

Análisis de Viabilidad: Herramientas de Investigación Empresarial Disponibles

Liz C. Bonilla Sotomayor

Laura I. Pérez Irizarry

Departamento de Administración de Empresas, Universidad de Puerto Rico-Mayaguez

ADMI 6008: Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas

Dra. Moraima De Hoyos-Ruperto

25 de marzo de 2021

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo.....	3
Introducción.....	5
Análisis de viabilidad.....	6
¿Qué es un análisis de viabilidad?.....	6
Importancia del análisis de viabilidad.....	6
Propósito del análisis de viabilidad.....	7
Aspectos para determinar la viabilidad de un negocio.....	7
Viabilidad conceptual.....	8
Viabilidad operacional.....	8
Viabilidad de mercado.....	8
Viabilidad económica.....	8
Herramientas de Investigación Empresarial en Puerto Rico.....	10
¿Qué son las herramientas de investigación empresarial?.....	10
Herramientas de Investigación Empresarial en Puerto Rico.....	10
Viabilidad Conceptual.....	10
Viabilidad Operacional.....	11
Viabilidad de Mercado.....	12
Viabilidad Económica.....	13
Herramienta.....	13
Conclusión.....	14
Reflexión personal Liz.....	15
Reflexión personal Laura.....	16
Referencias.....	17

Resumen Ejecutivo

El objetivo de este trabajo investigativo es proporcionar un mayor entendimiento de lo que es un análisis de viabilidad y las herramientas que los empresarios tienen disponibles para poder llevar a cabo el mismo. Se indaga sobre el significado de análisis de viabilidad, su importancia y su propósito.

Además, se aborda sobre cada uno de los aspectos para determinar la viabilidad, el aspecto conceptual, el aspecto operacional, el aspecto de mercado y el aspecto económico. Son mostradas algunas de las herramientas empresariales que existen para recopilar información relevante que permite conocer la viabilidad de la idea de negocio respecto a cada aspecto.

Se identifican herramientas para el aspecto conceptual. El aspecto conceptual se divide en: herramientas necesarias para estudiar el concepto o modelo de negocio, la competencia y los clientes (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Las herramientas para el área de concepto ayudan al empresario a poder identificar la necesidad de los clientes. Algunas de las herramientas disponibles para el área de concepto son: observación, cuestionarios y entrevistas. Las herramientas para el área de competencia ayudan al empresario a investigar quienes podrían ser su competencia, sus clientes, sus colaboradores y sus suplidores en la misma industria. Algunas de las herramientas disponibles para el área de competencia son: directorios de asociaciones profesionales y entrevistas a clientes potenciales. Las herramientas para el área de clientes ayudan al empresario a conocer más al cliente, cuál es su comportamiento, percepciones y formas de pensar respecto a su producto o servicio. Algunas de las herramientas disponibles para el área de clientes son: cuestionarios, entrevistas y grupos focales.

También, son identificadas herramientas para el aspecto operacional. El aspecto operacional se divide en: herramientas necesarias para acceder a los recursos humanos, acceder a servicios profesionales, conseguir infraestructura, conseguir capacidad tecnológica, conocer los requisitos legales y conseguir suplidores (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Las herramientas para el área operacional ayudan al empresario a encontrar todos los recursos necesarios para el funcionamiento de las operaciones del negocio. Algunas de las herramientas disponibles para el aspecto operacional son: agencias gubernamentales, organizaciones privadas, páginas electrónicas, ferias de empleo, firmas profesionales, realtors y corredores de bienes raíces.

Adicional se identifican herramientas para el aspecto de mercado. El aspecto de mercado se divide en: herramientas necesarias para estimar el mercado meta, la participación en el mercado y las proyecciones de ventas (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Las herramientas para el área de mercado ayudan al empresario a conocer quiénes serán los clientes, donde se encuentran esos clientes y una aproximación de las ventas del negocio. Algunas de las herramientas disponibles para el aspecto de mercado son: fuentes primarias tales como entrevistas, cuestionarios, grupos focales y consultas a expertos; y fuentes secundarias tales como páginas amarillas, agencias de gobierno, organizaciones profesionales, bancos, periódicos, revistas especializadas y o del sector de negocios (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019).

