



GUÍA DE EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE

NEGOCIOS SOSTENIBLES EN AGRICULTURA: CÓMO CREAR UN
PLAN DE NEGOCIO SOSTENIBLE QUE INCLUYA LAS ENERGÍAS
RENOVABLES. CERTIFICACIONES, REQUISITOS, MARCO LEGAL...

RESULTADO
INTELECTUAL 3
Módulo 2
2020-1-ES01-KA202-
08 2440



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente la opinión de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

Autores:

Fundación de la Comunitat Valenciana para una economía baja en carbón

Area Europa srl

Eszterhazy Karoly Egyetem

Federación EFAS CV la Malvesía

Järvamaa Kutsehariduskeskus

Stowarzyszenie Edukacji Rolniczej i Lesnje EUROPEA Polska

2021

1. FASES DE DESARROLLO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA EMERGENTE.....	2
1.1 FASE DE PRESIEMBRA: EL NACIMIENTO DE UNA IDEA	3
1.2 FASE DE SIEMBRA.....	4
1.3 FASE INICIAL	6
1.4 FASE DE CRECIMIENTO	7
1.5 FASE DE MADUREZ O DE SALIDA	7

1. Fases de desarrollo para la puesta en marcha de una empresa emergente

Una empresa emergente es un tipo de negocio que aprovecha la tecnología, el Internet, la automatización y que además tiene un modelo de negocio especial, innovador y con planes de expansión futuros en los mercados extranjeros.

En la mayoría de los casos, el dinero necesario para poner en marcha una start-up no procede de sus propios recursos, sino que se trata de una inversión ajena, posiblemente de varias rondas. No es extraño que la idea inicial y la que se desarrolla sean diferentes, ya que a medida que se va conociendo el mercado objetivo la idea se va transformando.

Algunos ejemplos de negocios que en su día comenzaron como start-ups son: Facebook, Snapchat, Prezi.com, Ustream, LogMeIn, Tresorit, las gafas de realidad virtual Oculus Rift, entre muchas otras.

Después de fundar una empresa de este tipo, hay un largo camino que recorrer, que puede dividirse en 4-5 fases.

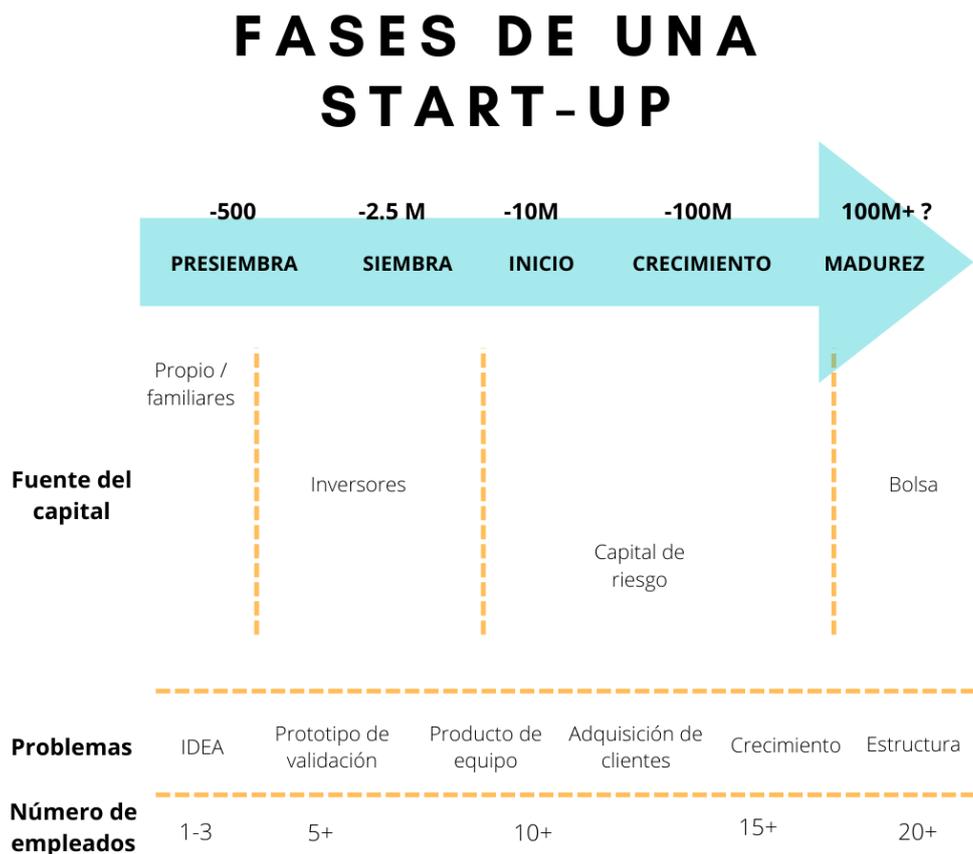


Figura A. Posible subdivisión de las empresas de nueva creación (Edición propia)

