



¿Cómo hacer una propuesta de emprendimiento?

¡Bien! Llegamos a punto clave de este material y es hora de que conozcas —paso a paso— cómo hacer una propuesta de emprendimiento exitosa, coherente y atractiva que impulse tu proyecto a lo más alto.

A continuación, te mostraremos las etapas que debes transcurrir desde la fase más primitiva de un emprendimiento: la idea de negocio.

1. Aclara tu idea

Una idea de negocio es un diamante en bruto que aún necesita muchas cosas por pulir: por esta razón, antes de trasladar tu idea a una planificación o propuesta concreta, analízala muy bien.

Ten claro en qué mercado operará, cómo será su público objetivo y otras características, ya que así obtendrás una especie de bosquejo con el que puedes empezar a trabajar hasta lograr la materialización del proyecto.

2. Contrasta tu idea

Una vez que tengas una idea clara y concreta de cómo será tu emprendimiento, contrasta la viabilidad del mismo.

En este paso debes realizar tus primeras investigaciones de mercado preferiblemente obteniendo datos concretos, los cuales respalden de manera estadística y financiera tu proyecto.

3. Desarrolla una explicación de viabilidad

Esta explicación puede ser una muestra del documento de tu propuesta de emprendimiento para generar confianza entre accionistas potenciales o instituciones bancarias, entre otros actores, motivándoles a descubrir más sobre el proyecto: incluye estadísticas y argumentos sólidos sobre la viabilidad del emprendimiento y los beneficios que pueden obtener quienes se involucren en este.

También, detalla por qué la idea de negocios es viable para la sociedad, es decir, qué soluciones ofrece y cómo contribuirá de manera positiva con el entorno.

4. Delimita tu presupuesto

En ocasiones, los emprendedores dejan este paso para las instancias finales; incluso, algunas teorías lo plantean de esta manera. Sin embargo, cuando se trata de pequeños o medianos emprendimientos que son iniciados con capital propio, lo ideal es tener el presupuesto muy bien delimitado desde un principio.

De forma realista y objetiva, determina con cuánto dinero cuentas para arrancar el emprendimiento: con base en esto podrás establecer acciones, objetivos y otros aspectos alineados a tu realidad.

Si el motivo de tu propuesta de emprendimiento es hallar financiamiento o encontrar un socio con capital, entonces especifica cuánto dinero posees en la actualidad del total de presupuesto necesitado y a qué se destinarán los recursos que obtengas por medio de terceros.

5. Desarrolla la identificación de la empresa o emprendimiento

Hablamos del nombre —tanto mercantil como comercial— de la empresa, su ubicación, fecha de inicio de operaciones y otros datos de identificación y descripción.

Igualmente, en este punto se deben desarrollar aspectos clásicos y claves de todo proyecto de negocio, como:

Misión: Propósito por el cual surge la empresa. También describe qué hará, a quién estará dirigida y qué la hará diferente.

Visión: Consiste en prever una imagen de la compañía a futuro, es decir, en reflejar aquello a lo cual se desea llegar y en qué desea convertirse.

Valores: Son las reglas, principios y criterios bajo los cuales se conducirá el negocio y que, además, comunicará y proyectará ante el mercado en general.

Competencias: Se trata de mostrar qué sabe, conoce y domina la empresa.

6. Haz un análisis del entorno

Dentro de tu documento de propuesta debe haber un profundo análisis del entorno que ilustre sobre el contexto que rodeará a tu empresa: entre otras cosas, investiga sobre patrones de consumo, niveles de productividad de tu mercado e, incluso, variables macroeconómicas.

El clima político, social y cultural también debe ser parte del análisis del entorno.

Para enlazar a tu emprendimiento con el mercado y el contexto puedes emplear un análisis FODA —la matriz que especifica Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas— como cierre de este apartado de tu propuesta.

Recuerda que las oportunidades y amenazas suelen ser factores dependientes del entorno, mientras que las fortalezas y debilidades son elementos que parten de la esencia y características de la empresa o emprendimiento.

7. Desarrolla las estructuras claves y funcionales de tu emprendimiento

Este paso consiste en el desarrollo de la médula de tu emprendimiento. El objetivo es ampliar mucho más la descripción, entrando en el terreno práctico y operativo para que potenciales aliados tengan una idea clara, decisiva y transparente de qué les planteas.

