

Emprender en 1/2 hora

José Sande y Carlos Calvo





Jose Sande

(Coruña 1974) es profesor de Economía de IES y consultor de Organización y Administración de Empresas de la UOC. Ha creado Compartiendo Conocimiento (2009), con el fin de elaborar y difundir materiales educativos innovadores.

josesande@compartiendo-conocimiento.com

Compartiendo conocimiento

“Todo lo que sabemos, lo sabemos entre todos”.

Antonio Machado

Juan Carlos Calvo

(Barcelona 1977) es guionista, dibujante e ilustrador. Ha realizado diversos trabajos para editoriales en Alemania y esta es su cuarta obra gráfica.



juancarloscalvo@compartiendo-conocimiento.com

EMPRENDER EN ½ HORA

Emprender en ½ hora es la cuarta parte de una innovadora serie de cómics que pretende divulgar conceptos económicos de forma amena, visual pero a la vez rigurosa. El espíritu emprendedor de una sociedad es clave para aumentar su capacidad de generar riqueza y empleo.

Este cómic nos introduce en conceptos clave del emprendizaje, recorriendo las principales áreas de una empresa de la mano de conocidos personajes. Además está enfocado para contribuir a desarrollar un aspecto esencial: la actitud emprendedora.

Índice

- 1 La idea empresarial.
- 2 Administración.
- 3 Recursos Humanos.
- 4 Marketing.
- 5 Producción.
- 6 Finanzas.
- 7 Franquicias.
- 8 Negocios virtuales.
- 9 Formas jurídicas.
- 10 El plan de negocio.

"LOS PLANES SON SOLAMENTE BUENAS INTENCIONES A MENOS QUE DEGENEREN
INMEDIATAMENTE EN TRABAJO DURO."
PETER DRUCKER (1909-2005)

EL MUNDO EMPRESARIAL
ES COMO UN VIDEOJUEGO.

EMPRESA

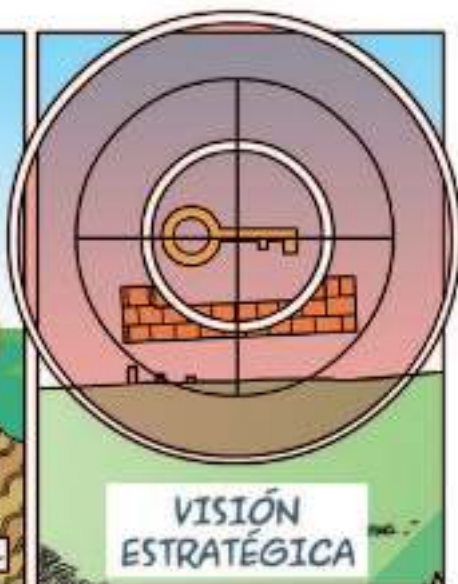


DEBES UTILIZAR TODOS TUS SENTIDOS...





NO PERDER DE VISTA NUNCA TUS OBJETIVOS.



VISIÓN
ESTRATÉGICA



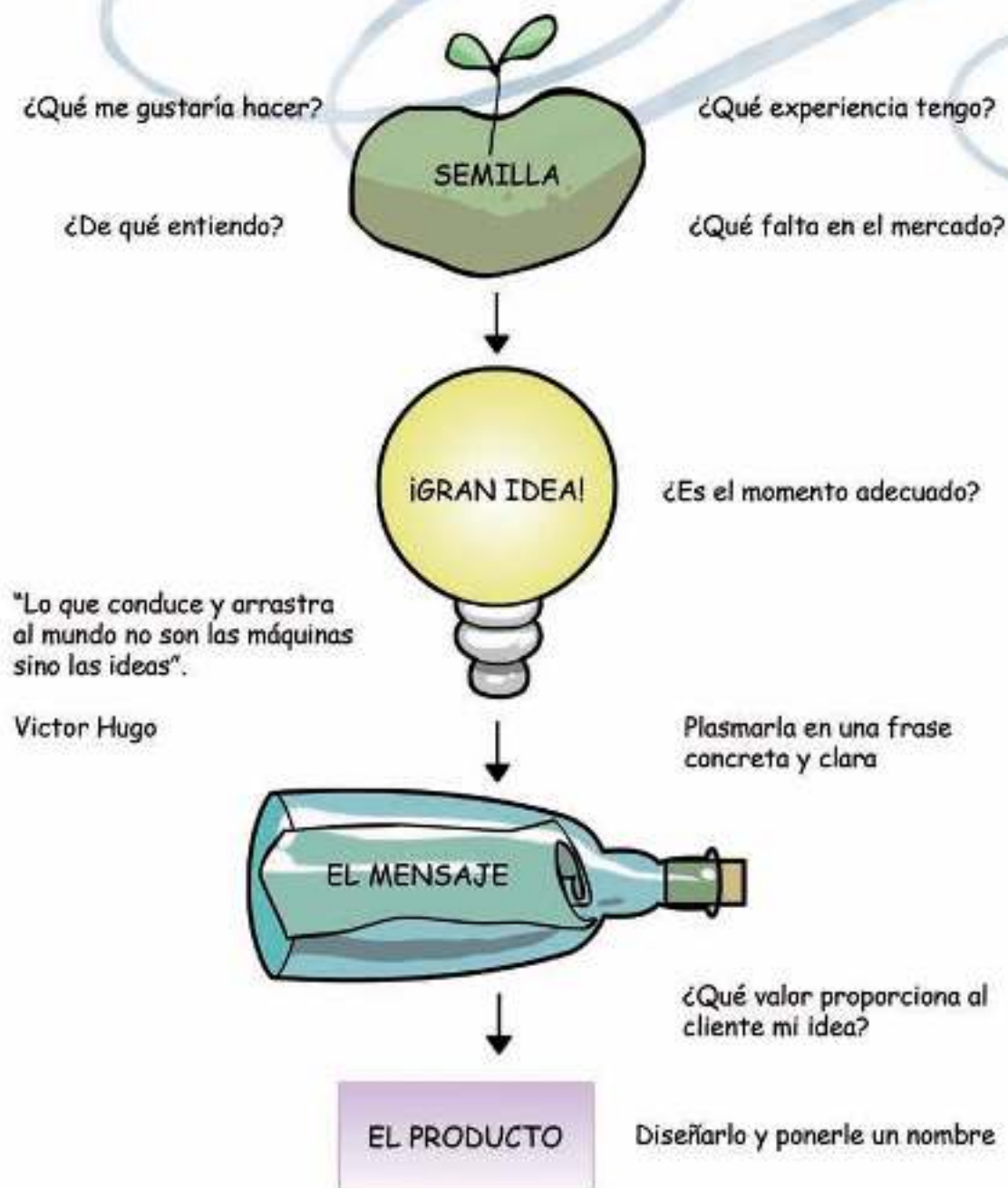
SER CAPAZ DE HACER
VARIAS COSAS A LA VEZ.

