso es necesario que la investigues en profundidad para saber qué hacen bien y qué no hacen tan bien, etc. Este conocimiento te permitirá tener una idea más completa del mercado.

Bueno, bien, muy bonito, ¿no? Tenemos claro, más o menos, qué es sobre lo que debemos investigar. Vale. Pero, ¿cómo se obtiene toda esta información? Cierto, toca ponerse en el rol de detective o de periodista y presentar algunos métodos a través de los cuales llevar a cabo una buena investigación comercial.



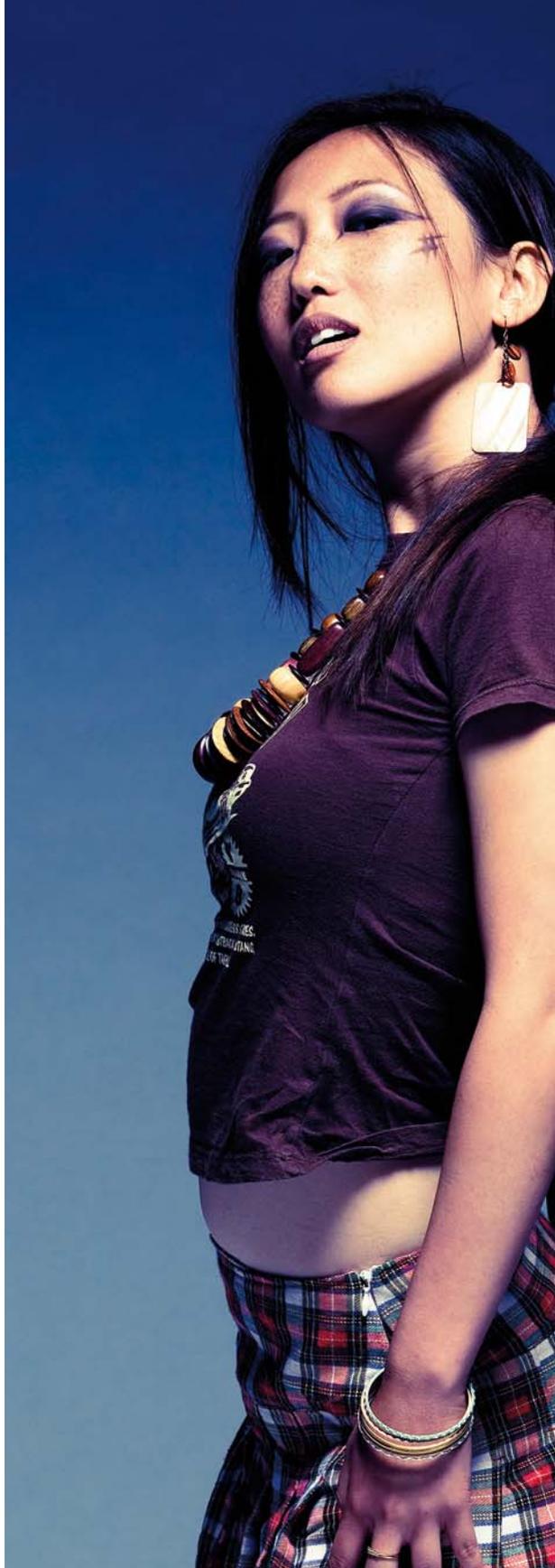
Te proponemos dos vías: la de **Recopilar Información ya Existente** y la de **Generar y Buscar Nueva Información**.

En el **primer caso**, pues eso, toca bucear en documentación de todo tipo:

- . revistas especializadas
- . prensa económica
- . fuentes estadísticas a través de Internet (Eustat, INE)
- . páginas Web sobre legislación
- . Webs institucionales
(como por ejemplo, la nuestra, Inguralde.com), etc.

