



Ampli- tud

METODOLOGÍA PARA
EMPRENDER EN NUEVOS
NEGOCIOS.

*La investigación es inversamente
proporcional al riesgo.*



AMANTA
COMPOSER

Antes de emprender

1

¿En qué deseamos emprender?

2

¿Qué conocemos de este negocio?

3

¿Qué nos gustaría conocer?

4

¿Cuál es la experiencia en emprendimiento?

Si tienes todo esto claro,
estás listo para empezar!



Este ebook fue
diseñado por:

Graciela Véliz

Directora de Research de Amanta.

Te voy a contar ciertos detalles sobre los emprendedores

“Aprender de los otros,
nos facilitará el camino
del emprendimiento.”

Panorama general

(Calificaciones sobre 10)



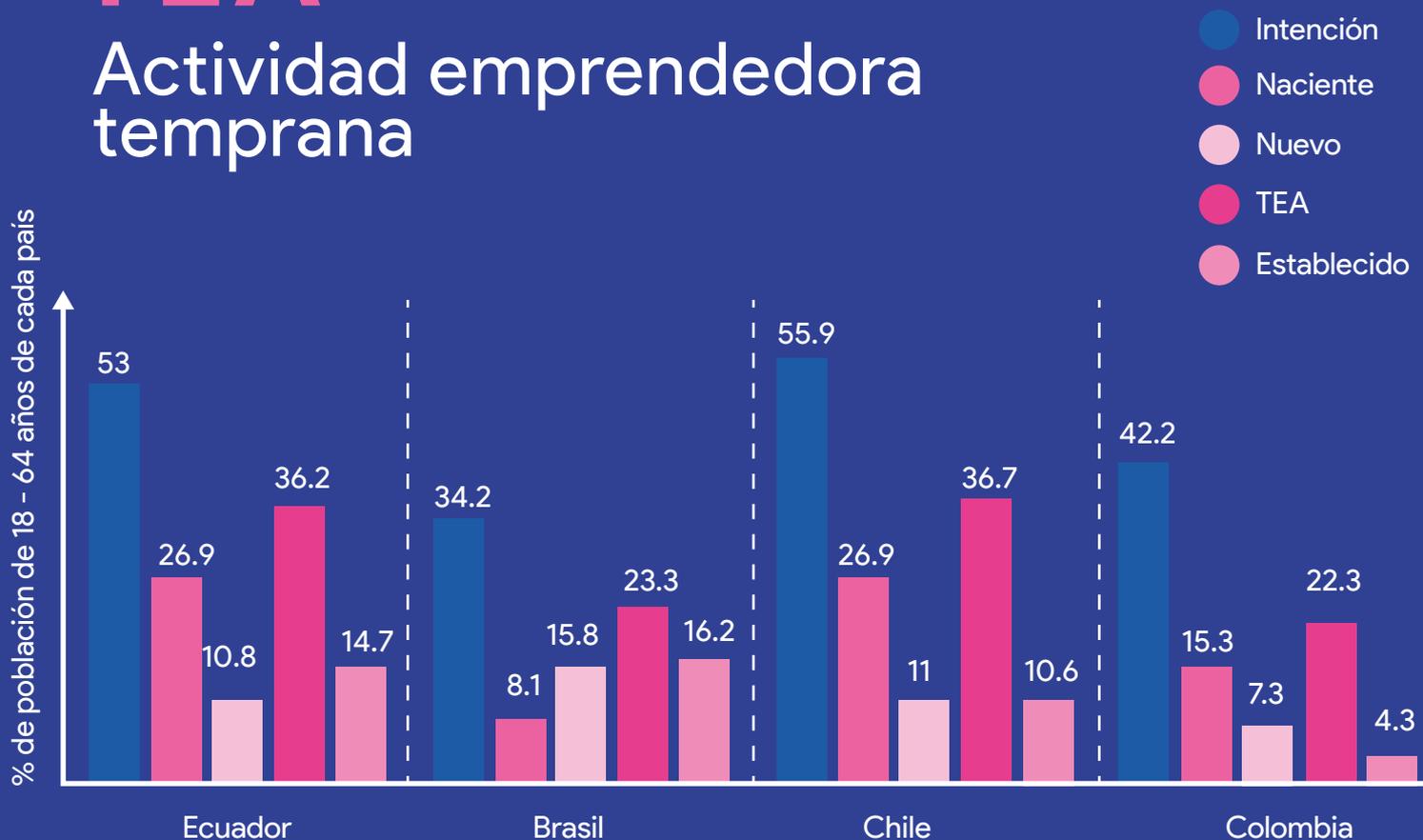
Tabla 3. Evaluación de los ecosistemas de países latinoamericanos seleccionados