Por último, son identificadas herramientas para el aspecto económico. El aspecto económico se divide en: herramientas necesarias para determinar el punto de empate, las fuentes y usos de fondos, proyecciones de ingresos y gastos, proyecciones de flujo de efectivo, la estimación del periodo de repago y la estimación del rendimiento sobre la inversión (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Las herramientas para el área económica ayudan al empresario a obtener los datos necesarios para poder realizar el análisis financiero del negocio. Algunas de las herramientas disponibles para el aspecto económico

son: organizaciones que ofrecen servicios financieros, fuentes de financiamiento y data histórica.

Finalmente, se incluye una herramienta que creada por el equipo investigativo, la cual reúne varios de los recursos que los empresarios pueden utilizar para obtener apoyo o para realizar el análisis de viabilidad. Cada recurso disponible se clasifica por el aspecto al cual pertenece, ya sea aspecto conceptual, aspecto operacional, aspecto de mercado o aspecto económico.

Este trabajo investigativo se ha elaborado con el fin de que los empresarios con una idea de negocio conozcan este instrumento tan beneficioso llamado análisis de viabilidad. Este instrumento es ideal para conocer qué tan conveniente sería establecer ese negocio basándose en términos principalmente económicos.

Introducción

Para los puertorriqueños, los últimos años han estado llenos de eventos retantes en su historia: crisis económica, levantamiento político, tormentas, huracanes, temblores y pandemia. Este pueblo se caracteriza por su resiliencia, su capacidad de innovar, adaptarse a los cambios abruptos que se presentan y continuar con más fuerza que antes. Ante tanto evento lleno de incertidumbre en que las personas han perdido sus pertenencias y sus trabajos, muchos han decidido tomar el control de sus vidas en el aspecto profesional, dejar de trabajar para otros y establecer su propio negocio. En esta aventura es imprescindible que los negocios reciban el apoyo necesario ya que muchos de ellos no llegan a los tres años de operaciones (Aponte et al., 2020).

Este proyecto es realizado como requisito del curso ADMI6008: Desarrollo de PyMEs, y el mismo tiene como objetivo proveer al empresario con las herramientas de investigación disponibles en la isla que le ayudarán a recopilar información relevante y necesaria para determinar la viabilidad de su negocio o su idea. También, como parte de esta investigación, se ha desarrollado una base de datos que puede servir de base y le da al empresario una idea de donde puede comenzar a buscar información o pedir ayuda para conseguirla.

Esperamos que la información obtenida y el esfuerzo realizado en este trabajo sean de beneficio para todas aquellas personas que estén buscando establecer su propio negocio y consigan tener acceso a este recurso que hemos desarrollado.

Análisis de viabilidad

¿Qué es un análisis de viabilidad?

Al momento de querer establecer un negocio es necesario comprender que todos los negocios tienen un riesgo económico. Así que, antes de comenzar un nuevo negocio es necesario saber si, ¿es viable o no es viable establecerlo? Esta es la primera interrogante que se debe tener presente. Con el análisis de viabilidad se pretende encontrar la respuesta a esta incógnita. Todas las actividades del análisis de viabilidad están dirigidas a ayudar a determinar si la idea de un negocio tiene las características o condiciones necesarias para poder llevarse a cabo.

El análisis de viabilidad tiene como objetivo proporcionar al empresario información específica y útil para decidir si los beneficios económicos justifican los riesgos de llevar a cabo esa idea de negocio (Jebrin, 2017). En el análisis de viabilidad se realiza una evaluación del potencial del negocio basado en una extensa investigación con el fin de brindar un análisis completo del negocio (Jebrin, 2017). El estudio les brinda a los empresarios conocimiento sobre los motivos por los cuales es favorable establecer su negocio. Por ende, el análisis de viabilidad les ofrece a los empresarios una mayor confianza para tomar la decisión de continuar con la idea del negocio.

En el proceso de crear un análisis de viabilidad hay que invertir mucho dinero, esfuerzo y tiempo. Para realizar el análisis de viabilidad se necesita la colaboración de especialistas en diferentes áreas, tales como mercadeo, contabilidad, finanzas, etc. (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). A pesar de esto, es un estudio necesario para conocer qué tan beneficiosa podría ser esa idea de negocio en términos económicos.