Si optas por la **segunda vía** propuesta, has de saber que puedes obtener información más rica que la anterior, fundamentalmente, porque va a ser de primera mano, pero, al mismo tiempo, has de saber que su obtención es mucho más costosa. Nos referimos, fundamentalmente, a la **realización de encuestas sobre la muestra de población que estimamos más nos puede interesar**. Y los tipos de encuestas son muy variadas: postales, telefónicas, presenciales, online...

En fin, como ves, son muchas las herramientas para obtener información. En todo caso, lo que queda claro es la importancia de esta. Por ello, sea de una forma u otra, el consejo fundamental es que seas curiosa o curioso, que hables con la gente, que preguntes, que estés al loro de lo que se cuece a tu alrededor, que viajes, que participes en congresos, en seminarios... En definitiva, lo que te venimos diciendo: que te lo curres.



9. INVERSIÓN

Pues señoras, señores... Ha llegado el momento de hablar del siempre delicado tema de la "pasta". Parecía que no iba a llegar, pero ya está aquí. Toca la I de Inversión. Es el turno de hacer cuentas y de que nos rompamos un poco la cabeza. Pero no preocuparse, no es tan grave como parece: las cosas, en el fondo, no son tan difíciles.

De lo que se trata es de que hay que **cuantificar económicamente** tu proyecto empresarial. Hay que tirar de calculadora y ver si lo que se va a invertir es factible, hacer una estimación de ingresos, etc. En definitiva, hay que analizar la **viabilidad económica-financiera** del mismo.

¿que cómo se hace eso?

Pues estudiando los diferentes documentos económicos que componen el **Plan Económico-Financiero** de un negocio (del que más tarde hablaremos)

Aquí incluiremos - para que te vaya sonando - el **Plan de Inversiones** (o sea, la pasta que necesitas para arrancar tu empresa); las **fuentes de financiación** a las que podrás acudir (propias o ajenas); la **cuenta de pérdidas y ganancias**; el **presupuesto de tesorería**; las herramientas habituales para la **gestión de cobros y pagos**; y, para acabar, la **evaluación económico-financiera** del proyecto, a través de la que conoceremos nuestro **umbral de rentabilidad** o, dicho de otra manera, saber en qué momento dejamos de palmar pasta y empezamos a obtener beneficios... El punto que mola y al que queremos llegar, ¿no?

¿Ves como no es para tanto? Lo dicho: no preocuparse. Volveremos sobre esto. Pero, llegados aquí, hay que prestar atención al diseño y elaboración de un concepto que ya hemos mencionado en páginas anteriores; un instrumento fundamental y necesario que, sí o sí, tendrás que hacer: **el Plan de Negocio**.

¡¡Vamos allá!!



¡QUIERO!

10.

PLAN DE NEGOCIO



“Un Plan de Negocio (o Plan de Empresa o Plan de Viabilidad) es la herramienta que te ayudará a convertir tu idea en empresa”

Vale. Arrancamos con lo del Plan de Negocio. Ya hemos dicho que es absolutamente necesario. Viene a ser, por poner un símil que seguro conocerás muy bien, como el examen final de curso, la prueba definitiva en la que se evaluará si tu proyecto empresarial es factible o no.

pero, ¿qué es un plan de negocio? buena pregunta...

Un Plan de Negocio (o Plan de Empresa o Plan de Viabilidad) es la herramienta que te ayudará a convertir tu idea en empresa. Este documento es el paso intermedio entre la idea y la empresa y te dirá si es viable o no el negocio que pretendes crear.

Vale, OK.

“El Plan de Negocio te dirá si tu idea es viable o no”

Pero, ¿para qué sirve un Plan de Negocio?

Sirve, fundamentalmente, para que reflexiones sobre todos los aspectos imprescindibles a la hora de crear una empresa y decidas si la creas o no. De esta forma incrementas las posibilidades de éxito porque todo estará mejor estudiado.