MULTITAREA



FORMAR Y DIRIGIR UN BUEN EQUIPO.

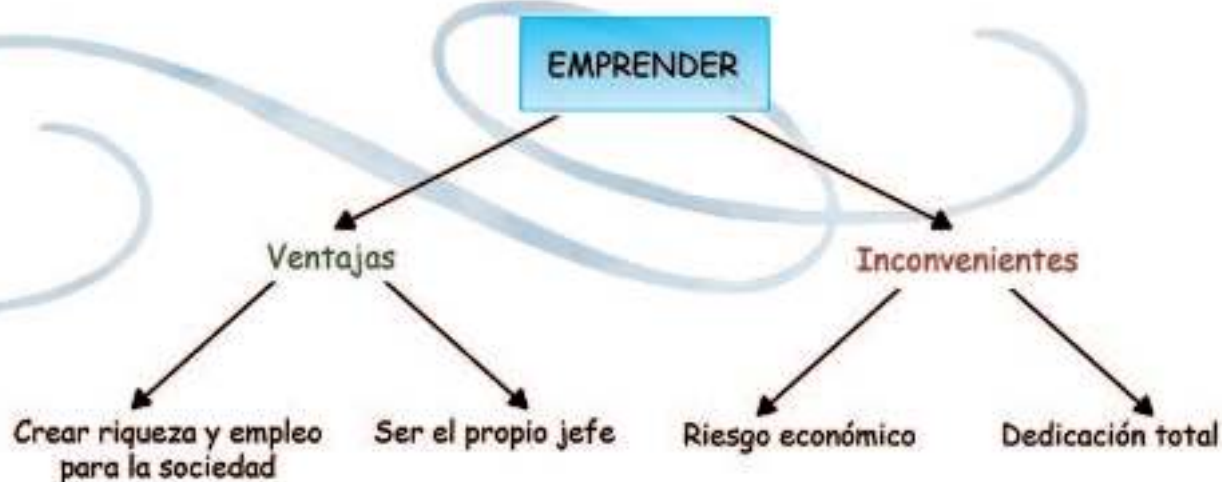
LIDERAZGO



“La idea que no trata de convertirse en palabras es una mala idea; la palabra que no trata de convertirse en acción es, a su vez, una mala palabra”.

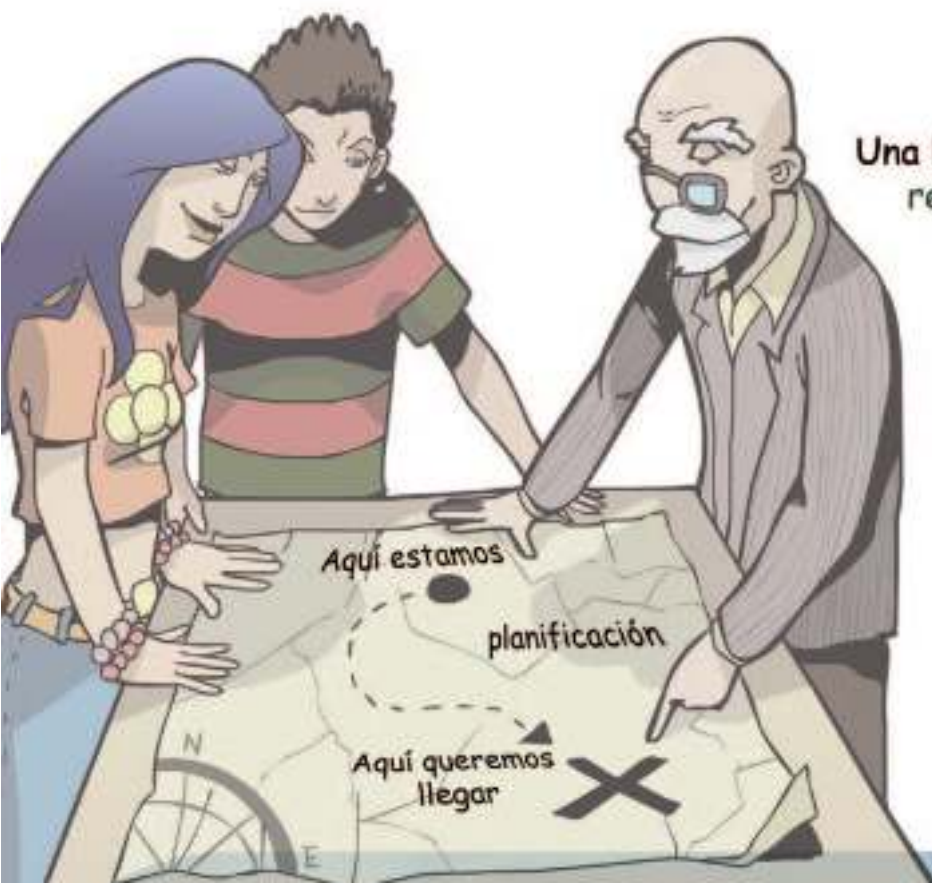
Gilbert Keith Chesterton





¿QUÉ ARRIESGO?

¿QUÉ ESPERO GANAR?



Una buena planificación
reduce el riesgo.

"No hay que tener miedo
a cometer errores.
Pero hay que asegurarse
de no cometer el mismo
dos veces".

Akio Morita

TENEMOS UN OBJETIVO.



ESTE ES UN PEQUEÑO PASO PARA UN HOMBRE PERO UN GRAN SALTO PARA LA HUMANIDAD.

¡EL PRIMER PASO,
A LAS 23:00 DEL
21 DE JULIO DE 1969!