Importancia del análisis de viabilidad

El primer punto por el cual es importante realizar un análisis de viabilidad es porque formaliza, documenta y revalida la idea del negocio (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). El análisis de viabilidad es una herramienta en la cual se documenta la investigación realizada sobre la viabilidad del negocio y que sirve para confirmar cuál es la idea de negocio que se quiere llevar a cabo.

El segundo punto por el cual es importante realizar un análisis de viabilidad es porque minimiza el riesgo (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Se dice que dos terceras partes, es decir, el 62% de los pequeños negocios son disueltos dentro de los primeros seis años (Ceballos, 2017, como se citó en Comas, 2018). No todos los empresarios logran establecer un negocio exitoso. Una de las razones por las que esto sucede es porque no se tuvieron las debidas precauciones, no se planificó, no se investigó y no se llevó a cabo un

análisis de viabilidad. Para lograr ser parte de ese pequeño porcentaje de negocios que prosperan, es necesario realizar el estudio de viabilidad para disminuir el riesgo de fracaso.

El tercer punto por el cual es importante realizar un análisis de viabilidad es porque aumenta las probabilidades de éxito (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). El análisis de viabilidad no asegura que una compañía tendrá éxito (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Hay muchísimos factores que pueden afectar un nuevo negocio, como, por ejemplo: factores externos como la economía, nuevos competidores, etc. Estos son factores en los cuales una empresa no tiene control. El estudio de viabilidad toma en consideración los factores de riesgo e incertidumbre (Ionut, 2015). Así que el llevar a cabo el análisis de viabilidad permitirá conocer esos factores desde el inicio, por lo tanto aumenta las probabilidades de éxito.

Propósito del análisis de viabilidad

Hay varios propósitos por los cuales se realiza el análisis de viabilidad. El primer propósito es demostrar la viabilidad del negocio a inversionistas, dueños e instituciones financieras (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Esto se debe a que para obtener financiamiento se debe presentar a las instituciones financieras un análisis de viabilidad o un plan de negocios. Hay que demostrarles a las instituciones financieras que ya se llevó a cabo un estudio que demuestra que la idea de negocio es viable. Las instituciones financieras utilizan esto como evidencia para otorgar préstamos o invertir en una nueva empresa.

El segundo propósito que tiene el análisis de viabilidad es estimar el rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Muchas veces el empresario tiene en su mente una idea de negocio y piensa que esa idea va a dejarle mucho dinero, pero la realidad es que cuando lleva a cabo el estudio de viabilidad se da cuenta que no es así. La razón principal de un negocio es tener ganancias y si la idea de negocio no deja ganancias no se debe realizar. Al preparar el análisis de viabilidad se ahorra tiempo y dinero en un futuro, si el empresario se percató de que no debe invertir en una idea de negocio que no tiene probabilidades de éxito.

Aspectos para determinar la viabilidad de un negocio

No existe una forma específica para realizar un análisis de viabilidad o una estrategia *one-size fits all* (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Sin embargo, si se puede seguir un marco general que lleva al empresario a analizar los factores que influyen en el posible éxito o fracaso de su empresa. Dentro de este marco que los empresarios pueden utilizar para llevar a cabo un análisis de viabilidad para su negocio potencial se encuentran la

viabilidad conceptual, operacional, de mercado y económica (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Cada una de estas posibles divisiones en un análisis de viabilidad incluyen factores que, si no se consideran al momento de establecer un negocio, pueden llevarlo al fracaso.

Viabilidad conceptual

Al momento de analizar la viabilidad conceptual de un negocio se están analizando las posibilidades de éxito de la idea de negocio. En esta fase se analizan el concepto del negocio, la competencia y los clientes (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Un fallo en el análisis de estos elementos puede significar que no se atiendan las necesidades reales de los clientes potenciales ni se considere la toda la competencia existente (directa, indirecta, local e internacional) y el negocio fracase.

Viabilidad operacional

Dentro de la viabilidad operacional se analizan varios recursos y sus costos para poder realizar el análisis de inversión inicial. Entre los aspectos o recursos a analizarse se encuentran: recursos humanos, servicios profesionales, infraestructura, capacidad tecnológica, requisitos legales, suplidores, y la salud y disponibilidad del empresario (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Es importante que se considere lo realmente necesario para operar, y no lo deseado, ya que es los primeros años lo importante es tener lo esencial para poder ofrecer el producto o servicio.