Si te resulta difícil la labor de llevar a cabo este Plan de Negocio, te recomendamos que te pongas en contacto con tu Ayuntamiento o con las Agencias de Desarrollo Local (por ejemplo, aquí, en Barakaldo, con Inguralde) para que las personas que trabajan en ellos te asesoren sobre los pasos a seguir en su elaboración. Asimismo, tampoco es mala opción que tú acudas donde algún conocido o conocida que haya creado su propia empresa para que, además de aportarte conocimientos, también te aporte experiencia personal.

Permítenos que insistamos en este punto del Plan de Negocio, pero es que son muy comunes los casos de gente que dice tener muy clara su idea de negocio en la cabeza y, al no analizarla, al no realizar este documento, se encuentra primero con que no lo tenía tan claro y segundo con que la idea, finalmente, no era viable. Piensa, volviendo al símil del principio, que, si hemos dicho que esto es como un examen final, te va a resultar francamente difícil convencer a la profesora o al profesor de que te apruebe simplemente porque “lo tienes todo en la cabeza”.

Bueno, pues como creemos que ya te hemos dado bastante la “txapa” teórica respecto al Plan de Negocio, lo que ahora toca es mostrarte cómo se hace o en qué se basa este instrumento. Para empezar, diremos que el Plan de Negocio se forma a través de la suma de otros dos planes: el **Plan de Marketing** y el **Plan Económico-Financiero**. ¿Vamos a ver cada uno de ellos en profundidad?, ¿sí? Pues nada, sigamos...



Amancio Ortega

Fundador de Inditex.

Fundador de Inditex y, por tanto, de la conocida marca Zara, Amancio Ortega comienza trabajando en el sector textil a los 14 años, como empleado en dos tiendas de ropa.

Años después crea una compañía dedicada a la fabricación de batas, GOASAM, que crece rápidamente, gracias a su filosofía de ser no solo vendedores, sino también fabricantes y distribuidores.

En 1975 se abre la primera tienda de Zara en una céntrica calle de La Coruña, en la que vendería ropa para hombre, mujer y niño. En 1976 GOASAM se convierte en propietaria de Zara y sus establecimientos comienzan a abrirse por todo el estado. Solo 10 años después se crea el grupo Inditex y en 1988 comienza su expansión internacional en la ciudad portuguesa de Oporto, creciendo en los 90 por Europa, América, Asia, Oriente Medio y norte de África.

Otra de las claves del éxito de Ortega en los negocios ha sido la de diversificar su iniciativa empresarial hacia otros sectores industriales como el inmobiliario, el financiero, los concesionarios de automóviles o la gestión de fondos de inversión.