TRAZAREMOS UNA ESTRATEGIA PARA ALCANZAR NUESTRO OBJETIVO.



DISEÑAREMOS UNA ORGANIZACIÓN.



EJECUTAREMOS LA ESTRATEGIA EMPLEANDO DIFERENTES TÁCTICAS.



UN CENTRO DE CONTROL NOS IRÁ GUIANDO HACIA EL OBJETIVO.

AQUÍ CONTROL. ATENTO A LAS INSTRUCCIONES.



INTRODUCE LA RUTA
KHM-89306-NN2P

ROGER!



¡Y LOGRAREMOS NUESTRO OBJETIVO!



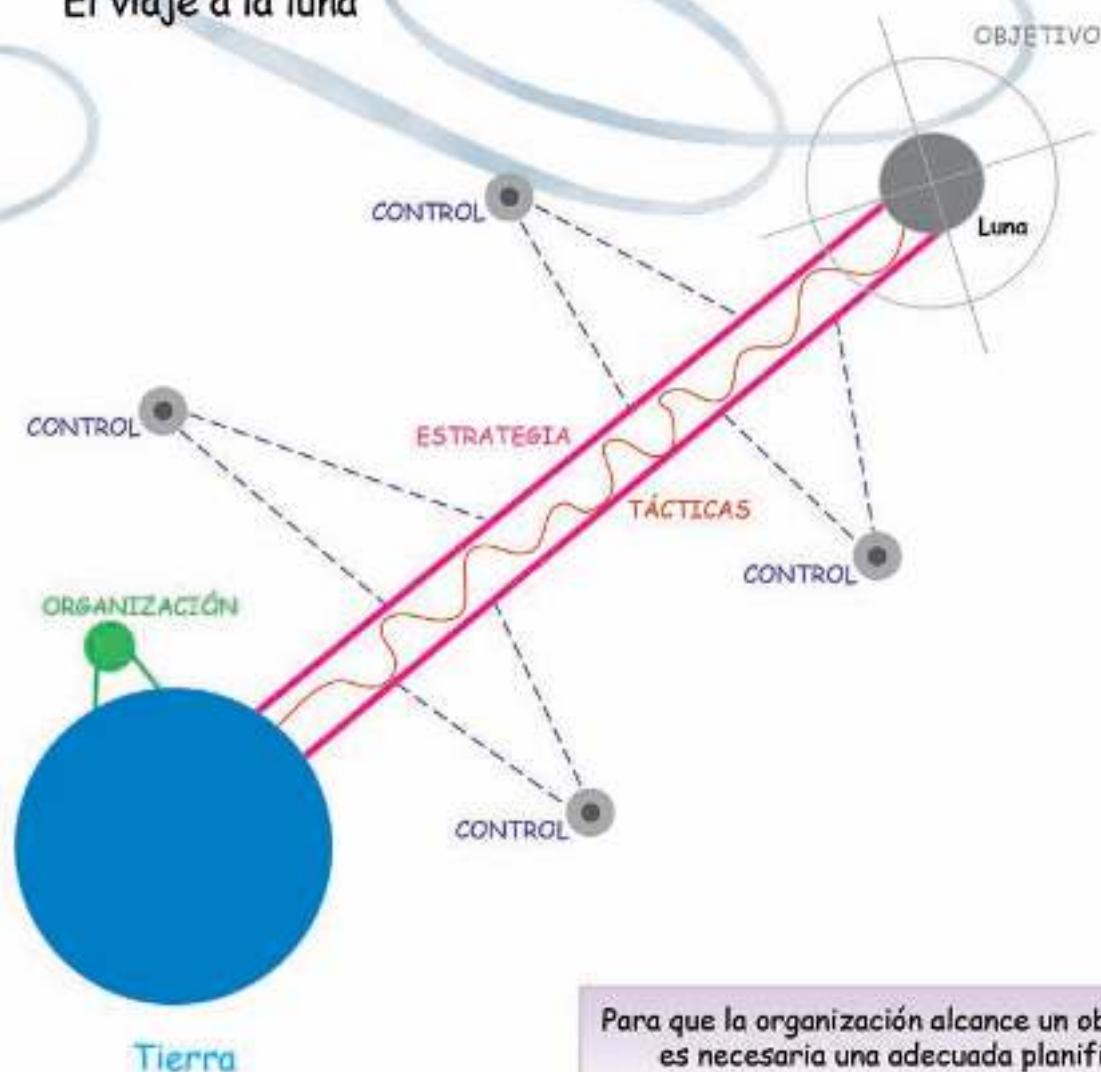
ADMINISTRACIÓN

FASES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO



LA ADMINISTRACIÓN ES COORDINAR Y OPTIMIZAR LOS RECURSOS...

El viaje a la luna



Para que la organización alcance un objetivo, es necesaria una adecuada planificación.

Los buenos administradores, al igual que los maestros de ajedrez, dominan la estrategia (el plan general) y las tácticas (las operaciones concretas).



...CON EL FIN DE LOGRAR LOS OBJETIVOS DE LA FORMA MÁS EFICIENTE.

"SI CREES QUE ALGO ES IMPOSIBLE, TÚ LO HARÁS IMPOSIBLE". BRUCE LEE (1910-1973)



¿QUÉ TIPO DE PERSONAS DEBO ELEGIR PARA MI EQUIPO?

FLEXIBLES

SÉ AGUA, MI AMIGO. BUSCA GENTE QUE SE ADAPTE A LAS CIRCUNSTANCIAS, QUE SEAN MOLDEABLES...



ILUSIONADOS

SÉ FUEGO, MI AMIGO. SELECCIONA PERSONAS APASIONADAS, CON CAPACIDAD DE AUTOMOTIVARSE Y EMOCIONALMENTE INTELIGENTES...

