



# El emprendedor y el plan de empresa

---



«Un montón de piedras dejan de ser un montón de piedras, desde que un solo hombre las contempla, dibujando dentro de sí la imagen de una catedral.»

ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY, autor de *El Principito*.



# El emprendedor y el plan de empresa



# #Emprendedores

## El Chupa Chups

¿Cómo surgió la idea? → **Observación y detección de una necesidad insatisfecha.** Hasta 1997 se han vendido 40.000 millones de Chupa Chups en todo el mundo. **Innovación por creación de producto.**

"Es redondo y dura mucho, chupa Chups"



## La fregona

Manuel Jalón, ingeniero aragonés, concibió la idea de la fregona por casualidad, mientras conversaba con un amigo tomando un café en un bar. Al principio no fue un éxito por el material (metal) caro y poco práctico, por lo que realizaron mejoras en el producto hasta ser de plástico → **Innovación por mejora de producto.**



## La bombilla

Edison percibió las posibilidades de ese objeto y perseveró hasta lograr una bombilla incandescente. Dicen que realizó más de mil intentos hasta que lo consiguió.

«¿Fracasos? No sé de qué me hablas. En cada ensayo descubrí un motivo por el cual una bombilla no funciona. Ahora ya sé mil maneras de cómo no hacer una bombilla. »

En realidad muchas ideas que se atribuyen a Edison fueron de Tesla (700 patentes).

**Innovación por perseverancia**





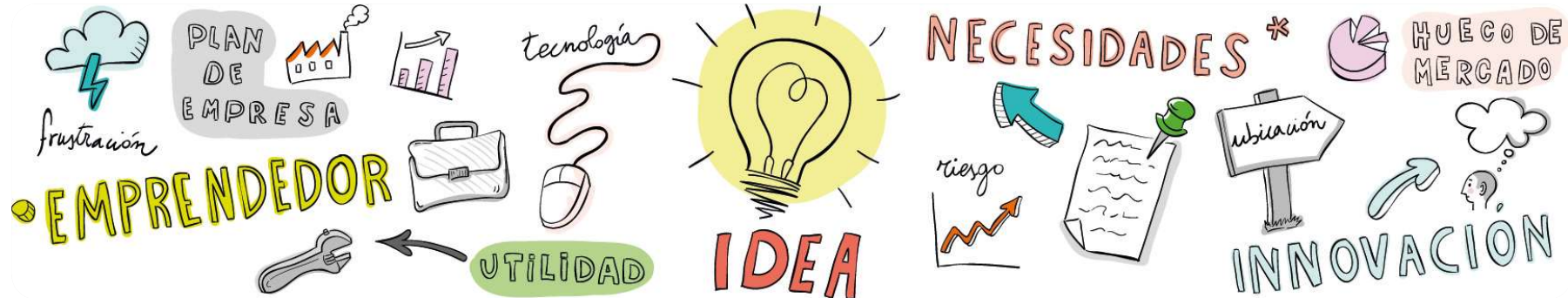
**1. ¿Cuál es la clave para que la idea inicial de Enric Bernat funcionara y la de Manuel Jalón no?**

**2. ¿Qué rasgos de personalidad comunes podemos atribuir a estos emprendedores?**

**3. Explica esta frase de Tesla: «El presente es vuestro, pero el futuro es mío».**



# Conceptos básicos



En esta unidad profundizaremos en los siguientes conceptos:

1. El emprendedor
2. Los intraemprendedores
3. Idea de negocio
4. ¿De dónde surgen las ideas de negocio?
5. ¿Por qué fracasan las ideas de negocio?
6. Plan de empresa o plan de negocio



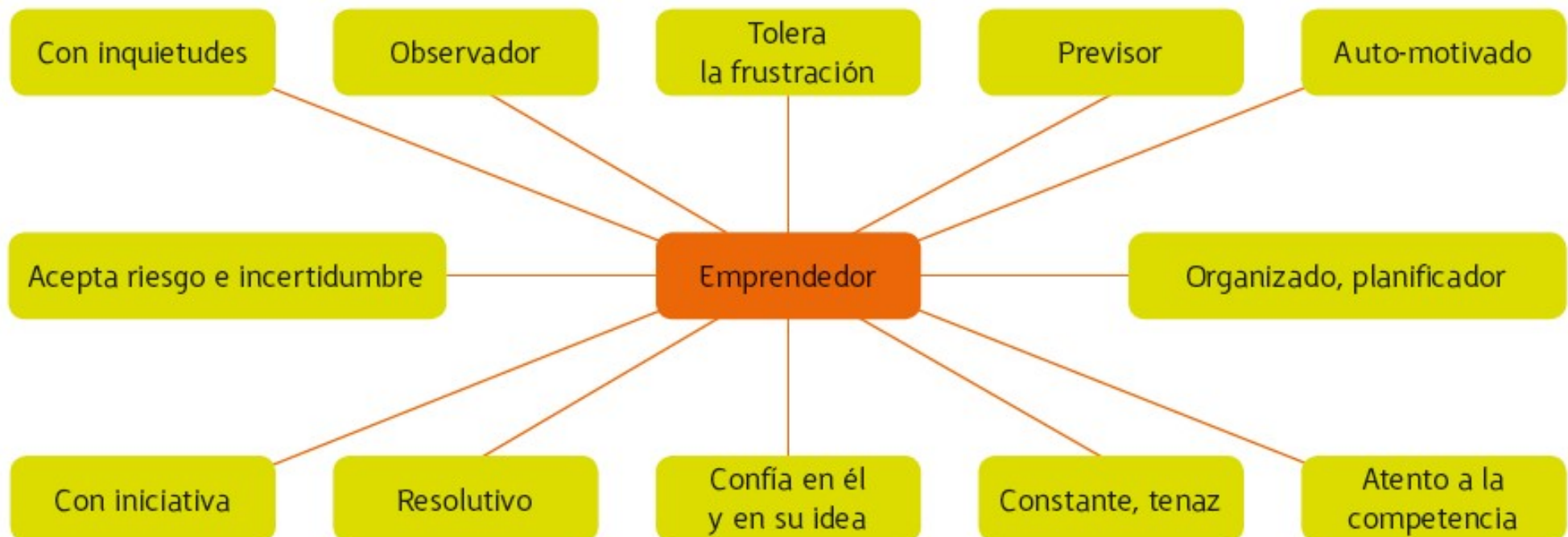
# Conceptos básicos

## 1. El emprendedor

## 1. El emprendedor

Un **emprendedor** es una persona que identifica oportunidades de negocio y organiza los recursos necesarios para aprovechar estas circunstancias.

Cualidades del emprendedor:





**4. Realiza una tabla con las ventajas e inconvenientes de emprender.**

**5. Elige las cualidades que te parezcan más relevantes para un emprendedor (4 o 5).**

**6. Busca información sobre un emprendedor que te llame la atención: a qué edad emprendió, qué estudió, de dónde consiguió el dinero, cuántas empresas ha creado...**

<https://aulaempresa.wordpress.com/2015/07/19/elisabeth-holmes-joven-inteligente-empresaria-y-multimillonaria/>





### EJEMPLO 1. Juventud y emprendimiento: Pep Gómez

Así lo ilustra el caso de **Pep Gómez**, empresario español que se inició con tan solo 14 años creando una especie de Twitter para empresas. Con 18 años, Google le contrató y recientemente acaba de constituir su cuarta empresa, todas ellas vinculadas a Internet.

