

#1

INTRODUCCIÓN



Antonio ARAGÓN SÁNCHEZ

 aaragon@um.es





***Este manual busca
servir de orientación a
futuros emprendedores***



La Oficina de Emprendimiento de la Universidad de Murcia a lo largo de los últimos 5 años viene desarrollando diferentes tipos de acciones orientadas a poner a disposición de la comunidad universitaria herramientas y programas que respondan a sus necesidades, así como a crear cultura emprendedora y de innovación en el ámbito universitario.

Para ello se ofertan e imparten varios **programas de capacitación** entre los que cabe destacar los de Capacidades Emprendedoras, Inicia el Vuelo, Emprende tu TFG-TFM, emprendimiento Campus Mare Nostrum o Emprendedores Académicos; igualmente organizamos **eventos** como presentaciones de @umuemprende, jornadas de emprendimiento en Centros, mesas redondas con emprendedores y participación en varias de las Jornadas de Orientación Profesional que organizan las propias facultades universitarias; tenemos diversas **convocatorias de premios** para las mejores ideas orientadas a crear una empresa, mejores proyectos y mejor TFG-TFM orientado a crear una empresa o validar una idea o proyecto.

Igualmente colaboramos con iniciativas como IMAGIN PLANET de CaixaBank, TESTÉALO con Ucomur, ExplorerByX del Banco de Santander y Fomento de Proyectos Circulares y Sostenibles con AEMA-Región de Murcia y Gesa Mediación, entre otras.

No podemos dejar de mencionar el trabajo de **asesoramiento y acompañamiento a proyectos** de emprendimiento como “La Tarjeta Morada”, “Mi Sintaxis”, “LongSeq Applications” o “Marbyt” por citar algunos concretos, destacando que este es uno de nuestros ámbitos de actividad que cabría calificar como estratégicos y que estamos continuamente potenciando en la medida que nos lo permiten los recursos con los que disponemos.

Asimismo, realizamos muchas otras diferentes acciones para promover el emprendimiento y la cultura emprendedora en el contexto universitario y también en el contexto regional y, para este último contamos con programas singulares abiertos al ecosistema emprendedor como: “Impulsa tu Proyecto” o “Tramita Protege y Negocia”. No podemos olvidar la mención al **emprendimiento social**

y a nuestros programas en esta línea “Observa Emprende Siente” o “Diseñando el Mundo que Queremos”, así como premios singulares en todas las convocatorias orientados al emprendimiento social.

En este escenario venimos echando en falta un **MANUAL O GUÍA** inicial de **EMPRENDIMIENTO** que de forma sencilla y amigable pueda servir como primer acercamiento al desarrollo de ideas o iniciativas emprendedoras en el contexto universitario y orientado a toda la comunidad universitaria: estudiantes PDI y PAS.

Este **manual busca servir de orientación** a personas que, con una primera inquietud emprendedora, puedan conocer desde cómo desarrollar o validar una idea, los puntos que se deben desarrollar en un plan de empresa -que pueda servir para la búsqueda de socios o inversores-, hasta cómo gestionar las dificultades o las frustraciones en el caso de que las ideas y proyectos no alcancen el éxito en el primer intento de ponerlas en marcha; estamos en un contexto complejo y es preciso que los emprendedores interioricen que tienen que ir aprendiendo a lo largo del proceso de puesta en marcha de sus proyectos.


Así en el **CAPÍTULO 2** se trata sobre el concepto y los **tipos de emprendimiento** al tiempo que se introducen algunas dimensiones del emprendimiento en el contexto universitarios español y regional. En el **CAPÍTULO 3** se trata sobre la **idea de negocio** y se destaca que debe expresar un problema o necesidad y una propuesta de solución al mismo, teniendo en cuenta el número de personas que pueden tener dicho problema, de forma que podamos tener una referencia del tamaño del mercado. Se destaca que las buenas ideas serán: viables, innovadoras, rentables y sostenibles. Finaliza haciendo referencia y explicando metodologías para testear las ideas como Lean Startup y Canvas.