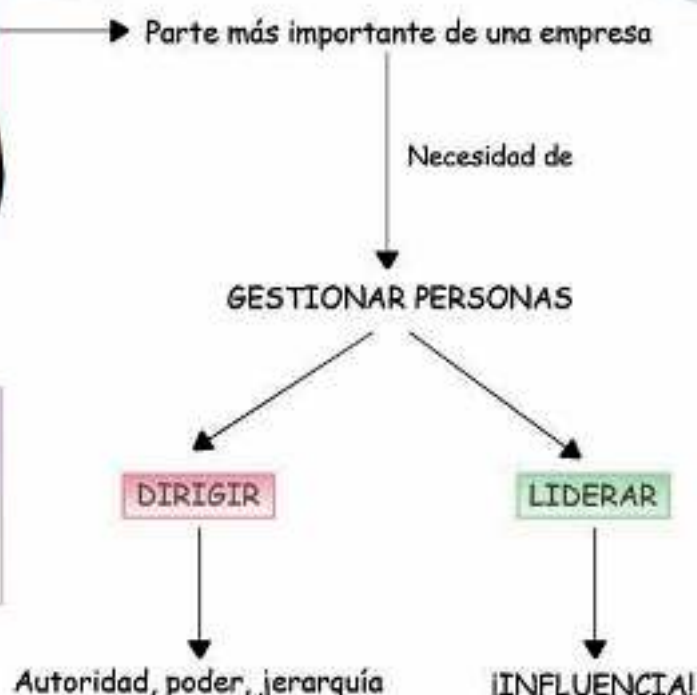






El liderazgo es un reconocimiento otorgado por los demás, cuando se ha ganado su confianza.

El líder busca la máxima satisfacción de sus clientes externos (los que compran su producto) y los internos (los trabajadores).



"Cuando las órdenes son razonables, justas, sencillas, claras y consecuentes, existe una satisfacción recíproca entre el líder y el grupo".

Sun Tzu (Siglo V a de C.)

	DIRECTIVO	LÍDER
Origen autoridad	Jerarquía formal	Influencia informal
Orientación	Clientes externos	Clientes externos Clientes internos
Perspectiva	Táctica corto plazo	Estratégica largo plazo
Énfasis recursos	Físicos Materiales	Emocionales
Principal labor	Controlar y supervisar	Formar y asesorar (coach)
Visión de la realidad	La acepta	La cuestiona



Sun Tzu escribió, hace más de 2.500 años, un insuperable manual de estrategia: El arte de la guerra

RELACIONES LABORALES



Remuneración, organización
y dirección

Trabajador

Empresario

Fruto personal
del trabajo

Contrato de trabajo: acuerdo para realizar un trabajo bajo la organización y dirección de otro (empresario), a cambio de una remuneración.

Los contratos de trabajo no pueden contradecir normas laborales de rango superior.

El trabajador percibe solo una parte del total del coste laboral que asume el empresario.



El trabajador no ve gran parte del coste laboral



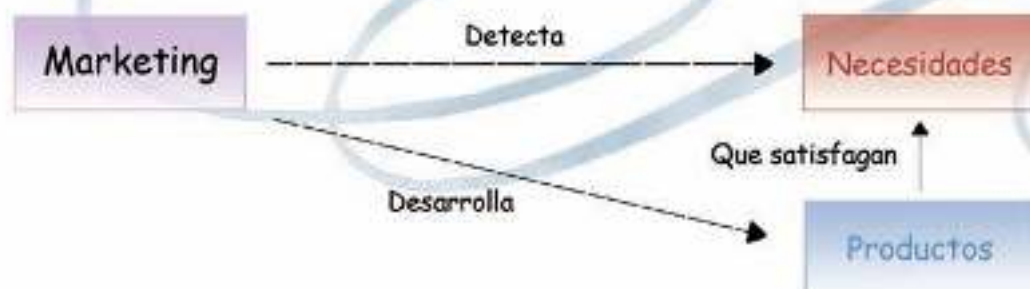
Coste laboral total por trabajador 2009 (INE)

Coste salarial (incluye IRPF)	1993
Otros costes (cotizaciones)	656
Coste laboral total	2649



— GROUCHO MARX, UNA NOCHE EN CASABLANCA (1946)





El target es el destinatario ideal de un producto o campaña.

El marketing se ocupa del cliente, buscando satisfacer sus necesidades y crear relaciones con él.

El cliente se vuelve el centro del universo empresarial

La empresa debe girar alrededor del cliente.

Investigación del mercado

¿Tendré demanda?
¿Cómo venderé el producto?

Definir el mercado objetivo

¿Qué necesidades satisface mi producto?
¿Cómo es el perfil del cliente objetivo?

Crear la mezcla de marketing
(Marketing mix)



El Sistema solar "cliente"

Marketing mix: conjunto de instrumentos controlables de marketing (producto, precio, distribución y promoción) que la empresa combina para lograr sus objetivos de marketing.

Producto: combinación de bienes y servicios que ofrece la empresa.
Características, servicios, diseño, calidad, nombre, logotipo, envase, marca...

¿Qué vendo?



Precio: cantidad de dinero que tendrá que pagar para obtener el producto.
Estrategias de precios, créditos, período de pago, descuentos...

¿Cuánto pagarán por él?



Distribución: actividades que logran que el producto esté disponible.
Canales, localización puntos de venta, transporte, logística...

¿Cómo se los haré llegar?



Promoción: actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes objetivo para que lo compren. Publicidad, relaciones públicas...

¿Cómo lo conocerán?