El caso de Pep Gómez no es un caso frecuente en nuestro país, pero tampoco es aislado; podemos ver otros ejemplos de emprendimiento como los de **Javier Agüera**, fundador de GeeksPhone (móviles para aplicadores) y BlacksPhone (enfocado a la privacidad), el de **Pau García-Milà**, creador del escritorio *on-line* EyeOs, **Xavier Verdaguer**, cuya empresa Innovalley crea ropa inteligente, o **Pedro Tomás Delgado**, fundador de Aquaphytex, dedicada a la depuración de agua mediante el uso de plantas.

### EJEMPLO 2. Las gafas Hawkers

Los fundadores de **Hawkers**, unas gafas de sol de colores espejados que causan furor en medio mundo, son cuatro jóvenes de Elche menores de 30 años y de perfil variado (programación, diseño y empresa) y no son nuevos en negocios de Internet.

Con una medida estrategia de publicidad y comunicación en Facebook y otras redes sociales, esta empresa alicantina ha colocado sus gafas de colores en medio mundo. En menos de tres años han conseguido facturar un millón y medio de euros y el negocio ya cuenta con 38 empleados.

Comenzaron vendiendo *on-line* las gafas americanas Knockaround. Luego, consideraron que si ellos mismos fabricaban, *todo quedaría en casa*: las decisiones, la distribución, la marca y los beneficios. Crearon una tienda virtual a través de shopify.com, una compañía que facilita la creación de webs para el comercio electrónico, y se lanzaron a promocionarla en Facebook. Los primeros ingresos se reinvirtieron en comprar más gafas y hacer más publicidad, una estrategia que el tiempo les ha demostrado que era la correcta.

**9. Indaga sobre algunos de los proyectos más exitosos surgidos en nuestro país. Resume a qué se dedican y quién los fundó: Tuenti, Privalia, Softonic, eDreams, Wallapop, Minube.com, Cabify.**





# Conceptos básicos

## 2. Los intraemprendedores

Los llamados intraemprendedores son empleados de gran valía para las empresas, por su iniciativa, su capacidad creativa, su tenacidad...

A diferencia del emprendedor, **el intraemprendedor trabaja por cuenta ajena**, y no para su propia organización. Es el responsable de desarrollar oportunidades de negocio dentro de una empresa, pero manteniendo un salario.

Un intraemprendedor cuenta con la infraestructura de la empresa para desarrollar su idea, de modo que, a diferencia de un emprendedor, se reduce tanto el coste como el riesgo.

Empresas como Google, Telefónica, Orange, etc., desarrollan medidas para facilitar a sus empleados la creación de ideas o proyectos que pueden ser beneficiosos para la organización.



### EJEMPLO 3. Ejemplos famosos de intraemprendimiento

- **Billpoint**, el sistema de pago de eBay que acabó cerrando cuando fue sustituido por PayPal.
- El **Post-It** de 3M, las famosas notas amarillas.
- La **PlayStation** de Sony.
- El lenguaje de programación Java de **Sun Microsystems**.
- **AdWords** y **Google Earth** de Google y el iPod de Apple fueron proyectos de los propios empleados de las compañías, ya que en ellas se permitía a sus trabajadores disponer de un 20 % de su tiempo laboral en proyectos personales que mejoraran el funcionamiento de la empresa.

### EJEMPLO 4. Premiar a los intraemprendedores

Algunas empresas se han dado cuenta de lo valiosos que pueden ser los trabajadores cuando se les deja autonomía y se escuchan sus propuestas.

Igual que Google, **Telefónica** tiene dos líneas abiertas: Idealab y Equipo Emprendedores, en las que ofrece un 15 % de tiempo libre durante cuatro meses, concede a los trabajadores premios económicos por sus ideas y la posibilidad de participar en su implementación.

Otras crean concursos, como el Hackaton de **Facebook**, que premia las mejores ideas de sus trabajadores, o los galardones de **Gas Natural Fenosa**.

Y otras crean canales para escuchar a sus empleados. Por ejemplo, **Orange** y **Aviva** lanzaron un portal corporativo en el que cualquier empleado podía lanzar sugerencias. Pero no se quedan en la simple propuesta, sino que a cada paso de la cadena de innovación le corresponde una cantidad de puntos que se canjean por dinero si el proyecto va superando las distintas etapas, desde que se lanza la idea hasta que se pone en marcha; la implantación de la idea, por ejemplo, supone 20 puntos o, lo que es lo mismo, 200 €.



**10. ¿Qué acciones desarrollarías si tuvieras una empresa de 300 empleados y quisieras conocer quiénes tienen buenas ideas o propuestas que pueden incrementar los beneficios de la compañía?**

**11. ¿Por qué crees que Google dejó de permitir a sus trabajadores que dedicaran el 20% de su jornada de trabajo a desarrollar ideas o proyectos personales que les apetecieran?**



# Conceptos básicos



## 3. Idea de negocio

Hay dos características que favorecen el éxito de una idea empresarial: que la idea sea útil y que sea innovadora.

### Idea útil

Una **idea útil** es aquella que satisface necesidades en el consumidor. De esta manera, los clientes estarán dispuestos a comprar nuestro producto frente a otras opciones de la competencia. La observación o el estudio de mercado es, por tanto, un paso importante en la selección de una buena idea de negocio.

### Idea innovadora

Una **idea innovadora** es aquella que introduce un elemento diferente, es decir, que introduce un elemento diferencial en lo que hasta ahora existe en el mercado.





### EJEMPLO 5. Idea útil

Una **idea útil** que está comercializándose actualmente es una tarjeta plástica que permite guardar todas las contraseñas que utilizamos para navegar por Internet. Están encriptadas por si fuera robada. También permite importar y exportar certificados digitales.

### EJEMPLO 6. Los «solteros»

Un hueco de mercado actual son los **solteros**. Se están convirtiendo en objeto de atención preferente para algunas empresas, que tratan de responder a su necesidad de buscar pareja o de resolver problemas de la vida cotidiana. Así, hay agencias de viaje especializadas en este colectivo, o páginas webs que facilitan encuentros sentimentales o empresas que se encargan de realizar la colada y la plancha a estas personas.

**NOVEDAD**

Gracias a la tecnología NFC, ahora podrás consultar en tu smartphone los datos privados almacenados en tu tarjeta **Safe Keeper Card mobile**. Mantén tus datos privados 100% seguros con tu tarjeta **Safe Keeper Card mobile**.

Descárgate la App GRATIS en: Google play

**SAFE KEEPER CARD**

**12. ¿Qué es innovar: crear un producto nuevo o mejorar uno existente?**

**13. ¿Estás de acuerdo con esta frase?: «Demasiadas personas gastan demasiado dinero en comprar cosas que no quieren, para impresionar a gente a la que no les importa».**



**14. Otro hueco de mercado son los *kidults*. Busca información sobre quiénes integran este colectivo y sobre el tipo de productos o servicios que las empresas les ofrecen.**

<http://www.20minutos.es/noticia/385162/0/kidult/>

<https://www.estilodf.tv/estilodevida/descubre-que-tan-kidult-eres-con-este-sencillo-test/>





# Conceptos básicos

## Tipos de innovación

Dpto I+D+i

Innovación de producto

A través de un producto nuevo o modificando uno existente. Es la más habitual. Es importante registrar nuestra invención para evitar el plagio.