Viabilidad de mercado

El análisis de mercado es fundamental en un análisis de viabilidad. En el mismo es importante estimar el mercado potencial de forma precisa, estimar la participación proyectada lo más realista y conservadora posible (entre un 10-20%) y, utilizando la información anterior, realizar un estimado de ventas, que se utiliza, junto con otros pronósticos, para calcular la viabilidad económica (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Es importante que exista un mercado real para el producto o servicio propuesto y que sea un mercado sustancial y/o en crecimiento, ya que de esto depende el desempeño del negocio.

Viabilidad económica

Para determinar la viabilidad económica de un negocio se deben realizar estimados y proyecciones tales como: análisis de punto de empate, análisis de fuentes y usos de fondos, proyecciones de ingresos y gastos, proyecciones de flujo de efectivo, estimado de periodo de repaso y estimado de rendimiento sobre la inversión (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). La mayoría de estos se suelen hacer para los primeros tres años de operación del negocio, y con números conservadores para conocer, de forma realista, cuál

sería el desempeño del negocio. Este tipo de datos son necesarios al momento de pedir financiamiento y cualquier cálculo demasiado optimista puede causar que se denieguen los fondos solicitados.

Herramientas de Investigación Empresarial

¿Qué son las herramientas de investigación empresarial?

Puesto de una forma muy simple, las herramientas de investigación empresarial son todas aquellas herramientas que te permiten a un investigador recopilar información relevante acerca de un tema de interés (Zikmund et al., 1998). En el caso de un empresario, éste quiere recopilar la mayor cantidad de información relevante que le permita determinar si su negocio puede ser exitoso o no, o qué tiene que hacer para que el mismo sea exitoso. El empresario necesita fuentes específicas y confiables que le puedan proveer información relevante para su análisis.

La información obtenida por medio de las herramientas de investigación empresarial puede ser primaria o secundaria. La información primaria se obtiene de entrevistas, cuestionarios, grupos focales y cualquier otra herramienta de investigación que permite obtener información de primera mano, que no está plasmada en reportes o datos históricos. La información secundaria es aquella que otras personas obtuvieron e hicieron disponible por medio de presentaciones, reportes, escritos académicos, y también datos históricos que se puede encontrar en fuentes como estados financieros.

Herramientas de Investigación Empresarial en Puerto Rico

En el caso de Puerto Rico, en los últimos años se ha visto un creciente interés en el desarrollo económico local (Aponte et al., 2020). Por esta misma razón, tanto agencias gubernamentales como privadas se han dado a la tarea de desarrollar oficinas, proyectos y recursos que provean a los empresarios ayuda y recursos necesarios para obtener información, así como guía y apoyo en su aventura de establecer un negocio.

Viabilidad Conceptual

Para analizar la viabilidad conceptual de un negocio, las herramientas principales son aquellas que permiten obtener información primaria: observación, entrevistas, cuestionarios y grupos focales. Todas estas suelen hacerse en persona, pero con los avances tecnológicos, y ahora con una pandemia, es viable, e incluso deseable, que estos se lleven a cabo de forma virtual a través de páginas disponibles en línea, redes sociales, plataformas de video llamadas, entre otros. Por la facilidad de acceso a estos recursos a través del Internet, estas herramientas no solo están disponibles para personas en Puerto Rico, sino para personas en cualquier parte del mundo, y permiten conectar con gente a kilómetros de distancia.

También, otra fuente de información es aquella disponible a través de asociaciones profesionales en sus directorios, revistas, escritos, reportes, etc. Estas te permiten conocer la competencia, pero también posibles clientes, suplidores y colaboradores.

Viabilidad Operacional

Para analizar la viabilidad operacional, las herramientas principales con las que cuenta un empresario son las agencias gubernamentales, las organizaciones privadas, las páginas electrónicas, las ferias de empleo, las firmas profesionales, los realtors y los corredores de bienes raíces.