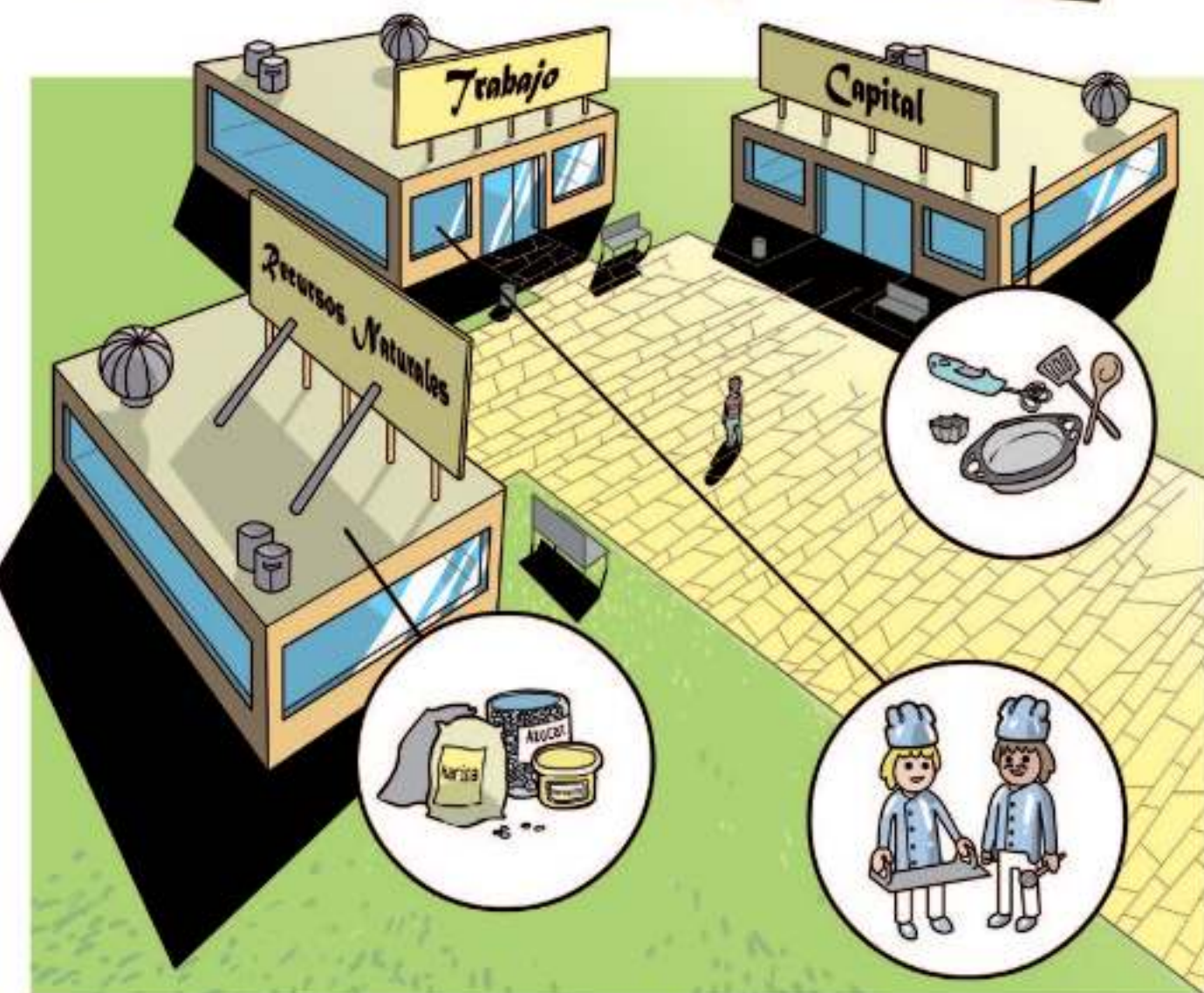


De la adecuada mezcla de marketing, dependerá el éxito de un producto en el mercado.

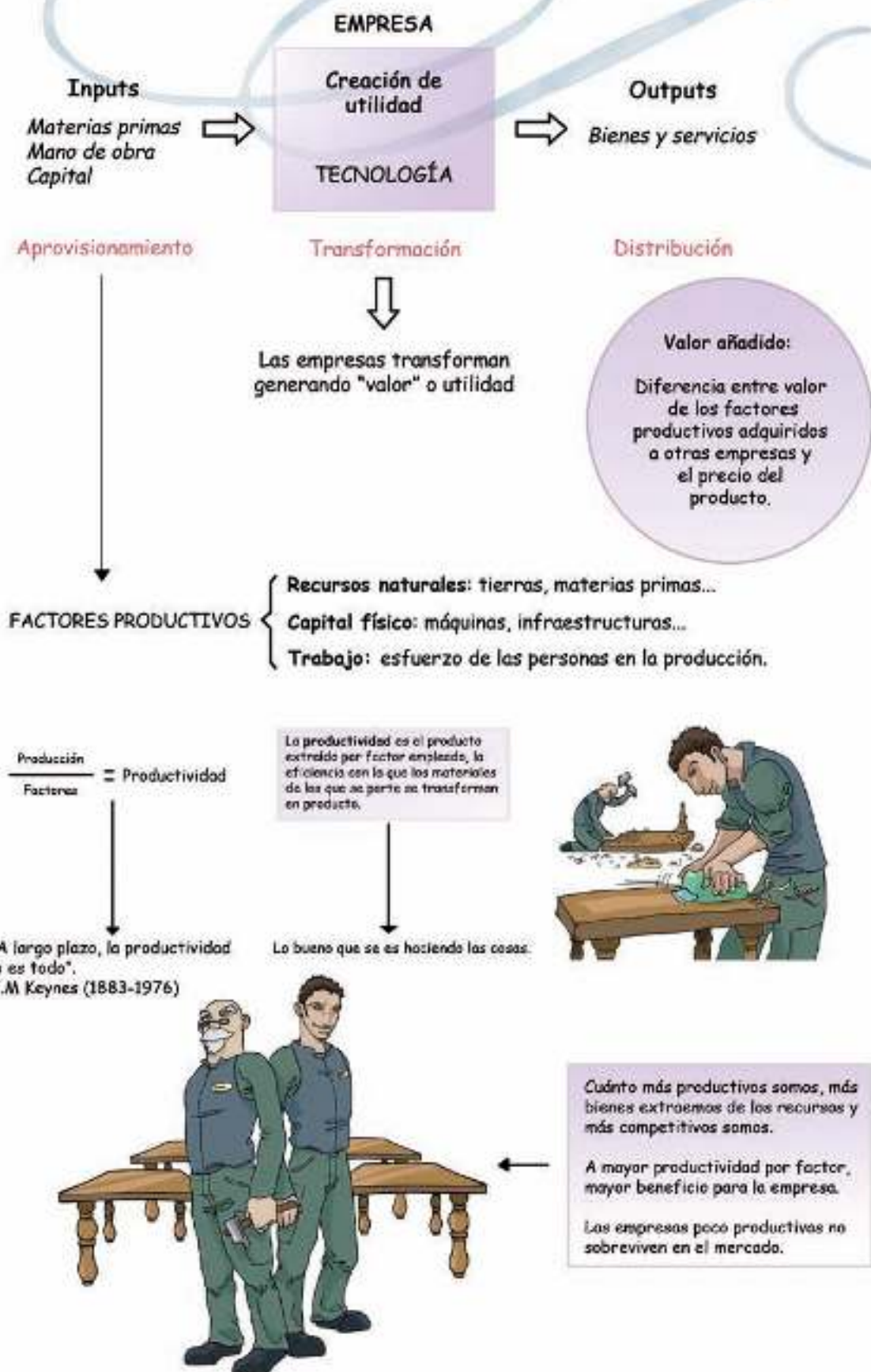
"TRABAJAMOS NO SÓLO PARA PRODUCIR, SINO PARA DAR VALOR AL TIEMPO".
EUGÈNE DELACROIX (1798-1863)

HA LLEGADO
EL MOMENTO
DE DARLE FORMA
A TU IDEA.