Innovaciones de proceso

En la manera de producir el producto, como el método de producción en cadena o el método *Just in time*.

Innovación en marketing

En las acciones que se desarrollan para incrementar las ventas y la satisfacción de los clientes con el producto.

Innovación en la organización

En la organización o gestión de los recursos humanos, fomentando el trabajo en equipo, la jerarquía horizontal, los horarios flexibles, etc.



### **EJEMPLO 7. Idea innovadora que se comercializa en EE. UU.**

Un inhalador de alimentos calóricos de la marca **Vaportrim** para personas que quieren controlar su peso. El aroma viene encerrado en un tubo hermético que se abre cuando las ganas de comer superan los buenos propósitos. El aroma engaña al cerebro reprimiendo las ganas de comer. O eso dicen...

**15. Compara los pros y los contras de lanzar un producto nuevo y los de modificar uno ya existente en el mercado. Para ello, elabora una tabla de doble entrada donde detalles las ventajas e inconvenientes de cada una de estas opciones.**

**16. Modificar algo que ya comercializa otra empresa ¿es un plagio? ¿Crees que estará protegido por los derechos de autor o de propiedad intelectual?**



## EJEMPLO 8. Impresoras 3D

Un nuevo desarrollo tecnológico puede ser fuente de inspiración para diferentes especialistas. Es el caso de las **impresoras 3D**, que abren el abanico a muchas formas de innovar en los negocios de distintos sectores profesionales. En todos estos ejemplos, se trata de una innovación de producto, proceso, marketing y organizativa.

- Los diseñadores lo están empleando para crear vestidos, zapatos o complementos a medida, con diseños exclusivos.
- En restauración, ya se han dado los primeros pasos para imprimir pizzas comestibles, hamburguesas, galletas y hasta tostadas con dibujos personalizados.
- En arquitectura, se han empezado a construir edificios a partir de materiales impresos en 3D. De hecho, la NASA planea crear bases habitables en la Luna y en Marte en breve.
- En ingeniería, se trabaja en la impresión de maquinaria y herramientas específicas a las necesidades, así como en la creación de pequeñas piezas a medida.
- En medicina, se han comenzado a crear prótesis personalizadas y reemplazo de órganos impresos con una impresora 3D con «tinta» hecha de células madres.



**17. Identifica los tipos de innovación que se dan en estos negocios reales. Puede tratarse de una innovación de producto, de proceso, de marketing, de organización o de una mezcla de ellas.**

- **Un refresco lanza un nuevo sabor a lima con un toque picante.**
- **Una marca de bebidas con gas decide cambiar el formato de sus latas para hacerlas más altas y estrechas.**
- **Una hamburguesería ha comenzado a ofertar variedades vegetarianas.**
- **Un colchón de cama incorpora una caja fuerte disimulada.**
- **Un restaurante prohíbe a sus clientes hablar y usar el móvil para que nada les distraiga de la experiencia gastronómica.**
- **Una marca de corbatas las cuelga en los autobuses como agarraderos para hacer publicidad.**
- **Un cine vende entradas «a ciegas», de manera que los compradores no saben qué película van a ver.**
- **Una película a punto de estrenarse sobre magos sorprende a los transeúntes de una calle comercial muy transitada realizando inesperados trucos de magia.**
- **Un centro comercial ha incorporado carritos con escáner para agilizar la compra.**
- **Un supermercado de barrio ha instalado cajas de autopago.**
- **Una compañía instala toboganes y mesas de ping-pong para crear un ambiente de trabajo más ameno y relajado.**
- **Una empresa incorpora pelotas de *fitness* y pedales estáticos para que sus empleados puedan realizar ejercicio físico mientras están sentados.**



# Conceptos básicos



## 4. ¿De dónde surgen las ideas de negocio?

Hay distintas fuentes de inspiración, aunque todas ellas exigen una mentalidad abierta y una buena capacidad de observación. Algunas de ellas son:

- Mejorar un producto existente.
- Mejorar un aspecto del propio negocio.
- Detectar necesidades sin satisfacer de algunas personas.
- Identificar una oportunidad de negocio, un hueco de mercado.
- Desarrollar una afición personal en un momento de necesidad personal.
- Copiar las ideas de negocio que están siendo exitosas en otros países.

**18. Piensa en un producto o servicio que se pueda mejorar. O bien, reflexiona sobre una necesidad sin cubrir por las empresas. Si no se te ocurre nada, piensa en los objetos que utilizas a diario y en cómo podrían mejorarse o recuerda aquella vez que te preguntaste: «¿por qué no habrán inventado...?» Por muy estrafalaria que te parezca tu idea, anótala. En el ejercicio siguiente, comprobarás que muchas de ellas ya han sido inventadas y se comercializan.**





**19. Busca en Internet si las ideas que has desarrollado en el ejercicio anterior ya existen y están a la venta. Compara tus resultados con los de tus compañeros de clase.**

**Piensa en cuál de todas las causas vistas está en el origen de estos negocios:**

- **Rapimoto es una empresa que ofrece chófer temporal para conducir el vehículo del cliente cuando este no está en disposición de hacerlo (por ejemplo por haber consumido alcohol en exceso). Se desplazan al lugar en una moto, que luego guardan plegada en el maletero del coche del cliente. Este servicio existía en Londres, pero en España no, por lo que decidieron lanzarlo en nuestro país.**
- **Un día que Luis Ortega acompañaba a su padre a los campos de cultivo, observó que los tomates de los extremos —con más estrés hídrico porque recibían menos agua— tenían un color diferente y un sabor mucho más intenso y dulce. El joven agricultor convirtió su experiencia en un reto personal: cultivar un tomate de auténtico e intenso sabor, lo que dio lugar al tomate Kumato®. Su tono verdoso confundió inicialmente a los clientes, que creían que se trataba de tomates inmaduros de poco sabor.**
- **Un alto número de maletas son extraviadas en los aeropuertos; de ahí surgió la idea de WimBag, un pequeño dispositivo que se sitúa en el equipaje y nos manda información a nuestro móvil sobre la maleta: dónde está, si ha sido abierta, etc.**





- Los productores de *lamejornaranja.com* se dieron cuenta de que resultaba más rentable si distribuían ellos mismos la fruta a domicilio que si la vendían a mercados, tiendas de alimentación y centros comerciales. Lograron compensar los gastos de transporte con la eliminación del beneficio que se quedaban los intermediarios. La promoción a través de Internet permitió contar con pocos gastos de publicidad y marketing.
- La plataforma web Enviroo detectó las dificultades para que emprendedores ecológicos presentaran sus propuestas a los clientes, dado que son empresas pequeñas, de reciente creación y con recursos económicos limitados. Así surgieron los GreenDrinks madrileños, unos encuentros mensuales para promocionar el desarrollo sostenible.
- David Calle, ingeniero de telecomunicaciones, se quedó sin trabajo como consultor. Entonces decidió volver a dar clases particulares, algo que ya había hecho para financiar sus estudios universitarios. Tras dos años en una academia, decidió montar la suya propia, pero los alumnos escaseaban. De ahí que surgiera la idea de crear Unicoos, un canal de YouTube donde aloja vídeos de matemáticas, física, química y tecnología, dirigidos a estudiantes de Secundaria y Bachillerato.