La primera herramienta son las agencias gubernamentales. Estas agencias pueden ayudar al empresario a encontrar recursos humanos e infraestructura disponible. En el caso de necesitar recursos humanos el empresario puede acudir al Departamento del Trabajo y solicitar empleados. También existe la agencia gubernamental llamada PRIDCO, a la cual el empresario puede acudir para encontrar infraestructura disponible en donde pueda establecer su negocio.

Como segunda herramienta se encuentran las organizaciones privadas. Estas organizaciones pueden ayudar al empresario a conseguir recursos humanos, ya que hay agencias que se dedican específicamente a conseguir el recurso humano que necesita una empresa. También, hay organizaciones donde el empresario puede obtener servicios de infraestructura como lo son los servicios de limpieza y los servicios de desperdicios sólidos. Esta herramienta también ayuda al empresario a conseguir capacidad tecnológica, que es ese equipo o maquinaria necesaria para las operaciones de la empresa.

La tercera herramienta son las páginas electrónicas. Estas páginas electrónicas pueden ayudar al empresario a encontrar recursos humanos. En internet hay disponible varias páginas en donde se pueden colocar ofertas de empleo y se puede encontrar a la persona idónea para el puesto que está necesitando cubrir la compañía. En las páginas electrónicas también se puede conseguir infraestructura disponible para establecer el negocio. Hay páginas en donde se puede hacer una búsqueda de locales, oficinas, etc. que estén a la venta o para alquiler en el lugar de preferencia del empresario.

En adición, la cuarta herramienta son las ferias de empleo. En las ferias de empleo el empresario puede encontrar recursos humanos con la preparación académica necesaria para ocupar una posición en la compañía. Una feria de empleo bastante conocida es la que se realiza en la Universidad de Puerto Rico en Mayagüez. En la actualidad, debido a la pandemia estas ferias de empleo se están realizando de forma remota por medio del internet, pero en la normalidad se llevan a cabo de forma presencial.

La quinta herramienta son las firmas profesionales. En las firmas profesionales el empresario puede encontrar recursos que pueden ser contratados para brindar servicios profesionales. Estos servicios son necesarios para obtener asesoramiento o para atender

diferentes áreas del negocio cuando sea necesario. Algunos ejemplos de estos profesionales son: abogados, contadores públicos autorizados, consultores gerenciales, especialistas en mercadeo, etc. (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019).

La sexta y última herramienta son los realtors y los corredores de bienes raíces. Los realtors y los corredores de bienes raíces pueden ayudar al empresario a conseguir la infraestructura disponible para poder establecer el negocio. Los realtors y corredores de bienes raíces pueden facilitar de forma más rápida un establecimiento en un lugar específico. Lo que ayuda al empresario a ahorrar tiempo y esfuerzo en la búsqueda de infraestructura.

Viabilidad de Mercado

Cuando se va a analizar la viabilidad de mercado, se utilizan herramientas que proveen información primaria y secundaria. Las herramientas disponibles para conocer información primaria para analizar la viabilidad de mercado son las mismas que se utilizan en la viabilidad conceptual. En adición a estas, hay herramientas para obtener información secundaria tales como: Internet, páginas amarillas, agencias de gobierno, organizaciones profesionales, bancos, y periódicos, revistas especializadas y o del sector de negocios.

Puerto Rico tiene la particularidad de que es territorio de los Estados Unidos y, por lo mismo, participa del censo poblacional que lleva a cabo esta nación cada 10 años, y así como del censo económico que se lleva a cabo cada 5 años. Esta es una de las principales herramientas de investigación empresarial, relevante y necesaria, para determinar el mercado meta del negocio a ser establecido. El censo te permite conocer cuantas personas hay aproximadamente en una zona geográfica, su ingreso aproximado (importante para conocer el valor adquisitivo del cliente potencial), edades, sexo, cantidad de personas en el núcleo familiar, entre otros datos relevantes que permiten ser preciso al momento de establecer el mercado meta.

También hay otras páginas que ofrecen estadísticas que pueden ayudar a determinar con precisión el mercado meta de la empresa. Entre estas páginas se encuentran las páginas de las universidades que ofrecen datos de su matrícula y personal docente y no docente. Si hay un negocio que está considerando servir a esta comunidad o establecer su localidad cerca de una universidad, estos datos les pueden ayudar.