PARA ELLO,
DEBES ADQUIRIR
FACTORES
PRODUCTIVOS...







Logística

Suministrar

Logística de compra
(aprovisionamiento)

Logística de comercialización
(distribución)

La cantidad requerida

En el momento oportuno

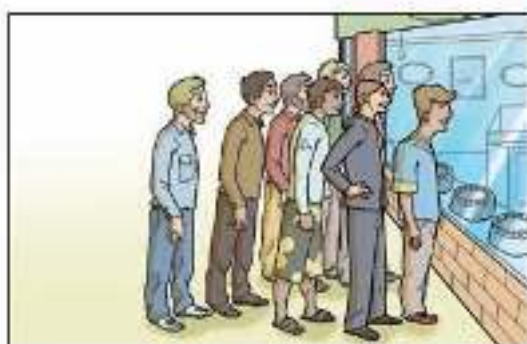
Con la calidad apropiada

Al mínimo coste

Cuando la demanda de productos era mucho mayor que la oferta, las empresas se centraban únicamente en la producción.

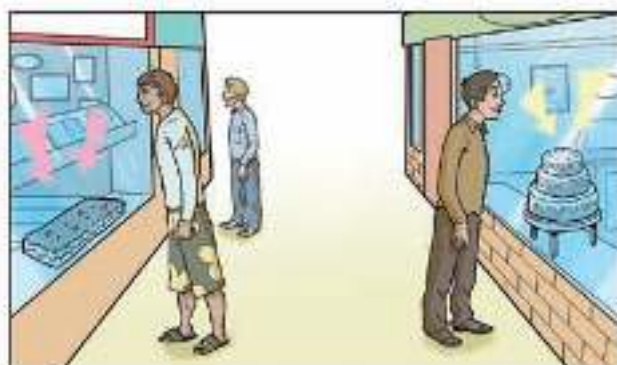
Producción en serie muy estandarizada

Almacenaje y distribución actividades secundarias



A medida que la oferta supera a la demanda, los gustos de los consumidores son más exigentes y cambiantes.

Producción flexible y ágil



"SI QUIERES CONOCER EL VALOR DEL DINERO, TRATA DE PEDIRLO PRESTADO."
BENJAMIN FRANKLIN (1706-1790)



EXISTEN INVERSORES ÁNGEL, PARTICULARES QUE BUSCAN EMPRESAS NACIENTES PARA FORMAR PARTE DE SU ACCIONARIADO.



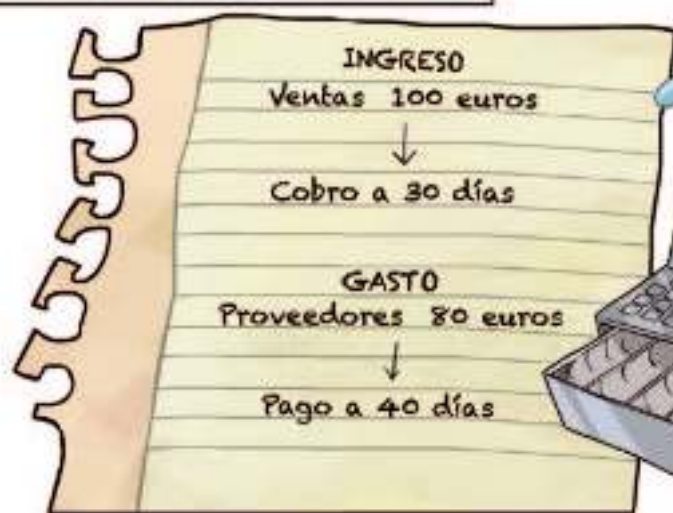
LAS SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO SON EMPRESAS ESPECIALIZADAS EN INVERTIR GRANDES CANTIDADES (A PARTIR DE UN MILLÓN DE EUROS) A MEDIO PLAZO (2 A 8 AÑOS) EN NUEVAS EMPRESAS.



OTRA OPCIÓN ES PEDIR PRÉSTAMOS A LOS BANCOS.



DEBES REALIZAR UN CUIDADOSO SEGUIMIENTO DE LOS INGRESOS Y GASTOS, Y... DE LOS COBROS Y PAGOS.



VIGILA TU CAJA!
UNA DE LAS CLAVES DEL ÉXITO EMPRESARIAL ES LA LIQUIDEZ, LAS EMPRESAS QUE SE QUEDAN SIN DINERO LÍQUIDO PARA AFRONTAR SUS PAGOS... ¡DESAPARECEN!

EL BALANCE

$$\text{ACTIVO} - \text{PASIVO} = \text{NETO} \longrightarrow \text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{NETO}$$

Ecuación fundamental del patrimonio

Bienes + Derechos	} ACTIVO
- Obligaciones	
PASIVO	
PATRIMONIO NETO	



El balance es una foto de los bienes, derechos y obligaciones que tiene una empresa en un momento determinado.

ACTIVO

BIENES
+
DERECHOS

ESTRUCTURA ECONÓMICA
En qué ha invertido la empresa
APLICACIÓN DE LOS FONDOS

NETO + PASIVO

NETO PATRIMONIAL
PASIVO

ESTRUCTURA FINANCIERA
Cómo se ha financiado
ORIGEN DE LOS FONDOS

Una decisión importante es qué parte de la financiación será propia (neto patrimonial o fondos propios) y cuál será ajena (pasivo o exigible).

Liquidez: facilidad en que un bien o derecho pueden convertirse en dinero en efectivo.