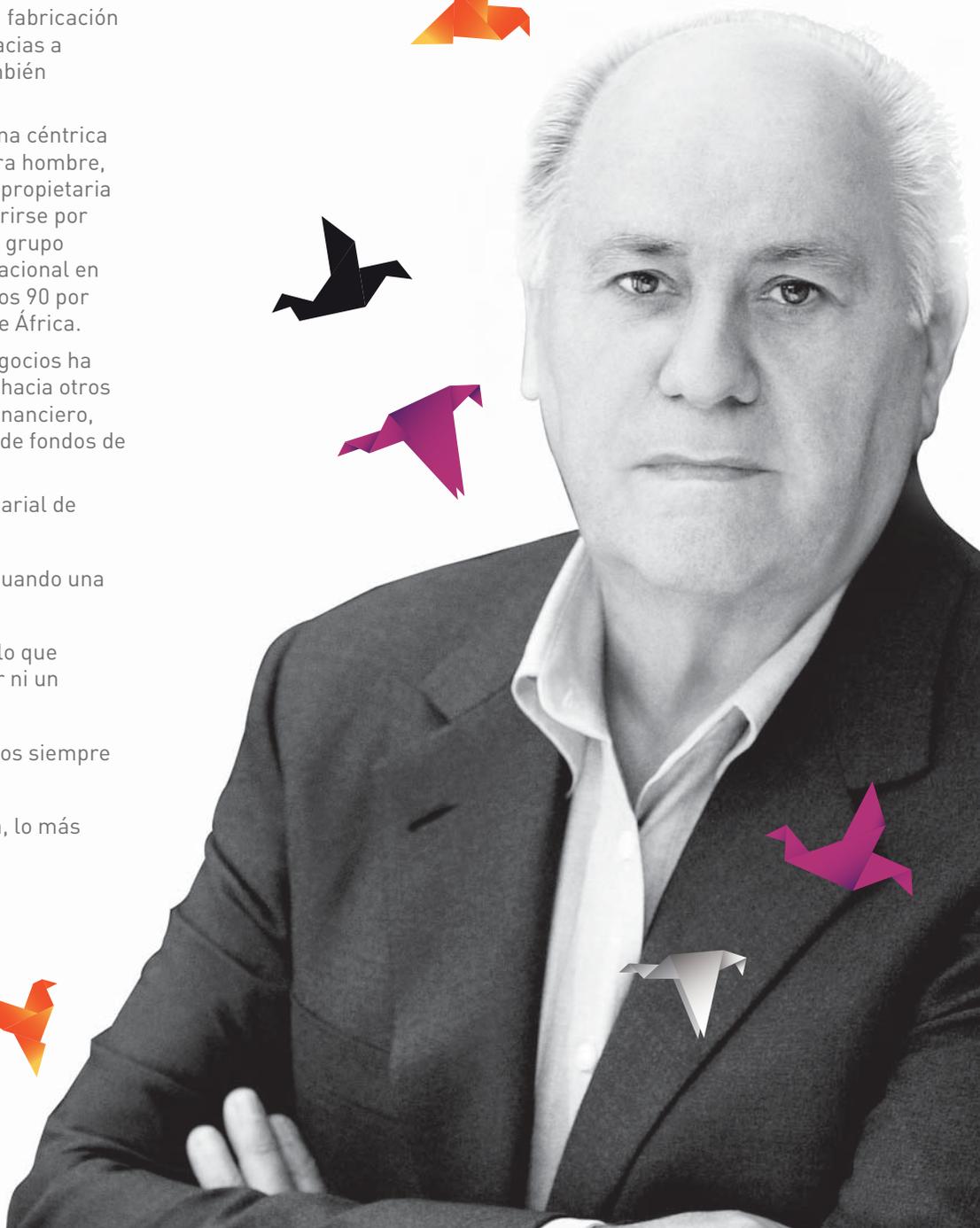
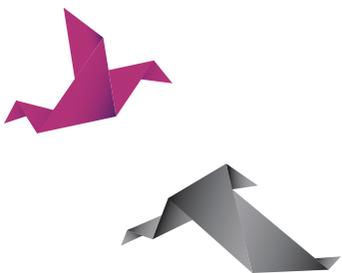
Algunas frases que definen el carácter empresarial de Amancio Ortega:

“La gente tiene que tener el apoyo necesario. Cuando una idea está aprobada, todos creemos en ello”

“La persona que es responsable, lo es de todo lo que engloba. Nosotros no queremos ni un pensador ni un implementador”

“Nunca estamos satisfechos, nosotros queremos siempre mejorar”

“Lo que vale hoy no tiene por qué valer mañana, lo más probable sea que no sirva para nada”.



11.

CREANDO EL PLAN DE NEGOCIO (I)

plan de marketing

Quédate con esto: Tu Idea tiene que ser Comercialmente Viable. Vendible. Comprable. Atractiva. Como quieras. Pero esta máxima es la que tiene que acabar reflejada o demostrada en el Plan de Marketing y, por tanto, en el Plan de Negocio. Para poder conseguir que se cumpla hay que seguir tres pasos que, a la postre, son los que definen el Plan de Marketing:

1. **DAFO:** un acrónimo, ya sabes, en plan "Código da Vinci", o sea, que cada una de las letras que componen esto tienen un significado. En este caso, **Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades**.