# Conceptos básicos



## 5. ¿Por qué fracasan las ideas?

Las causas de un fracaso empresarial son variadas y no se agotan en las que vamos a exponer a continuación.

- La falta de planificación sobre la ubicación apropiada, los clientes idóneos, la previsión de ingresos, etc.
- Iniciar el negocio por razones equivocadas, como acabar con una situación de desempleo, por lo que se tenderá a invertir poco capital y a esperar una rentabilidad inmediata.
- Inhabilidad para la gestión de personal.
- Escaso capital.
- Ubicación inadecuada.
- Incurrir en gastos excesivos.
- Marketing ineficaz.
- Descuidar la atención al cliente.
- Ambición para crecer en poco tiempo.
- Errores en la gestión financiera.



## EJEMPLO 9. Morir de éxito: el LZR Racer



Hace años, Speedo lanzó al mercado un bañador innovador: el **LZR Racer**. Pensado para nadadores de élite, su fabricación se había realizado en colaboración con la NASA. Sus creadores lo bautizaron como *el bañador más rápido del mundo*. Y así quedó demostrado meses después en los Juegos Olímpicos de Pekín: los récords del mundo de natación se habían batido 93 veces gracias a los LZR.

El bañador carece de costuras, ya que las distintas piezas están unidas por ultrasonidos. Está fabricado con nailon y elastano, además de paneles ultrafinos de poliuretano, capaces de repeler el agua y de comprimir el cuerpo, haciéndolo más hidrodinámico.

El nadador siente que se desliza con facilidad y que se reduce su resistencia al agua. «Cuando nado con él, me siento como un cohete», aseguró una famosa nadadora que fue contratada para su presentación.

Y con el éxito llegó la polémica. La Federación Internacional de Natación lo prohibió, por considerarlo un «dopaje tecnológico» y dejar en desventaja a los países más pobres, ya que el bañador costaba unos 440 €.

**20. Explica esta frase de Séneca: «Una persona inteligente se repone pronto de un fracaso. Un mediocre jamás se recupera de un éxito».**

**21. Piensa en negocios de tu barrio que hayan cerrado y explica por qué. Si no se te ocurren muchos motivos, piensa en todas las fases que hay que seguir hasta crear un negocio.**

**22. Reflexiona sobre el caso del LZR Racer: ¿crees que la competencia tuvo algo que ver en la prohibición del bañador? ¿Crees que el éxito del producto se debió al «dopaje tecnológico» de los atletas, a una buena campaña de marketing que eligió a los mejores nadadores para su promoción o a ambas?**

**23. ¿Se te ocurre algún otro motivo más por el que un negocio pueda fracasar que no esté contemplado en este epígrafe?**

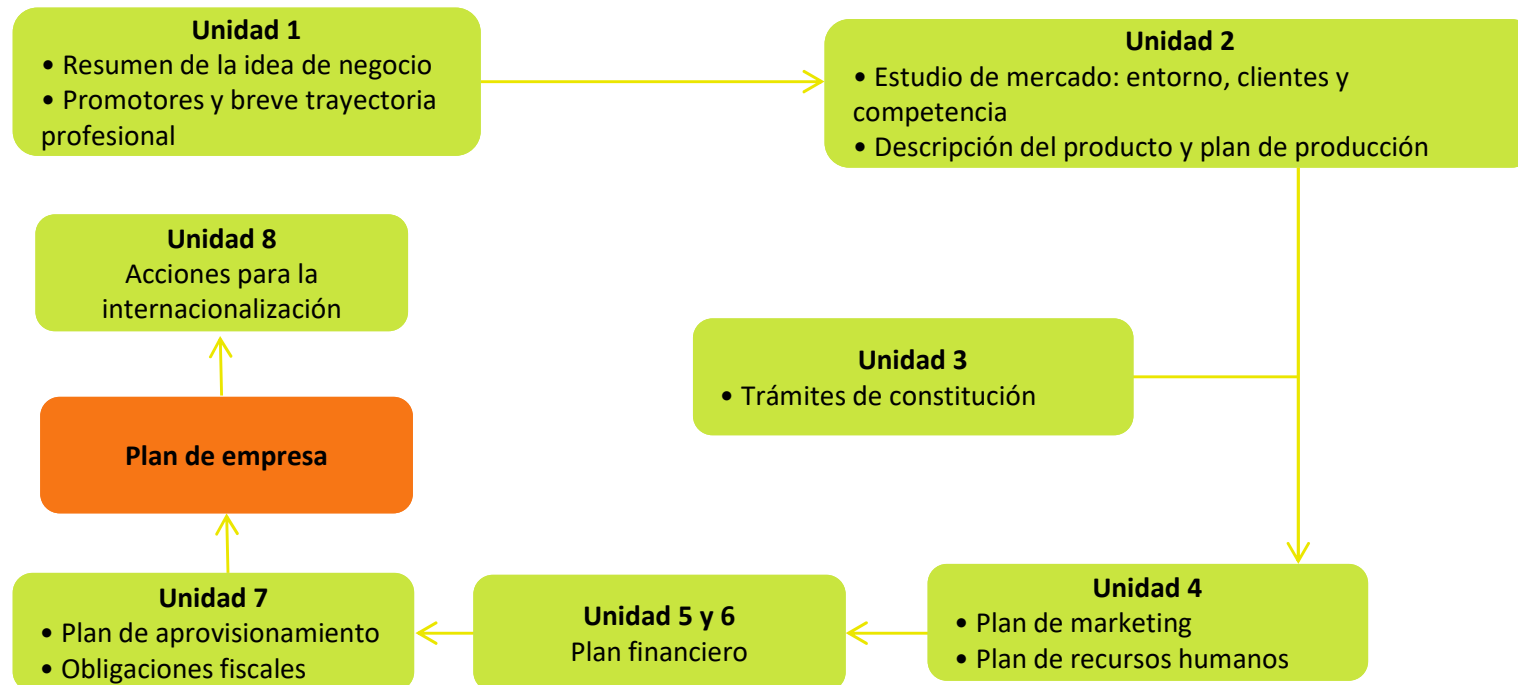


# Conceptos básicos

## 6. Plan de empresa o plan de negocio

Un **plan de empresa** o plan de negocios es el documento donde se desarrolla de forma sintética, pero exhaustiva, toda idea de negocio. Este plan incluye, a su vez, otros documentos adicionales, como: el **estudio de mercado**, el **plan de producción**, el **plan de marketing** o el **plan financiero**.

A través de las diferentes unidades, te iremos guiando para que puedas dar forma a tu plan de empresa.