Otra fuente de información relevante, antes mencionada, que permite conocer quienes pueden ser los clientes potenciales de un negocio, pero también sus suplidores, colaboradores y competencia, son las organizaciones profesionales. En Puerto Rico hay organizaciones profesionales para casi todas las industrias, y algunas tienen más de una. La gran mayoría de estas organizaciones profesionales cuentan con directorios o registros de socios que permiten

identificar por zona geográfica quienes están ofreciendo servicios en una industria en específico.

De tener dudas de cómo llevar a cabo el proceso de análisis de viabilidad, no saber dónde conseguir más información, o no tener claro qué información es relevante, existen entidades dispuestas a ayudar, algunas incluso sin costo alguno. Entre estas entidades se encuentra el Centro de Negocios y Desarrollo Económico, Colmena66, Centro Empresarial para la mujer, Puerto Rico SBTDC, entre otros. Estos ofrecen guía en el proceso de establecer un negocio, y pueden apoyar en el proceso de analizar la viabilidad del mismo.

Viabilidad Económica

Para determinar la viabilidad económica, que usualmente puede ser la más retante de analizar cuando se está evaluando la viabilidad de un negocio, hay entidades alrededor de toda la isla que proveen asesoría financiera, o que incluso se les puede contratar para que lleven a cabo el análisis. También hay incubadoras, aceleradoras y redes, como Colmena66, Parallel 18 y el Eship Network, que orientan, ayudan a identificar y aplicar a las distintas oportunidades de financiamiento. En adición, para conseguir fondos se puede ir a bancos como el Popular, redes de *angel investors* como el Caribbean Investment Network, y solicitar fondos gubernamentales a través del Single Business Portal.

Herramienta

Luego de evaluar todas las fuentes de información disponible, nos dimos a la tarea de desarrollar una base de datos de los recursos disponibles en Puerto Rico para conseguir información relevante que permite la realización del análisis de viabilidad de una compañía. Esta base de datos está disponible [aquí](#), y autorizamos a que la misma sea utilizada por el Centro de Negocios y Desarrollo Económico para brindar apoyo a emprendedores. También autorizamos que la misma se pueda editar para actualizarla con más recursos disponibles.

Conclusión

Analizar la viabilidad de un negocio proporciona al empresario información específica y útil para determinar si los beneficios económicos justifican los riesgos (Jebrin, 2017). Este análisis es importante para formalizar, documentar y validar la idea de negocio, minimizar riesgos y aumentar sus probabilidades de éxito. Cuando se realiza el mismo se puede demostrar la viabilidad del negocio a inversionistas, dueños e instituciones financieras y estimar el rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial (Centro de Negocios y Desarrollo Económico, 2019). Aunque no existe un método específico para realizar un análisis de viabilidad, es recomendable analizar aspectos conceptuales, operacionales, económicos y de mercado del negocio propuesto.

Existen múltiples herramientas que permiten la obtención de información relevante, tanto primaria como secundaria. En Puerto Rico existen una gran cantidad de recursos y herramientas disponibles para los emprendedores que quieren establecer su negocio. Algunos permiten obtener información para que sea el empresario el que lleve a cabo el análisis de viabilidad por su cuenta, mientras que otros le ofrecen al empresario apoyo y guía en el proceso.

Esperamos que la información obtenida en este trabajo y recopilada en la herramienta generada para ser utilizada por emprendedores les facilite la obtención de información relevante, les permita conocer la viabilidad de su negocio y acceder a las ayudas desarrolladas para simplificar el proceso.

Reflexión personal Liz

Como estudiante de administración de empresas e investigadora que lleva dos años analizando el ecosistema de innovación de la industria de ciencias vivas en Puerto Rico, he escuchado, visto con mis propios ojos y llegado a la conclusión de que es necesario para el desarrollo y crecimiento económico de la isla, fomentar el emprendimiento local en todas las industrias.

Desarrollar este instrumento fue retante en el aspecto de que hay muchos recursos disponibles para obtener información y el tiempo es limitado, y poder clasificar lo encontrado para hacerlo disponible fue trabajoso. Por lo mismo, tener la oportunidad de simplificar de alguna forma los recursos disponibles para que los emprendedores, que no necesariamente conocen de empresarismo, puedan digerirlos mejor, me parece que es algo importante y necesario, y me alegra aportar con ello de alguna manera.