1.1 Fase de presiembra: el nacimiento de una idea

En esta fase es cuando nace la idea. El creador o dueño de la idea está entusiasmado, y tal vez encuentre algunos socios para seguir soñando en el desarrollo de la idea. Comienza un trabajo de redacción. El valor de la idea es mínimo y el nivel de riesgo también es nulo. Sólo se necesita tiempo para perfeccionar la idea original. La mayoría de las ideas de puesta en marcha se terminan en esta fase. El capital puede integrarse desde la fuente conocida en inglés como las 3F: *family, friends* y *fools*.

Qué HACER:

- Anota la idea y compruébala con el equipo desde muchos ángulos. Afínala y/o analízala si es posible.
- Obtén información sobre los competidores. ¿Existen negocios similares? Si la respuesta es afirmativa, hay que encontrar la manera de conseguir un nicho de mercado. Si no es así, tal vez la idea no tenga sentido...
- Comunícate con tantas partes interesadas como sea posible para obtener información para las etapas futuras
- Forma un equipo para compartir responsabilidades y contar también con expertos técnicos y empresariales
- Define la función principal de su empresa y céntrate en ella en la realización
- Participa en concursos de empresas emergentes, puedes obtener información directa y aprender de los competidores libremente
- Obtén información sobre posibles inversiones de capital riesgo

Qué NO hacer:

- No ocultes tus ideas. Ser demasiado introvertido puede causar que la información relevante se pierda y dificulte su aplicación
- En esta fase no es necesario realizar una planificación empresarial detallada
- El desarrollo tecnológico cuesta mucho dinero, pero no hay que perder de vista la parte comercial

Aquí se pueden consultar algunos de los concursos disponibles para la creación de empresas agrícolas:

<https://www.sival-angers.com/en/innovation/agreen-startup-competition/>

<https://facagro.com/compete/>

<https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/news/competition-european-startups-agtech-and-foodtech>

1.2 Fase de siembra

Después del brainstorming debe comenzar la implementación. La verdadera diferencia es que en esta fase hay que gastar una enorme cantidad de dinero para la elaboración de al menos un prototipo (o producto viable mínimo). Si las ideas iniciales se probaron en la fase anterior, vale la pena correr el riesgo. En esta fase hay que crear conexiones con posibles inversores. Los llamados *aceleradores* pueden ser útiles para dar un empujón, pero puede ser arriesgado que sus ideas no coincidan con las originales. Aquí hay que imaginar sobre todo a los inversores (*business angels*), que probablemente ya tienen empresas de éxito y quieren crear otras nuevas con su capital de inversión, pero ahora basadas en ideas de otras personas. Hay que tener en cuenta que el rendimiento esperado también será menor que el de una empresa de capital riesgo. La mejor manera de encontrar inversores es aumentando el capital de contacto. Los aceleradores de empresas buscan empresas de nueva creación, ya existentes, e incluso algunos se especializan en determinadas áreas, lo que le dificulta la elección del cuál será el indicado. La ventaja es que proporcionan más conocimientos que cualquiera, e incluso proporcionan más contactos. En esta etapa hay muchas cosas que pueden estropear, tanto en la parte comercial o legal de la empresa. Se deben tomar decisiones relevantes, por ejemplo, sobre si se quiere ser un empresario a tiempo completo.

Qué HACER:

- En la parte comercial debes centrarte en la creación de un lanzamiento
- Las condiciones del mercado deben ser mapeadas para poder hacer cálculos sencillos de los rendimientos de la competencia
- Crea un plan de marketing y ventas, basado en datos reales
- El producto viable mínimo debe ser probado por algunos clientes reales
- Forma el personal contratando a algunos expertos en las áreas de sus deficiencias (negocio, marketing, ventas, recaudación de fondos, cuestiones legales, etc.)
- Busca una posible oficina de co-working para disminuir los gastos iniciales
- Participa en el mayor número posible de reuniones de empresas emergentes

Qué NO hacer:

- Mantente abierto y consigue opiniones de los clientes e información sobre sus posibles interesados
- Sé persistente, ya que esta etapa de beneficio neto negativo puede durar años en muchas empresas de nueva creación
- Un plan de negocio realmente detallado es redundante en esta fase
- Trata de evitar los siguientes errores típicos: esconderte, tener demasiada confianza, no pensar en la competencia, tener una marca débil, tener socios/personal deficiente, centrarte en el producto, tener un pitch débil

Una posible estructura para un lanzamiento eficaz:

1. La idea/negocio en pocas palabras

Expón la idea en 1-4 frases, ya que el negocio que vas a crear también tendrá que desarrollarla.