# Simulación empresarial

Ahora comenzaremos a realizar la simulación propiamente dicha, en la que te proponemos constituir una empresa junto a otros compañeros de clase (entre dos y tres). Este equipo de trabajo se mantendrá estable todo el curso y nos referiremos a sus integrantes como los socios de la empresa. Iremos elaborando la empresa a través del trabajo con fases secuenciales de dificultad progresiva, apoyadas por ejemplos, que culminarán con la propuesta de unas actividades de simulación.

## **Fases de la Simulación empresarial**

Fase 1. Generación de ideas

Fase 2. Selección de la mejor idea

Fase 3. Evaluación de la idea

Fase 4. Elección de nombre y logotipo

Fase 5. Ubicación del negocio

Fase 6. Diseño del espacio físico

Fase 7. Motivos para emprender

Fase 8. Perfil de los socios

En esta primera unidad, vamos a comenzar por pensar una idea y darle forma hasta concretarla en un proyecto de negocio. El objetivo final será guiaros para que redactéis los dos primeros apartados de vuestro plan de empresa:

1. Elaboración de la idea de negocio.
2. Socios y trayectoria profesional.



# Simulación empresarial



## Fase 1. Generación de ideas

El *brainstorming* o lluvia de ideas es una técnica originariamente utilizada en publicidad creativa para generar multitud de ideas originales en un entorno relajado. Consiste en decir y anotar todas las ideas que surjan, sin descartarlas bajo ningún motivo. Como decía el químico norteamericano Linus Pauling: «La mejor forma de tener una buena idea es tener muchas ideas.»

El **brainstorming** se basa en los siguientes principios:

1. **Las ideas exitosas pueden parecer inicialmente absurdas o extravagantes** (tal como sucedió en el caso de Enric Bernat con su Chupa Chups). Si solo mencionamos las ideas que consideremos «buenas», estaremos eliminando otras que podrían serlo si se meditaran más despacio.
2. **La creatividad se contagia.** Nos surgirán más ideas a medida que escuchemos las propuestas de otros.
3. **La creatividad se dispara con la asociación de ideas.** Una buena idea puede surgir después de escuchar otras parecidas.
4. **La creatividad se bloquea cuando los demás critican las ideas que aportamos.** De modo que, en esta primera fase, hay que dar rienda suelta a la imaginación.





La idea de negocio puede consistir en la prestación de un servicio o en la comercialización de un producto. Se puede partir de una necesidad insatisfecha o de la implementación de una idea que funciona con éxito en otro país, aunque en este segundo caso hay que tener en cuenta las diferencias sociales y culturales.



#### **EJEMPLO 10. Empresas innovadoras en prestación de servicios**

- **eDreams.** Es una de las mayores agencias de viajes *on-line* del mundo que proporciona ofertas de vuelos regulares y chárter, aerolíneas de bajo coste, hoteles, coches, paquetes dinámicos de vacaciones y seguros de viaje. Fue fundada por Javier Pérez-Tenessa de Block y Mauricio Prieto en el año 2000, con el apoyo de determinados grupos financieros europeos y americanos. En octubre de 2006, una firma americana de capital privado la adquirió por una considerable suma de dinero.
- **8belt.** Es un portal español dedicado a la enseñanza del chino mandarín, una demanda que está en creciente auge.
- **SpartanBits.** Esta empresa diseña aplicaciones para móviles. Su mayor éxito es la aplicación Go!Chat, un chat para Facebook con características similares al WhatsApp.



#### **EJEMPLO 11. Empresas innovadoras en comercialización de productos**

- **Bebés ecológicos.** Esta empresa se dedica a la venta de ropa y pañales para bebé, realizados con algodón biológico y fácilmente degradable.
- **LaMejorNaranja.com.** Produce, distribuye y vende cítricos a través de la web, una manera creativa de mantener un modelo de negocio clásico, con una innovación de proceso que permite abaratar el coste del producto al reducir los intermediarios.
- **floresfrescas.com.** Se dedica al envío de un ramo de flores frescas a domicilio cada mes. El pedido se puede complementar con otros elementos, como champán, peluches o bombones.



# Simulación empresarial

1

## ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN

Reúnete con tus socios y lanzad conjuntamente todas las propuestas de negocio que os surjan, siguiendo la técnica del *brainstorming*. Recuerda que el objetivo es generar ideas, no valorarlas ni descartarlas, lo que se realizará en la siguiente fase.

Anotad cada uno de vosotros todas las ideas que surjan. De lo contrario, el que se encargara de anotar estaría tan ocupado que no podría sugerir ideas.

### Ayuda práctica:

Podéis consultar las siguientes páginas webs, si necesitáis inspiración:

- **[www.emprendedores.es](http://www.emprendedores.es):** sección *Ideas*, apartados *Oportunidades de Negocio* y *Las últimas tendencias*. Análisis de empresas de reciente aparición que aprovechan nichos de mercado en las áreas de formación de idiomas, desarrollo de aplicaciones para móviles, etc.
- **[www.rtve.es/alacarta/videos/fabrica-de-ideas](http://www.rtve.es/alacarta/videos/fabrica-de-ideas):** programa de televisión donde un emprendedor es entrevistado por potenciales inversores para que exponga y desarrolle las fortalezas de su idea de negocio.



# Simulación empresarial

## Fase 2. Selección de la mejor idea

Para elegir una idea con probabilidades de éxito, es necesario valorarla en función de unos criterios establecidos según las prioridades de los socios (alta rentabilidad, escasa competencia, ...). La siguiente tabla te puede ayudar a valorar tus ideas de negocio.

|   | Idea 1 | Idea 2 | Idea 3 | Idea 4 | ... |
|---|--------|--------|--------|--------|-----|
| <b>Idea útil:</b> satisface necesidades   |        |        |        |        |     |
| <b>Idea innovadora:</b> novedosa en el mercado  |        |        |        |        |     |
| <b>Hueco de mercado:</b> posibilidad de competir  |        |        |        |        |     |
| <b>Expectativas de alta rentabilidad:</b> buenas perspectivas económicas                            |        |        |        |        |     |
| <b>Dificultad de su desarrollo y puesta en marcha:</b> requiere gran desembolso, muchos trámites... |        |        |        |        |     |
| <b>Conocimientos del sector necesarios:</b> estudios relacionados con la actividad de la empresa    |        |        |        |        |     |
| <b>Escasa competencia:</b> pocos rivales en el mercado  |        |        |        |        |     |
| <b>Reducida inversión inicial:</b> gastos asumibles en cuanto a local, medios materiales y personal |        |        |        |        |     |
| <b>Complejidad de la legislación aplicable:</b> poca normativa que limite la actividad económica    |        |        |        |        |     |
| <b>Puntuación total</b>   |        |        |        |        |     |





## ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN

2

- a) Reúnete con tus socios y cread una tabla similar a la Tabla 1.1, en la que anotéis todas las ideas surgidas en la fase anterior y los criterios que consideréis más importantes.
- b) Valoradlas una a una, en base a cada criterio, otorgándoles una puntuación de 0 a 10. La idea que tenga una mayor puntuación total será vuestra idea de negocio, que desarrollaréis a lo largo del resto de las unidades del libro.
- c) Redactad el esbozo de vuestra idea: el objeto social de la empresa (qué bienes o servicios vais a comercializar y su justificación en las necesidades que satisface) y la innovación que vais a incorporar para crear valor y diferenciarlos de la competencia.