Exigibilidad: plazo en el que la empresa debe pagar sus deudas.

Balance proviene de balanza. Siempre estarán en equilibrio el activo, y la suma de pasivo y neto.

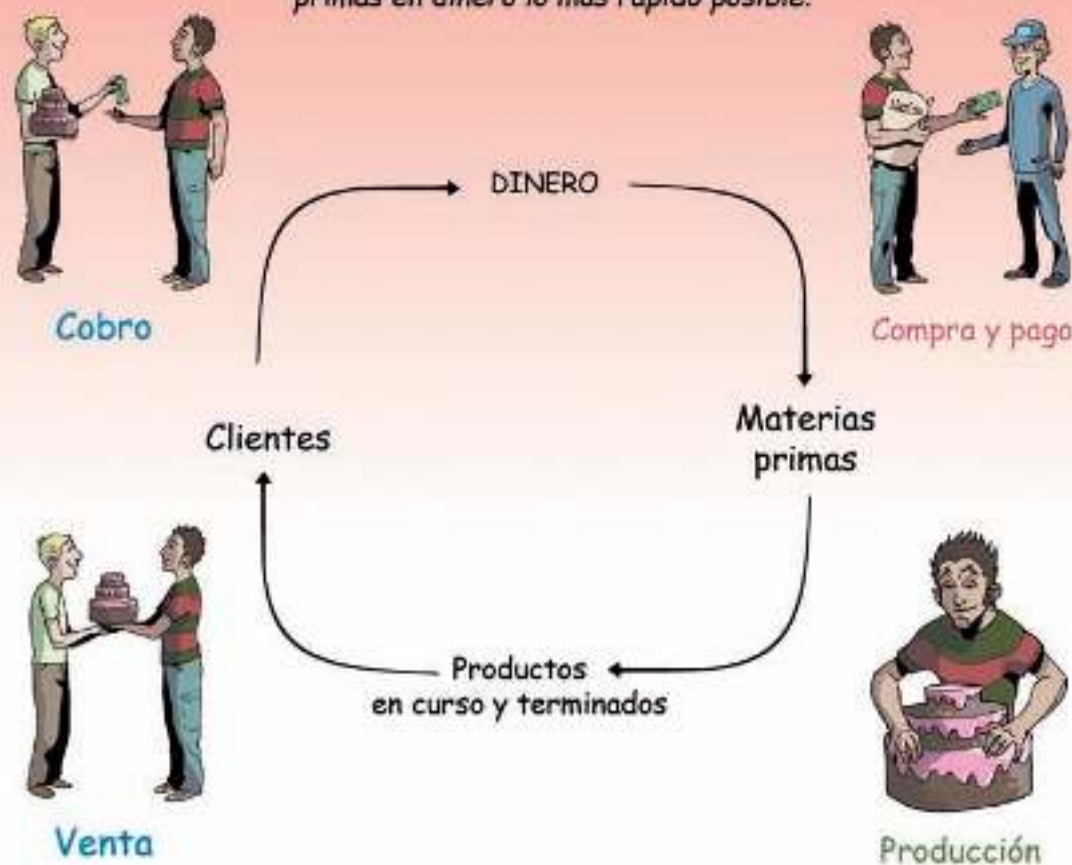


Crecer con socios (Δ neto)



Crecer con deuda (Δ pasivo) \longrightarrow Préstamos a corto y largo plazo de entidades financieras.

La empresa intentará convertir las materias primas en dinero lo más rápido posible.



A menor tiempo \Rightarrow más giros al año \Rightarrow mayor rentabilidad

EL TÉRMINO FRANQUICIA PROCEDE DE LOS PRIVILEGIOS QUE LOS SOBERANOS OTORGABAN A SUS NOBLES, PARA DESARROLLAR EN SU NOMBRE ACTIVIDADES.

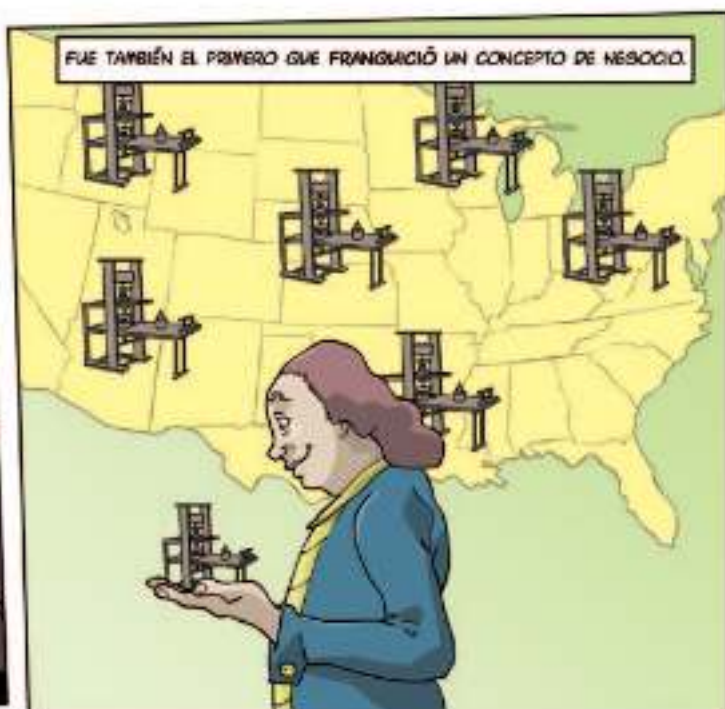
"UN HOMBRE CON UNA NUEVA IDEA ES UN CHIFLADO...HASTA QUE LA IDEA TIENE ÉXITO."
MARK TWAIN (1835-1910)



FRANKLIN ESTÁ EN LOS BILLETES DE 100! POR SER UNO DE LOS PADRES FUNDADORES DE LOS EE.UU.



ADemás DESTACÓ COMO UN GRAN CIENTÍFICO, DIPLOMÁTICO E INVENTOR.



FUE TAMBIÉN EL PRIMERO QUE FRANQUICIÓN UN CONCEPTO DE NEGOCIO.