Tener la oportunidad de contribuir al emprendimiento en la isla por medio de este trabajo me parece un privilegio, en especial en estos momentos en medio de una pandemia que tantas personas han perdido sus empleos y han optado por comenzar su propio negocio.

Me parece imprescindible que todos pongamos nuestro granito de arena en este aspecto, y que si no tenemos la idea o la valentía para establecer nuestro propio negocio, podamos poner de nuestra parte apoyando a los que sí lo hacen, ya sea comprando sus productos, ofreciéndoles mentoría y apoyo, promocionandolos, etc.

Reflexión personal Laura

El proceso de investigar sobre el tema de análisis de viabilidad me ha ayudado a conocer cuán importante es la realización de este estudio antes de invertir en una idea de negocio. El establecer un negocio no es algo que se deba hacer sin planificación, conlleva un proceso de estudio y de análisis para saber si es recomendable establecerlo. A lo largo de la investigación pude ir descubriendo lo indispensable que es que el empresario conozca cómo analizar cada aspecto del negocio, ya sea conceptual, operacional, de mercado y económico. El análisis de viabilidad es un estudio bastante completo que indica cuán viable es establecer un negocio respecto a todas las áreas, pero lo primordial es que nos indica si trae beneficios económicos el establecer ese negocio.

El convertirme en asesora de una PYME en el tema de análisis de viabilidad y las herramientas que el empresario tiene disponibles para analizar la viabilidad de un negocio, me pareció una experiencia muy enriquecedora. Esto se debe a que no solo adquirí mucho conocimiento para compartirlo con personas que quieran establecer un negocio, sino que será muy beneficioso para poder aplicarlo en un futuro, si establezco un negocio.

El desarrollar un instrumento para que los empresarios puedan acceder a los recursos disponibles me dio la oportunidad de percatarme de muchas de las herramientas que existen para poder realizar el análisis de viabilidad. Creo que lo más difícil de crear este instrumento fue la búsqueda de los recursos. No hay un lugar que diga específicamente donde se encuentran todos los recursos que hay disponibles. Así que fue un poco complicado el buscar uno por uno esos recursos que ayudan a los empresarios a estudiar cada área de viabilidad.

Al final, queda una gran satisfacción de saber que hemos creado un instrumento el cual puede ser muy beneficioso para los empresarios que quieran establecer un nuevo negocio y que no saben cómo tener acceso a la información. Creo que puede ser de gran utilidad este instrumento para ellos. Además, el instrumento puede utilizarse con el paso del tiempo, ya que tiene la facilidad de que puede actualizarse con el paso de los años y añadirse más recursos para los empresarios.

Referencias

- Aponte, M. et al. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Puerto Rico 2019*. GEM Puerto Rico. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/346107121_Informe_Puerto_Rico_GEM_2019
- Centro de Negocios y Desarrollo Económico. (2019). *Cómo Iniciar, Desarrollar y Administrar un Negocio Pequeño en Puerto Rico* (Quinta Edición). Colegio de Administración de Empresas, Universidad de Puerto Rico, Recinto Universitario de Mayagüez.
- Comas, M. (2018). *Guía para el Establecimiento y Desarrollo de una Empresa Agrícola*. Servicio de Extensión Agrícola, Recinto Universitario de Mayagüez. https://www.colmena66.com/docs/default-source/default-document-library/recursos-agr%C3%ADcolas/gc-plan-para-el-establecimiento-y-desarrollo-de-una-empresa-agr%C3%ADcola.pdf?sfvrsn=5e730e84_2
- Ionut, C. (2015). The Importance Of The Feasibility Study For The Business Plan. *Annals - Economy Series, 1*, 515-519. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Importance-Of-The-Feasibility-Study-For-The-Ionut/62aa1ac79559e3e8147b970cadf4828ba0d5b070#references>
- Jebrin, A. (2017). The Theoretical Strategic Approach in the Feasibility Study. *Journal of Economics, Management and Trade, 19*(2), 1-14. <https://doi.org/10.9734/JEMT/2017/36268>
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Staines, G. M., & Quiñones, A. D. (1998). Investigación de mercados.