Podéis añadir algún criterio más que consideréis, por ejemplo: motivación e interés por la idea.



# Simulación empresarial



## Fase 3. Evaluación de la idea

Antes de seguir adelante, tienes que valorar la idea en base a estos elementos:

- Cuestionar la idoneidad del producto o servicio.
- Reflexionar si conoces a los clientes y sus necesidades.
- Pensar si conoces a la competencia y sus fortalezas.
- Profundizar en las diferencias que te ayudarán a penetrar en el mercado.
- Ser crítico con las propias capacidades personales para poner en marcha la idea.

**ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN**

Reunidos todos los socios, responded este cuestionario en conjunto. Vamos a valorar la idoneidad de la idea y vuestra capacidad emprendedora.

Sed sinceros y redactad unas conclusiones finales sobre las respuestas dadas.

**Evaluación de la idea**

1. ¿Tenéis claros todos los productos o servicios que va a ofrecer vuestra empresa?
2. ¿Es algo útil, satisface alguna necesidad concreta?
3. ¿Es algo diferente, innova de alguna manera?
4. ¿Sabéis qué tipo de cliente puede estar interesado en él?
5. ¿Conocéis sus gustos, sus hábitos de compra, su poder adquisitivo...?
6. ¿Sabéis cuál es el precio habitual de estos productos o servicios?
7. ¿Es un sector nuevo y hay poca competencia o es un sector consolidado y hay mucha competencia?
8. ¿Podéis averiguar quiénes son vuestros principales competidores?
9. ¿Sabríais diferenciaros de ellos?
10. ¿Sabéis cómo fabricar los productos? Si son productos ya hechos, ¿conocéis a posibles proveedores?
11. ¿Conocéis la normativa específica de ese sector?
12. ¿Sabéis qué canal de distribución vais a utilizar para llegar al cliente?
13. ¿Qué medios de publicidad utilizaréis? ¿Son accesibles los clientes a través de esas acciones de marketing?

14. ¿Podéis conseguir el dinero para iniciar el negocio? ¿Habéis contemplado que tenéis que financiar el local, las materias primas, los salarios, la publicidad, etc., hasta que obtengáis beneficios?

15. ¿Podéis realizar algo para reducir las debilidades de vuestra idea de negocio?

**Evaluación del perfil emprendedor**

16. ¿Estoy plenamente convencido de que es una buena idea y puede tener cabida en el mercado?
17. ¿Me gustaría liderar un proyecto y un equipo de trabajadores?
18. ¿Tengo iniciativa y soy observador?
19. ¿Me crezco ante los retos o prefiero una vida tranquila sin sobresaltos?
20. ¿Confío en la idea, así como en mi capacidad y en la de mis socios para sacarla adelante?
21. ¿Puedo trabajar durante muchas horas seguidas en algo que me apasiona?
22. ¿Me frustro con facilidad ante los errores y fracasos o sé sobreponerme a ellos?
23. ¿Tengo capacidad de adaptación?
24. Ante cualquier problema, ¿busco consejo en los que me rodean o busco soluciones por mí mismo?
25. ¿Estoy interesado en conseguir beneficios económicos en poco tiempo?
26. ¿Soy capaz de asumir riesgos o de realizar sacrificios por este proyecto?
27. ¿Puedo realizar algo para solventar las carencias que tengo como emprendedor?







# Simulación empresarial

## Fase 4. Elección de nombre y logotipo



### IMAGEN CORPORATIVA

El **eslogan** o lema publicitario es una frase identificativa de un producto o marca, utilizada con fines comerciales (aunque también pueden ser políticos). Se basa en la expresión repetitiva de una idea para afianzarla en la mente del consumidor. Lo pensaréis en otra unidad didáctica.

## Criterios para la elección del nombre

El nombre debería seguir las siguientes reglas para ser eficaz:

1. Es aconsejable que guarde relación con el producto que se va a comercializar.
2. Debe ser fácil de pronunciar, de escribir y de recordar.
3. La tipografía y los colores de la fuente deben estar acordes con la imagen corporativa.
4. Debe captar la atención.



# Simulación empresarial



## EJEMPLO 12. Modos de elección de nombres

- **Acrónimos.** En ocasiones, las empresas eligen un acrónimo para su nombre, como **Microsoft** [*Micro-computer Software*], **Repsol** [Refinería de Petróleo de Escombreras Oil] o **Marco Aldany**, que constituye las iniciales de sus tres fundadores: Marcos, Alejandro y Daniel.
- **Juego de palabras.** Algunas compañías discurren para encontrar un nombre divertido, como la **Webera** o **Panrico** [*pan-rico*], que además constituye el acrónimo de Panificio Rivera Costafreda. O **Danone**, diminutivo de Daniel y *One*, dado que así se llamaba el primogénito del fundador.
- **Definición del negocio.** Hay nombres que reflejan la característica determinante del negocio, como **Desigual** o **Flamenco**. O **Hotmail**, que incluye las letras HTML, o **Google**, que es una deformación del término *Googol*, que representa un 1 seguido de 100 ceros.

### A. Cultismos

Otras marcas utilizan términos cultos, como **Nike**, que es el nombre de la diosa griega de la victoria, lo que se refleja en la V de su logotipo; o **Nero**, el nombre inglés del emperador Nerón, que incendió Roma. **Canon** viene de *Kwanon*, una palabra japonesa que designa a una deidad budista de la misericordia. Muchas compañías españolas se decantan por un anglicismo, para dar prestigio a la marca o para facilitar su internacionalización; tal es el caso de **Softonic**.

### B. Estilo rompedor

Hay quien prefiere contravenir las normas establecidas para llamar la atención. Fue el caso de **Kukuxumusu**, nombre en euskera que significa «el beso de la pulga», con el que pretendían reflejar su estilo desenfadado y divertido.

### C. Otros motivos

A veces, el nombre es azaroso, como **Apple**, que surgió mientras Steve Jobs se comía una manzana, de ahí que el logotipo incluya hasta el mordisco. O **Carrefour** [término francés para *encrucijada*], ya que la primera tienda estaba en un cruce de caminos. O **Lotus**, inspirado en el loto, puesto que el fundador era profesor de meditación.



### **Blackberry®**

Su significado, «cereza negra», queda reflejado en el logotipo, que también simboliza el teclado de un móvil.



### **Carrefour**

Donde la gente ve flechas, hay en realidad una C. Las flechas contribuyen a dar dinamismo e idea de rapidez. La C representa la inicial de la empresa.



### **Horror Films**

Esta productora eligió como logotipo un carrete de 35 mm. También expresa la sensación que producen sus películas.



## Criterios para el diseño del logotipo





---

El logotipo debería cumplir las siguientes reglas para ser eficaz:

- Es aconsejable que guarde relación con el producto que se va a comercializar.
- Debe ser sencillo, fácil de recordar.
- Versátil, capaz de ser reproducido en cualquier formato y tamaño, ya que se imprimirá en tarjetas de visita, pero quizá también en rótulos o vallas publicitarias, por ejemplo.
- Los colores o imágenes deben ser acordes con la imagen corporativa, trasladando sensaciones tales como elegancia, informalidad, etc.
- Simplicidad, para evitar su encarecimiento o la dificultad de reproducirlo en diferentes medios.
- Debe captar la atención e impresionar.