	Ecuador	Brasil	Chile	Colombia	Paraguay	LatAm	Nivel de ingresos		
							Bajo	Medio	Alto
Financiamiento para emprendedores	2.88	4.78	3.75	3.39	2.52	3.39	4.34	3.78	4.8
Políticas gubernamentales: apoyo y relevancia	3.31	3.92	4.71	5	2.41	3.43	4.49	3.46	4.6
Políticas gubernamentales: impuestos y burocracia	2.66	2.25	4.79	3.11	3.53	3.18	3.91	3.58	4.22
Programas gubernamentales	3.44	3.91	5.47	4.53	3.44	3.89	4.17	3.58	4.85
Educación en emprendimiento: etapa escolar	3.49	2.03	2.54	3.05	1.88	2.49	3.19	2.78	3.39
Educación en emprendimiento: postsecundaria	5.39	4.25	4.93	5.29	3.82	4.73	4.9	4.42	4.82
Transferencia de I + D	3.1	3.21	3.69	3.56	2.47	3.21	3.77	3.34	4.3
Infraestructura comercial y legal	4.44	4.53	4.39	4.02	3.44	4.23	4.8	4.75	5.16
Dinámica del mercado interno	4.99	5.84	4.13	4.5	3.26	4.45	5.53	5.02	5.21
Apertura del mercado interno	3.7	3.86	3.94	3.94	3.79	3.72	4.43	3.88	4.58
Infraestructura física	6.97	5.49	7.72	5.76	5.75	6.24	6.21	6.34	6.93
Normas sociales y culturales	5.92	3.72	5.27	4.74	4.8	4.88	5.08	4.66	5.26

Fuente: elaborado por los autores con datos de la Encuesta Nacional de Expertos, Global Entrepreneurship Monitor 2019.

TEA

Actividad emprendedora temprana



Fuente: Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.
Notas: Como las categorías de nacientes y nuevos no son excluyentes, la suma da ambas tasas puede diferir ligeramente de la TEA.

Potencial

Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses.

Intencional

Espera iniciar un nuevo negocio dentro de los próximos tres años.

Nuevo

Es actualmente propietario de un negocio que ha operado por más de 3 y menos de 42 meses.

Establecido

Es actualmente propietario de un negocio que ha operado durante más de 42 meses

Salida de negocios

Dejó la gestión de un negocio durante el último año, por cualquier motivo.

Motivo de cierre

Las principales razones de salida en el 2019 fueron: problemas personales (32.7%), la falta de rentabilidad (25.2%) y la falta de financiamiento (16.6%).

La falta de rentabilidad y los problemas de financiamiento son motivos que se mantienen en los últimos años; los problemas personales han ganado importancia tanto en Ecuador, como en Colombia y Chile en el 2019.

Debilidades

A man with dark hair, wearing glasses, a white shirt, and a grey blazer, is looking down at a smartphone in his hands. He is sitting at a desk with an open book and a pencil. The background is slightly blurred, showing what appears to be an office or study environment.

Políticas de gobierno

Impuestos y burocracia: Refleja la falta de una política dedicada a pequeñas empresas y emprendimientos (al momento de la recolección de datos no se discutía ni aprobaba aún la Ley de emprendimiento). **a)** Las empresas nuevas no son favorecidas por sistemas de aprovisionamiento público. **b)** Las nuevas empresas no pueden realizar los trámites administrativos en aproximadamente una semana. **c)** Los impuestos constituyen una barrera para la creación de empresas y el impulso al crecimiento de las empresas en general.

Apoyo financiero

Refleja la baja disponibilidad de capital propio de los emprendedores y la insuficiencia de financiamiento privado y público. La fuente habitual son los familiares y amigos, y aun no hay fuentes no tradicionales como inversores ángeles, por ejemplo. **a)** Insuficiente capital de riesgo. **b)** Bolsa de valores no ofrece posibilidades a emprendedores. **c)** El crowdfunding no es una modalidad ampliamente utilizada.