Fundamental que analices estas cuatro cositas que forman el DAFO. Ver cuáles son las Debilidades y las Amenazas sin que te asustes (todas las organizaciones - y casi, casi también todas las personas - tienen de esto) de tu proyecto, y comprobar cuáles son las Fortalezas y Oportunidades de las que tu idea de negocio ya se ha impregnado. Todo ello haciendo un análisis interno y otro externo de la empresa, ¿OK?

2. **Estrategia:** por más que hayas tenido una magnífica idea empresarial, por más que te esfuerces en realizar una gran investigación comercial (recopilar información) y por mucho que conozcas las debilidades y fortalezas, cuando estés en la calle, cuando llegue el momento de poner en marcha el negocio, te tocará competir con gente como tú y es entonces cuando una buena estrategia empresarial puede diferenciarte de tu competencia.

Esta estrategia debes definirla a partir del análisis que extraigas del DAFO y de los objetivos que te hayas planteado. En todo caso, la concretarás en base a tres conceptos: Liderazgo en Costes (conseguir producir más barato que las empresas competidoras), Diferenciación (si dotas a tu producto o servicio de algo que el mercado perciba como único) y Especialización (en esta estrategia la empresa se especializa en una parte del sector de actividad)

3. **Marketing Mix:** pues lo que decíamos al principio de este capítulo dedicado al plan de negocio: que sí, que puedes tener el mejor producto del mundo pero que si no sabes venderlo, como si nada.

Y para eso, para que sepas hacerlo, nada mejor que un poco de Marketing Mix. Para entendernos, una vez que ya tienes definida la estrategia (que nace a su vez tras el análisis DAFO), tienes que poner en marcha acciones de marketing que te permitan llevarla a cabo. Y tienes que definirlas en cuanto a **Producto o Servicio, Precio, Distribución y Comunicación**.



THE SOUND OF BE REMIX Disc 11

¡QUIERO!

12.

CREANDO EL PLAN DE NEGOCIO (II)

plan económico-financiero

Quédate con esto: **Tu Idea tiene que ser Económicamente Viable**. Del mismo modo que en el punto anterior insistimos en la necesidad de que lo que generes se pueda vender o pueda ser atractivo para tu público, ahora no nos queda otra que volver a hacer hincapié en el hecho de que, a nivel de "pasta", tu proyecto ha de funcionar.

Y sí, hemos dicho volver a insistir. Y es que hemos de volver a referirnos a conceptos ya tratados en el episodio sobre la I de Inversión, o sea, cosas como **Plan de Inversiones** (¿cuánto dinero necesito para empezar?); la **financiación** (propia o ajena); la **cuenta de pérdidas y ganancias**; el **presupuesto de tesorería**; la gestión de cobros y pagos; el **umbral de rentabilidad**...

¿A que ya te va sonando todo, eh?

Aplicando y usando todas estas herramientas, has de llegar a la conclusión marcada al principio de este capítulo. De este modo, si respondes afirmativamente a esa máxima y también a la que preside el episodio anterior, el del Plan de Marketing, es decir, si compruebas que tu idea es económica y comercialmente viable, se puede decir que tienes listo el **Plan de Negocio** y, de esta forma, solo te queda presentarlo.

Sí nos gustaría recomendarte que, una vez tengas completado el Plan de Negocio, hagas un extracto (resumen ejecutivo) que contenga los aspectos principales por si en algún caso te piden una versión reducida del Plan. Y recuerda siempre que tienes que ser objetiva/o y no plasmar tus deseos.

Asimismo, no olvides que, si necesitas ayuda en la elaboración de tu Plan de Negocio, en Inguralde y en instituciones como la nuestra estaremos encantados y encantadas de echarte un cable, ¿OK?



¡QUIERO!

13.