A continuación, en el **CAPÍTULO 4** hablamos del **modelo de negocio**, es decir de la forma en que cada empresa gana dinero. Se destaca que la definición del modelo de negocio debe centrarse en el cliente y en cómo satisfacer sus necesidades siguiendo la secuencia: idea, producto, mercado y empresa. Tras hacer referencia a varios ejemplos de modelos de negocio exitosos e innovadores, lo que



facilita su comprensión, se hace un recorrido por los diferentes tipos de modelo de negocio existentes, lo que te puede ser útil para la definición del tuyo propio.

En el **CAPÍTULO 5, plan de empresa**, partiendo de que se trata de una herramienta imprescindible cuando se quiere poner en marcha un proyecto empresarial, se abordan los apartados que debe contener dando las claves de cada uno de ellos: presentación del proyectos y de los promotores, análisis del mercado, plan de marketing, plan de producción, recursos humanos y financiación contemplando en este último caso la necesidad de contar con un plan de inversiones, con la cuenta de pérdidas y ganancias y con el presupuesto de tesorería; se hace mención especial a las fuentes de financiación y se finaliza con el calendario de ejecución del mismo.



La importancia de la **comunicación** de tu proyecto o idea se destaca en el **CAPÍTULO 6**, si tus clientes potenciales no conocen tu producto o servicio no lo van a demandar. Partiendo de ahí, se presentan herramientas que pueden ser muy útiles para proyectos en fase inicial como página web, redes sociales, email marketing, publicidad etc. Se continua con la descripción del plan de comunicación y sus fases, así como con la definición de los objetivos del mismo. Finaliza con una referencia al embudo de conversión y un esquema que facilitará la realización de tu de Elevator Pitch.

Los aspectos “formales” como son la **forma jurídica** que debe adoptar tu proyecto/empresa y sus implicaciones fiscales, contables y laborales son de los que más “incertidumbre e inseguridad” transmiten a los emprendedores, dado que se trata una parte desconocida en la que se va a tener que contar con algún tipo de asesoramiento externo especializado. Cómo elegir dicha forma jurídica y sus implicaciones fiscales, contables y laborales son los aspectos que se tratan en el **CAPÍTULO 7** de este manual. Finaliza el mismo con una mención singular al caso de las EBTs universitarias.

En el **CAPÍTULO 8** se sostiene que, teniendo en cuenta que al emprender nos solemos mover en entornos de máxima incertidumbre; la perspectiva de que todo puede no salir “bien” a la primera y que se trata de un camino duro y que se

debe estar dispuesto a empezar desde “cero” algunas veces, debe estar presente en los promotores de ideas y proyectos emprendedores. Se habla del **miedo al fracaso** identificando al respecto dos mentalidades frente a la visión del error: fija e incremental, se describen las mismas y desde ahí se propone y profundiza en la relación entre el miedo al fracaso y el emprendimiento, teniendo muy presente la idea de aprender y pivotar como forma de mejora y desarrollo de los proyectos e iniciativas emprendedoras.

Por último, en el **CAPÍTULO 9** se aporta información acerca de **agentes y recursos** disponibles en Internet tanto desde el ámbito de instituciones públicas como de asociaciones y cooperativas. Se aporta la información de varios de dichos organismos, sin ánimo de ser exhaustivos, con el fin de que el emprendedor universitario pueda conocer de forma ágil y fácil dichos agentes e instituciones.

En definitiva, este manual contiene un atractivo menú que te puede ayudar a entender dónde estás, cómo tienes que desarrollar algunas partes de tu idea o proyecto y te deja las puertas abiertas a contactar tanto con la Oficina de Emprendimiento de la Universidad de Murcia como con otros organismos especializados en sus respectivos ámbitos. Todo el equipo que lo hemos desarrollado, esperamos que te sea de utilidad y nos tienes a tu disposición.