## Tipos de logos

| Elementos | Características  | Ejemplos   |
|-----------|--|--|
| Logo      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Es el elemento gráfico que identifica a la corporación. Debe ser comprensible y atractivo para el público.</li> <li>Generalmente lo realizan creativos o diseñadores gráficos especializados.</li> <li>Existen distintos tipos de logo: <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Isotipo</b>: parte simbólica de la marca. La marca puede ser reconocida solo por su símbolo.</li> <li>– <b>Logotipo</b>: logo = palabra. Es identificada por el texto.</li> <li>– <b>Imagotipo</b>: combinación de imagen y texto. Pueden utilizarse también por separado.</li> <li>– <b>Isologo</b>: el texto y el símbolo se encuentran agrupados, no funciona el uno sin el otro.</li> </ul> </li> </ul> | Isotipo     |
|           |  | Logotipo    |
|           |  | Imagotipo  |
|           |  | Isologo   |
|           |  |  |





Observa los siguientes logotipos:



A veces, el nombre, el logotipo y el eslogan de la empresa están perfectamente coordinados, como en el caso de LG.



Observa los siguientes logotipos:



[1976]



[1976-1998]



[2001-2003]



[A partir de 2003]



[Actualidad]

La mayoría de las marcas han ido reduciendo la longitud de sus nombres y han simplificando sus logotipos como en el caso de Apple.



# Simulación empresarial

Observa los siguientes logotipos:



No es frecuente, sin embargo, el cambio de logotipo, ya que es la imagen de la marca y pierde identidad en cada transformación. Pero sí es habitual que se renueve, manteniendo los rasgos esenciales y modernizando los colores suavizando la forma o, incluso, se alegra el resultado final, como vemos en la sonrisa del actual logotipo de Danone.



4

## ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN

Reúnete con tus socios. Tenéis que elegir un nombre para vuestro negocio y después diseñar el logotipo. Podéis realizarlo a mano y escanearlo o ayudaros de herramientas informáticas, como estas páginas webs gratuitas que posibilitan realizar multitud de diseños personalizados:

- **Logo Factory: [www.logofactoryweb.com](http://www.logofactoryweb.com)**

Permite crear un logotipo con distintos motivos y tipos de letras, modificar los colores, agregar imágenes propias y, por tanto, personalizar el diseño. Al finalizar, indicaremos nuestro *e-mail*, donde nos enviarán un enlace para descargar el logo creado.

- **Css Blog: [www.cssblog.es/104-tipografias-gratis-para-disenar-sitios-y-logotipos](http://www.cssblog.es/104-tipografias-gratis-para-disenar-sitios-y-logotipos)**

Permite elegir hasta 104 tipos de letra diferentes. Se pueden descargar y se muestra en pantalla un ejemplo del efecto resultante. También podrá ser útil para el diseño de una página web.

- **Softonic: [www.softonic.com](http://www.softonic.com)**

Desde esta página se pueden instalar en el ordenador programas gratuitos para el diseño de logotipos.

Otras opciones para crear logos más sencillos son:

- **<http://creatr.cc/creatr>**
- **[www.logoease.com](http://www.logoease.com)**

### Ayuda práctica:

Recuerda los logotipos que más te atraen y repasa qué elementos los hacen atractivos.

Fijate en los logotipos de empresas competidoras y trata de identificar aspectos comunes que caractericen a ese sector.

En **logoestilo.com**, una compañía dedicada al diseño de la imagen corporativa de la empresa, tienen ejemplos de diseños variados de logotipos realizados para una misma empresa. Analiza dos de ellos para comprobar cómo puede variar la imagen corporativa con tan solo modificar los colores, el motivo gráfico o la fuente de letra.

<https://www.logogenie.net/logo-design>



# Simulación empresarial

## Fase 5. Ubicación del negocio

Estos son algunos de los factores que se deben tener en cuenta en la elección de la ubicación:

- **Características de la zona:** precio de los locales, visibilidad, metros de escaparate, anchura de la calle, accesibilidad por transporte público y privado, etc.
- **Localización de los competidores,** negocios complementarios, concentración de empresas, etc.
- **Perfil de los residentes:** edad y nivel económico, que debe coincidir con el perfil de los clientes potenciales.
- **Proximidad a lugares de ocio** (cines, museos, hoteles, restaurantes, etc.) **o a zonas peatonales** susceptibles de atraer a personas con tiempo libre, ya que el negocio gana visibilidad y puede recibir visitas fortuitas de transeúntes desocupados. Analiza quiénes pasan por delante de tu futuro negocio, a qué horas y con qué motivo.
- **La originalidad** es una premisa que puede garantizar el éxito si se cuida y no se lleva hasta la excentricidad.
- Un negocio sorprendente provocará un rápido **boca a boca** y atraerá a consumidores ávidos de probar algo nuevo y diferente.





#### **EJEMPLO 14. La importancia de la ubicación**

**Ray Kroc**, el fundador de McDonald's, comentaba que los tres factores más importantes para el éxito de un negocio son: «**ubicación, ubicación y ubicación**». Un producto estrella, una marca reconocida o precios competitivos no servirían de nada si el producto es difícil de adquirir o el comprador tiene que realizar un esfuerzo en conseguirlo. Ello puede suponer, por ejemplo, tiempo en llegar al lugar, aparcar, localizar el negocio, etc.

Sin embargo, hay factores que pueden pesar más a la hora de decidir dónde situar la empresa, como el precio del suelo, el tamaño del local, la cercanía al domicilio de residencia, la facilidad de los emprendedores de desplazarse hasta allí, etc. De esta manera, es posible encontrar una tienda de ropa de niños en una gran nave de una zona industrial, con un alquiler barato, con gran amplitud de espacio y de fácil acceso y aparcamiento, pero ni la ubicación ni la frialdad del local atraerán a los potenciales compradores.

**5**

#### **ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN**

Debes decidir dónde ubicar la empresa, especificando la calle, el número y la localidad. Añade una foto de Google Maps con su localización.

##### **Ayuda práctica:**

Decide primero quiénes son vuestros clientes objetivo y, en función de ello, dónde localizarás tu negocio. Es importante que la elección resulte justificada. Así, si se trata de una tienda de ropa, puede ser adecuado situarla en una zona urbana, céntrica y peatonal, con transporte público cercano o facilidad para el aparcamiento. En cambio, si se trata de una empresa de bricolaje, puede ser aconsejable situarla en las afueras de una ciudad, por el menor coste del solar y, por tanto, las posibilidades de tener un almacén grande sin gran desembolso económico. En este caso, habrá que considerar la accesibilidad de los camiones de reparto.



# Simulación empresarial

## Fase 6. Diseño del espacio físico

La apariencia del local, interna y externa, influye en la decisión de compra, por lo que debe estar planificada.