Transferencia de I+D

Percibida como una debilidad del entorno, evidencia la todavía pobre transferencia de ciencia y otros conocimientos desde las universidades hacia las empresas nuevas y en crecimiento y la dificultad de las empresas de base científico-tecnológica locales de competir globalmente. **a)** Alto costo de acceso a tecnología. **b)** Insuficiente apoyo del gobierno para acceder a tecnología. **c)** Insuficiente apoyo a científicos para que puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de empresas. Este resultado se repite en otros países de la región.



Entendiendo el entorno del emprendimiento en el país, hemos creado este *e-book* que te ayudará a tomar decisiones óptimas en tu negocio.





El *emprendimiento* y sus obstáculos.

Los obstáculos de emprender no solo son por dinero, como podemos observar la mayor barrera para seguir son temas personales. Ya nadie te definirá tu horario, ahora trabajarás por responsabilidad y eso te generará la crisis de la LIBERTAD. Si no la sabes manejar te puede llevar a cerrar tu negocio.





El miedo

Es el sentimiento más común al enfrentarnos a algo nuevo, es lo más humano que podemos ser, este miedo puedes mitigarlo con **INVESTIGACIÓN**, porque la incertidumbre acrecentará tu miedo a hacer las cosas mal.

Nuestra familia

Dudará de nosotros porque también tienen miedo de perder estabilidad o de disminuir la entrada monetaria y te atacarán y tus emociones deben ser fuertes para poder conllevar esto sin perder tu sueño ni a tu familia. Lo mejor aquí es tener un plan para que todos comprendan desde que momento vas a generar dinero y cuánto dinero generarás, esto significa hacer un **BUSINESS PLAN**.

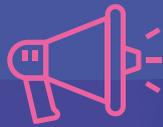
Emprender

SUEÑO EN ALTO, SAL DEL SISTEMA,
PON TUS PROPIAS REGLAS



Para emprender no hay reglas, pero si se necesita mucha pasión y generar ese diferenciador que tu público objetivo está esperando, pero que aún no sabe que lo necesita.

Lo que necesitamos crear



Plan de Marketing



Plan Financiero



Plan de Medios



Plan Comercial

Plan de marketing

Design Thinking

Research

Marca

Tamaño del
mercado
(Dinero)

Brand Key
& Driver

Población
objetiva

Arquetipo
de marca

¿Cómo es
tu población
objetiva?

Marca, logo,
slogan

Universo
visual

Plan financiero



Para crear tu modelo financiero debes concentrarte en cuatro etapas:



01

Inversiones que necesita tu proyecto para salir adelante.

02

Los costos que implica el proyecto.

03

Proyectar tus ventas al menos a un año.

04

Generar los indicadores financieros para entender cuan rentable es tu negocio (con esto no podrás decir que cerraste porque el negocio no era rentable, lo sabrás antes de empezar).

Plan comercial

Finalmente, debes usar toda la información anterior para crear tu plan comercial:

- Portafolio de productos
- Canales de venta y tipo de distribución
- Segmentación territorial
- Proyección de ventas según canal y territorio

¡Listo!
Ahora tienes
tu **business plan**

Recomendaciones



Si vas a tener uno o más socios procura que sus habilidades sean complementarias, así su negocio cubrirá todos los aspectos y no tendrán solo un punto de vista.



Es importante tener un equilibrio emocional para crear, así que procura alimentarte bien (como frutas y vegetales), has actividad física diaria, y ten un tiempo para meditar.



Aprende de tus errores y mira con alegría y humildad tus aciertos.



Recuerda que siempre se podrá mejorar.



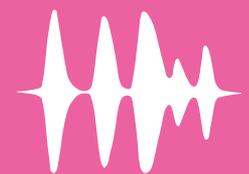
Cumple con tu plan, revisalo a diario y mira las metas que vas cumpliendo.

¡Éxitos!



**La investigación es
inversamente
proporcional al riesgo.**

☎ 593 96 018 5635
www.amanta.com.ec



AMANTA
COMPOSER