2. Problema / Oportunidad

Aquí es donde das una solución o una oportunidad ofrecida por la start-up.

3. Solución

¿Qué es lo que hace que lo consigas? ¿Cuál es el servicio, el producto...?

4. Tamaño del mercado / Beneficio

Análisis de la competencia, análisis del mercado, incluso utilizando estadísticas y encuestas de diferentes sitios web.

5. Modelo de negocio

Aquí es donde entra el modelo de negocio que utilizas, es decir:

- ¿De dónde provendrán tus ingresos?
- ¿Cuál es el producto/servicio?
- ¿Qué canales de comercialización utilizas?
- ¿Cómo y por qué convences a los clientes para que compren?

6. Ventaja competitiva

Indica qué puedes ofrecer más o mejor que la competencia, o en qué te diferencias.

7. Equipo / Contrataciones

Piensa en quién tiene que estar en el equipo, incluso puede participar en la start-up como fundador de la empresa.

Es difícil levantar una gran start-up solo, los socios son necesarios.

8. Estrategia de entrada en el mercado (Tracción empresarial)

Aquí, amplía la estrategia de marketing ya mencionada en el modelo de negocio. ¿Qué es lo primero con lo que empiezas?

1.3 Fase inicial

Cuando la idea original se pone en práctica, nace una empresa de nueva creación. Debe tener éxito en un entorno empresarial lleno de negocios más experimentados. Los gastos crecen constantemente (la constitución legal de la empresa, los empleados, el abogado, el contable, los gastos de marketing, la comunicación, la oficina, etc.), pero los ingresos son escasos e irregulares. La falta de inversores es un reto habitual en esta etapa. Quizás en las fases anteriores contactaste algunos capitalistas de riesgo entorno a tu negocio que pueden darte apoyo. Además, puedes obtener financiación a través de mecanismos financieros masivos. En esencia, tus posibles clientes dan dinero a tu empresa en forma de subvención, pero la mayoría de las veces, la subvención es en realidad un pago inicial. Pagan por adelantado el producto inacabado. Hay dos páginas web interesantes para saber más sobre esto: Indiegogo y Kickstarter.

La filosofía del concepto de Indiegogo puede verse en este vídeo:

https://youtu.be/2Tz_C14M6z0

Aquí puedes ver las ideas que Kickstarter ya ha apoyado:

<https://www.kickstarter.com/>

También puedes solicitar subvenciones adicionales de la UE o del Estado, pero puede ser arriesgado, ya que la idea inicial de puesta en marcha puede cambiar, por lo que cabe la posibilidad que al transformarse no se cumplan con los objetivos de la solicitud.

Se necesitan diferentes competencias para sobrevivir a esta etapa: ventas, marketing, gestión de personal.

Qué HACER:

- Consigue el mayor número de clientes posible para producir ingresos
- Utiliza el mejor personal disponible, despide al empleado incompetente
- Trata de evitar las enfermedades de los directivos y el agotamiento
- Es indispensable mantener el flujo de caja adecuado para la puesta en marcha
- Tal vez las actividades de marketing puedan subcontratarse a una agencia profesional para asegurar las posibilidades de crecimiento
- Como fundador o director general de su empresa debes aprender cada día

Qué NO hacer:

- No hagas las tareas de gestión de forma manual para no perder tiempo en actividades innecesarias
- No renuncies a buscar inversores para asegurar el flujo de caja
- No malgastes tus recursos en gastos lujosos

1.4 Fase de crecimiento

La transición a esta fase desde la etapa inicial es difícil de observar. El crecimiento de los clientes y los nuevos inversores pueden generar un proceso de expansión y éxito empresarial. Ahora, personalmente, es casi imposible salir del proceso, ya que el futuro de un equipo en crecimiento está en manos del director general.

Como esta fase está más allá de la clásica puesta en marcha del negocio, la gestión del crecimiento será la función principal entre los diferentes intereses y grupos de expertos y partes interesadas.

Qué HACER:

- Trata de involucrar a los mejores expertos del negocio en la empresa con el fin de impulsar su beneficio
- Prepárate para una posible salida de la empresa emergente, ponte en contacto con actores dispuestos a comprar tus acciones
- Aprende a delegar los derechos de decisión a los niveles inferiores de la empresa, ya que en esta etapa se deben dividir las tareas rutinarias diarias

Qué NO hacer:

- No intentes monopolizar la influencia en el funcionamiento de la empresa
- No expulses a los expertos de su empresa si tienen una opinión diferente

1.5 Fase de madurez o de salida

Algunos de los inversores - que conociste en etapas anteriores- compran tu parte, por lo que pueden pensar en un nuevo sueño y plan de negocio.