- **Fachada exterior,** hay que decidir dónde colocar los rótulos u otros elementos identificativos, y valorar la conveniencia de realizar modificaciones en la fachada (revestimiento, pintura, etc.).
- **Decoración del interior,** debe reflejar el estilo del negocio, primando la funcionalidad y la estética. Se trata de pensar qué imagen se quiere transmitir a los clientes, a la vez que se cuida que la exposición de los artículos favorezca la venta.
- **Distribución del local,** lo más importante es determinar qué áreas diferenciadas son necesarias, sin olvidar aquellos espacios menos evidentes que son también útiles, como el almacén, el cuarto de limpieza, los aseos privados, etc. En función de estas decisiones, habrá que plantearse las reformas.



# Simulación empresarial

Si queremos reducir las obras para ahorrar costes, podemos sustituir los muros por elementos decorativos que permitan la división del espacio, como biombos, mamparas, cortinas, etc. Los elementos transparentes o los espejos generan sensación de amplitud, mientras que las telas dan color y permiten variar el ambiente a menudo con bajo coste.

Una vez creados los espacios, hay que personalizarlos por medio de mobiliario, colores, puntos de luz, música y otros elementos decorativos, pensando en el confort y en el gusto del cliente, para generarle las ganas de volver.

Los colores están divididos en *fríos* y *calientes*. Estos últimos son el amarillo, el naranja, el rojo y el violeta, que generan una sensación acogedora si se usan en tono pastel. Los azules y verdes, por el contrario, se denominan colores fríos y suelen identificarse con ambientes asépticos y clínicos. Los *colores intensos* transmiten energía, dinamismo, juventud, vitalidad, aunque también pueden estresar, lo que se evita si se dosifican. La elección final del color debe ser coherente con el estilo de negocio y con los colores corporativos.

La elección de la música se hará de acuerdo con el gusto del cliente, bastante influido por su edad. También la Navidad condiciona un tipo de música tradicional que anima a la compra.





# Simulación empresarial

6

## ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN

Dibuja el plano de vuestro negocio, teniendo en cuenta que debe ser proporcional a las dimensiones del local que hayáis decidido en la fase anterior. Realiza un boceto inicial en papel y después trata de hacerlo con alguna herramienta informática.

A continuación, buscad fotos en Internet que se asemejen a la apariencia que queréis dar a vuestro local. Cuidad la elección de ambientes, de colores, mobiliario, iluminación, etc., e incorporadla al plan de negocios.

### **Ayuda práctica:**

Si no tienes un programa específico, puedes recurrir a esta página web gratuita para generar el plano de un espacio físico:

**[www.floorplanner.com](http://www.floorplanner.com)**



# Simulación empresarial

## Fase 7. Motivos para emprender

Algunas motivaciones para emprender pueden ser:

- Expectativas de altas ganancias económicas, unidas a ventajas fiscales.
- Libertad para decidir tu propio futuro y el de tu negocio.
- Inquietud personal. Posibilidad de realización personal, libertad, independencia, etc.
- Posibilidad de flexibilidad horaria, vacaciones, funciones a realizar, etc.
- Oportunidad de aprendizaje.
- Gusto por los retos, por experimentar una aventura empresarial, llena de riesgos, a la vez que de oportunidades.
- Salida laboral, ante la imposibilidad de encontrar un trabajo acorde a nuestras expectativas.

7

### ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN

Comenta los motivos por los que desearías iniciar una actividad empresarial y busca puntos de encuentro con tus socios. Redacta una versión final que integre las coincidencias de la mayoría.





# Simulación empresarial

## Fase 8. Perfil de socios

Antes de seguir avanzando en la elaboración del plan de empresa, hay que valorar la idoneidad de los promotores. Y ello por dos motivos fundamentales:

- 1. Para conocer si se cubren todos los aspectos del negocio** o, en caso contrario, si hay que mejorar la formación o experiencia de los socios o contratar a alguien, como un gestor, por ejemplo.
- 2. Para conseguir financiación externa:** razón por la cual suele incluirse en el plan de empresa el curriculum vitae de los socios. Ej: Quieres pedir un préstamo a un banco. A éste le interesará si la idea de negocio es viable (plan de empresa) pero también quiénes están al frente.





## Currículum

Ten en cuenta los siguientes consejos para realizar tu currículum:

1. Resalta tus **puntos fuertes**.
2. **Incluye fotografía actual** y donde, a ser posible, reflejes dinamismo, energía, etc.
3. Enumera tu formación y tu experiencia en **orden cronológico inverso**, es decir, comienza por lo más reciente.
4. **Describe las funciones realizadas o los contenidos aprendidos** en tu formación, si no resulta evidente.
5. Trata de impresionar con un **diseño atractivo**. Recuerda que todo el plan de empresa está pensado para cautivar a inversores.
6. Cuida la **redacción en positivo**.



# Simulación empresarial

8

## ACTIVIDAD DE SIMULACIÓN

Elabora tu *curriculum vitae* y realízalo en la misma plantilla que tus socios, para dar coherencia al plan de empresa. Recuerda que no es un CV para una entrevista de selección, sino para que posibles inversores confíen en vuestra capacidad de dirigir un negocio.

### Ayuda práctica:

Aunque la juventud y la inexperiencia pueden ser una objeción, no es menos cierto que cada vez son más las empresas constituidas por gente joven, dada su creatividad, su gran capacidad de trabajo e implicación personal, su conocimiento de idiomas y de las nuevas tecnologías y su flexibilidad horaria, al carecer de cargas familiares.

Crear el CV de cada socio en CANVA:

[https://www.canva.com/es\\_es/crear/curriculum-vitae/](https://www.canva.com/es_es/crear/curriculum-vitae/)

ACTIVIDAD EXTRA: REALIZA EL TEST DE AUTODIAGNÓSTICO DEL EMPRENDEDOR

- <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/Paginas/AutodiagnosticoActitudesEmprendedoras.aspx>
- [http://formacion.confebask.es/emprendizaje/orientacion/emp/emp\\_cuest\\_1.asp?step=0](http://formacion.confebask.es/emprendizaje/orientacion/emp/emp_cuest_1.asp?step=0)



# Plan de empresa

---

Ha llegado el momento de sintetizar las ideas extraídas en estas primeras fases de la simulación empresarial, para elaborar los primeros dos apartados de vuestro plan de empresa.

## 1. Idea de negocio

- a) Expón vuestra **idea de negocio**, **justificando** el porqué de esta elección, la **innovación** que pensáis aportar, los **motivos** para emprender, la **ubicación**, el **diseño** y la apariencia del local y los elementos **diferenciadores** con respecto a la competencia.
- b) Adjunta el **nombre** y el **logotipo**, así como la **justificación** de ambas decisiones; el **mapa** de Google y las **fotos** de otros negocios que se asemejen a tu idea.
- c) Ten en cuenta que el posterior desarrollo que realicéis en las unidades siguientes puede hacer variar este primer contenido, por lo que deberás revisar continuamente que todas las decisiones que adoptéis se vayan incorporando a este epígrafe.

## 2. Socios

- a) Adjunta tu **curriculum vitae** y el de tus socios. Menciona los **puntos fuertes** y todas las **áreas** que cubriríais cada uno de vosotros. Añade el test del emprendedor.
- b) Recuerda que este documento lo analizarán otros posibles socios, el banco al que solicitéis el préstamo, potenciales inversores privados, etc. Por ello, cuida la presentación y el estilo de redacción.