ALGUNAS PISTAS PARA QUE VAYAS INFORMÁN- DOTE Y FORMÁNDOTE

Bueno, ya que has llegado hasta aquí (¡Felicidades!), igual te ha picado el gusanillo de tal forma, que, a lo mejor, te apetece profundizar algo más en algunos de los temas que hemos ido tocando a lo largo de esta guía. Si es así, te dejamos a continuación algunas pistas al respecto:

revistas especializadas:

- . Expansión Internacional
- . Emprendedores
- . Ranking
- . Empresas.com
- . www.actualidad-economica.com

prensa especializada:

- . Expansión (www.expansion.com)
- . Cinco Días (www.cincodias.com)
- . Financial Times

estadísticas

- . www.aui.es
(datos y estadísticas sobre uso de Internet en España y el mundo)
- . www.aetic.es (estadísticas sobre las TIC)
- . www.eustat.es (estadísticas en el ámbito de Euskadi)
- . www.ine.es (estadísticas en el ámbito estatal)

páginas institucionales

- . www.inguralde.com
- . www.euskadi.net
- . www.ej-gv.net (Gobierno vasco)
- . www.bizkaia.net
- . www.sepe.es

- . www.bilbao.net
- . www.barakaldo.org
- . www.lanbide.net
- . www.bde.es (información sobre legislación española, economía europea...)
- . www.europa.eu.
- . www.camaras.org
- . www.camerdata.es (portal de las Cámaras de Comercio Españolas)

legislación

- . www.boe.es

franquicias

- . www.bya.es
- . www.franquiciadores.com
- . www.tormo.com

otras

- . www.emprendedores.es
- . www.webpractica.com
- . www.aedemo.es

direcciones de instituciones:

- . Gobierno vasco: Gran Vía, 85. Tfno.: 94 403 10 00. 48011 - Bilbao.
- . Diputación Foral de Bizkaia: Gran Vía, 25. Tfno.: 94 406 80 00. 48009 - Bilbao.
- . Cámara de Comercio de Bilbao: Alameda Recalde, 50. Tfno.: 94 470 65 00. 48008 Bilbao.
- . CEBEK (Confederación de Empresarios de Bizkaia) Gran Vía, 50, 5ª planta. Tfno.: 94 400 28 00. 48011 - Bilbao.
- . SPRI (Sociedad para la Reconversión Industrial) Alameda Urquijo, 36, 4ª pta. - Edificio Plaza Bizkaia. Tfno.: 94 403 70 00. 48011 - Bilbao.

Falla. Y falla mejor.

Porque fallar enseña.

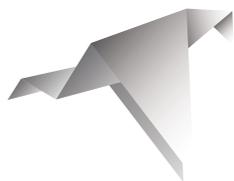
Porque los más grandes fallaron muchas veces.

Porque intentarlo de nuevo fue lo que les hizo mejorar su gran idea.

**FALLA
PORQUE FALLAR
PUEDE SER LO
MEJOR QUE TE
HAYA PASADO.**

QUIERO
HACERLO
¡Y VOY A
HACERLO!





NO TENGAS MIEDO A FALLAR. TEN MIEDO A NO INTENTARLO.

Seguro que muchas de vosotras, que muchos de vosotros, sabéis andar en bici. Seguro que aprendisteis cuando erais pequeñas, cuando erais pequeños. A lo mejor no lo recordáis bien, pero, ¿apostamos algo a que, durante aquel aprendizaje, en más de una y en más de dos veces os fuisteis al suelo? Vamos, que os caísteis... ¿a que sí? Y luego os levantasteis y seguisteis intentándolo hasta que, por fin, manejabais la bicicleta perfectamente, ¿verdad?

Sirva este ejemplo para recordaros que todas las personas tenemos el derecho humano a equivocarnos; a errar; a fallar. Todo el mundo lo ha hecho, incluidos todos esos personajes de éxito. Steve Jobs, por ejemplo. ¿Sabías que el fundador de Apple perdió una oportunidad de negocio increíble al no adquirir el prometedor servicio de publicidad móvil AdMob?