La ramificación y radiografía detallada de un proyecto de negocios debe incluir, al menos, las siguientes 4 estructuras básicas:

a. Estructura ideológica.

Aquí tienes que mostrar el carácter de tu empresa. Además de los valores, menciona qué causas promoverá y abrazará, como la conciencia ecológica, por ejemplo.

Recuerda que en estos tiempos las marcas necesitan ser humanas para alcanzar un posicionamiento sólido y ser atractivas para la audiencia, por lo que en este punto deberás explicar esa cara personal y auténtica del emprendimiento.

b. Estructura operativa

También se le conoce como estructura mecánica y aborda todo aquello que interactuará en el funcionamiento y la operatividad diaria de tu empresa, como:



Producto o servicio.
Formas de pago.
Fuerza de ventas.
Distribución.

Asimismo, aquí puedes hablar sobre el lugar de las operaciones, los recursos técnicos disponibles y los horarios.

Especialmente, toma en cuenta las tecnologías que podrías aplicar para desarrollar el modelo de negocio de forma óptima, cumpliendo con altos estándares de calidad y con obligaciones estatales orientadas a la digitalización. Un ejemplo de esto son los software de facturación electrónica y los sistemas de contabilidad.

La idea es que reflejes toda la cadena logística, comercial y operativa en este apartado para que el potencial aliado pueda imaginarse a la empresa en marcha.

c. Estructura financiera

La idea en este punto es profundizar en el presupuesto y, a la vez, ofrecer una visión a futuro del comportamiento financiero de la empresa.

Por ejemplo, realizar proyecciones claras en cuanto a niveles de ganancia esperados, evolución de las ventas mensuales y otras variables le da mucha credibilidad a la estructura financiera.

De igual forma, es muy importante que hagas un análisis de punto de equilibrio que muestre cuánto dinero necesitas generar para cubrir los costos y no operar en números "rojos".

d. Estructura humana

Consiste en hacer el organigrama de la empresa para señalar cómo estará ramificado el talento humano, mostrando departamentos y áreas de desarrollo.

También, puedes explicar los perfiles profesionales que necesita el emprendimiento y los valores y habilidades blandas que demanda de las personas que harán vida en él.

8. Establece objetivos

Al llegar a esta etapa, ya tendrás mucha información en tus manos y tendrás una noción clara sobre los recursos disponibles para el emprendimiento.

Por ese motivo, es el momento justo para establecer objetivos certeros para tu empresa que se alineen a sus características, mercado y entorno de desempeño.

Los buenos objetivos son realistas, medibles, alcanzables y tienen un tiempo de conquista estimado: esto te permitirá mantener el enfoque y orientar todos los esfuerzos hacia resultados estratégicos.

9. Establece indicadores de calidad y resultados

Sí, dentro de tu propuesta de emprendimiento debes postular indicadores y métricas con los cuales analizarás el rendimiento de tu negocio una vez que esté en marcha.

Estos elementos de análisis deben obedecer al enfoque de comercialización del emprendimiento y a sus características en general.

Por ejemplo, si el proyecto está asociado a un comercio electrónico, el tiempo promedio de visita en la tienda online, el volumen de compras mensual, la tasa de abandono de carritos de compra y las visitas diarias a la web son muy buenos indicadores.

10. Desarrolla un plan de marketing y de presencia digital

En estos tiempos, un negocio sin un sólido plan de marketing detrás simplemente no tiene posibilidades de consolidarse en el mercado.

Hoy, los consumidores no buscan necesariamente el mejor servicio o producto ni tampoco el precio más bajo, sino experiencias satisfactorias, marcas humanas y elementos que les aporten valor: ¡todo esto lo conseguirás con la mercadotecnia!

En conjunto con expertos, desarrolla un plan de marketing que sea un apéndice de tu propuesta de emprendimiento y, al mismo tiempo, el motor que le permita tomar impulso y crecer.

Ganarás muchos puntos a tu favor al mostrarle una planificación estratégica y concreta de marketing a tus potenciales aliados.

11. Integra todas las variables críticas en una guía maestra

Se trata de integrar todo lo mencionado en una guía maestra que finalmente será el documento de tu propuesta de emprendimiento.

Recuerda que el documento a presentar debe ser coherente, conciso, preciso y estructurado para que resulte atractivo para tus potenciales aliados y los invites a descubrir a fondo tu plan.