

Decálogo para crear una empresa

Autor Ezequiel

Por Economía y Negocios On Line- Trabajando.com

Decálogo para crear una empresa

1. ¿Qué es lo que se quiere hacer?

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

Que se nos ocurra una nueva idea de negocio, original, que no exista en el mercado, que nos llevará a abrir nuevos mercados, nuevas necesidades, etc.

Desarrollando un producto o servicio que ya existe, pero dándole un aire nuevo, otra forma de poder captar las necesidades por las 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?

Definir cuáles son los integrantes del proyecto.

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 o no le interesa el 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 tiene una idea pero carece de recursos para poder llevarla a cabo. Este déficit no tiene por qué ser únicamente monetario, también puede 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. ¿Quién va a formar parte del proyecto?

Es el momento de la planificación. En esta instancia, el emprendedor debe tomar conciencia del sacrificio que va a suponer poner en marcha un proyecto, y por eso, tiene que reflexionar de manera importante cómo va a desarrollarlo.

El plan de empresa es la herramienta fundamental para el cómo se desarrollará, en él se tendrá que describir qué estrategias vamos a seguir para llevar a nuestra empresa hacia los objetivos que nos hayamos fijado. En este aspecto, 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.

Se debe 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 considerar 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.

5. ¿Cuándo vamos a comenzar a trabajar?

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.

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:

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

También es interesante 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.

También es importante tener una red de contactos, sobre todo en la sociedad actual. Ésta 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: 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.

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 desarrollarlo, 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 bajo cuáles nos podemos resguardar para decidir entre una u otra.

Gracias a ello, podemos optar por alcanzar 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 cuáles 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.

Por esto, 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 el negocio y qué resultado vamos a obtener?

Saber cuánto nos va a costar desarrollar el proyecto, para poder ver si necesitamos ayudas para la financiación del proyecto, o si podemos con nuestros propios recursos empezar el emprendimiento.

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 se va a dar pero que habrá que estimar indefectiblemente.