Sí, dejó de ganar una pasta, pero, ¿acaso éso le hizo detenerse y dejar de emprender? No.

Más ejemplos. Bill Gates. Seguro que todas y todos conocéis al fundador de Microsoft, ¿no?

Bien, pues, ¿sabíais que no cayó en la cuenta de la necesidad de tener publicidad en Internet?

Eso originó que su compañía no desarrollara su motor de búsqueda y, de esta forma, Google se hizo con el monopolio de esa función en la red. A pesar de este error, ¿dejó Microsoft de crecer? No.

Lo que sí es seguro es que tanto Jobs como Gates aprendieron de sus errores. Y es que precisamente así es como se aprende. Ensayo-error. Ensayo-error. Error.

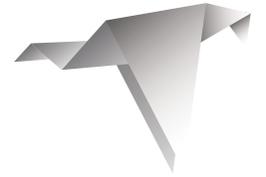
“Inténtalo. Vuelve a Fallar. Falla mejor”.

Esta cita es de Samuel Beckett y viene a decir que sí, que fallarás y saldrás fortalecido. Pero nunca olvides que no importa cómo te caes, sino cómo te levantas.

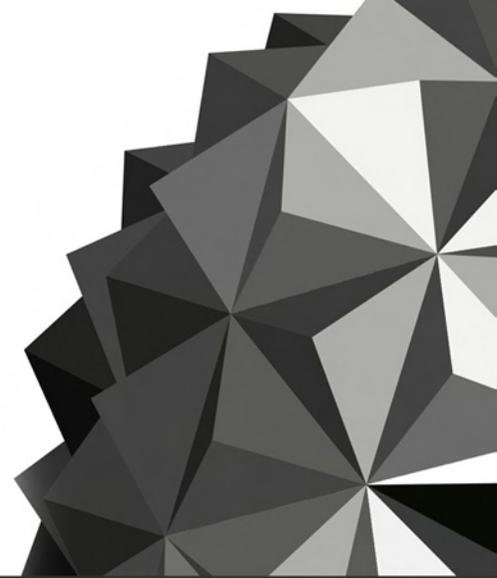
Y vale, sabemos que el miedo al fallo en el ámbito del emprendizaje, de los negocios, el miedo al error empresarial no es solo por el riesgo económico que dicho error pudiese originar, si no también a las consecuencias sociales que puede tener.

Sabemos que mucha gente puede echarlo en cara y demás, pero tampoco es tanta. De hecho, cada vez es más frecuente encontrarnos a gente emprendedora que se jacta, se enorgullece de haberlo intentado; personas que, seguramente, se habrían quedado más tristes si no hubieran hecho nada. Es más, ¿sabías que en algunos países muchas y muchos emprendedores añaden en su currículum los proyectos empresariales iniciados, sean exitosos o no? Pues que lo sepas, y es que cada vez son más los expertos en emprendizaje que valoran positivamente ésto, precisamente por el aprendizaje obtenido de dicha experiencia.

Con todo, seguiremos insistiendo: No tengas Miedo a Fallar, Ten Miedo a No Intentarlo. Y, por supuesto, si quieres intentarlo, hazlo. Y seamos positivos y positivas siempre. ¿Sabes que dijo Thomas Edison, el archiconocido inventor de la bombilla justo cuando dio con el modelo definitivo y después de haberlo intentado 1.000 veces? “No fracasé, solo descubrí 999 maneras de cómo no hacer una bombilla”. Pues eso.







Vivir Haciendo *Lo Que Me Gusta*

GUÍA PARA CREAR TU EMPRESA Y LANZAR TU IDEA
LA GUÍA QUE TE EXPLICA CÓMO VIVIR HACIENDO LO QUE TE GUSTA

KIT

PARA LANZAR TU **IDEA**