EN FILADELPHIA TENÍA UNA IMPORTANTE IMPRENTA. SE EXTENDIÓ A CAROLINA DEL SUR PASANDO A OTRO EMPRESARIO LOS COSTES DE CREAR UNA NUEVA IMPRENTA A CAMBIO DE UN TERCIO DE LOS BENEFICIOS DE SU EXPLOTACIÓN.



EN EL SIGLO XIX A ISAAC SINGER LE FALTABA CAPITAL PARA EXPANDIR SU NEGOCIO DE MÁQUINAS DE COSER, POR LO QUE TAMBIÉN DECIDIÓ UTILIZAR UN SISTEMA DE FRANQUICIA.



LOS RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA...



¡E INCLUSO LOS EQUIPOS DE LA NBA SON FRANQUICIAS!



FRANQUICIA

Acuerdo de colaboración entre dos empresarios

FRANQUICIADOR

FRANQUICIADO

- Cede su licencia de marca
- Transmite el saber-hacer del negocio
- Asistencia técnica
- Inversión en publicidad

- Canon de entrada
- Preservar la imagen de la marca
- % de las ventas (regalías)



El saber-hacer (Know-How) que transmite abarca:

Administración

Marketing

Producción

Finanzas

Regalía o royalty es el pago al titular de derechos de autor, patentes, marcas o know-how, a cambio del derecho a usarlos o explotarlos.

- Crecimiento rápido
- Riesgo menor
- Mayor poder de negociación
- Gran impacto publicitario

Existencia de gran número de franquicias en todos los sectores

¡Mejor imagen de marca!



Elección franquicia

Investigar al franquiciador

Años de actividad Éxito Puntos de venta

Regla del 3 * 2

Franquiciar negocios que hayan sido probados con éxito en al menos 3 establecimientos propiedad del franquiciador, durante 2 años cada uno.

Analizar cada punto del paquete de franquicia

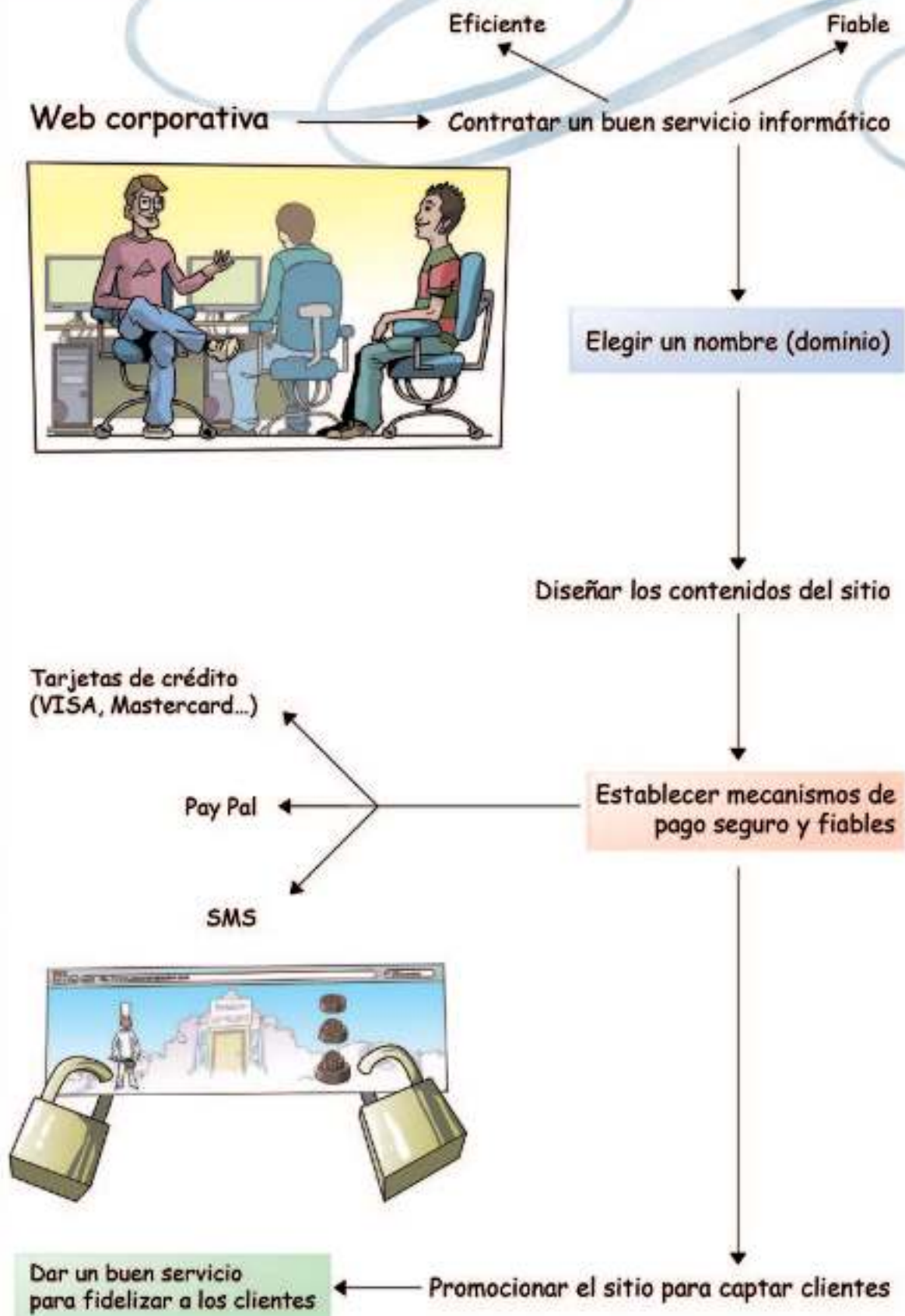


Parking

"EL FUTURO PERTENECE A QUIENES CREEN EN LA BELLEZA DE SUS SUEÑOS".
ELEANOR ROOSEVELT (1884-1962)







Marketing digital

¡Construir nuestra presencia en la web!

Gestionar la presencia
en las redes sociales

Aparecer en
los buscadores

El community manager
gestiona, construye
y modera comunidades
en torno a una
marca en Internet



Un SEO es un
especialista en
ubicar nuestra
web en los
buscadores



El arte del SEO consiste en lograr que la empresa aparezca
lo más arriba posible, de los resultados naturales del buscador.



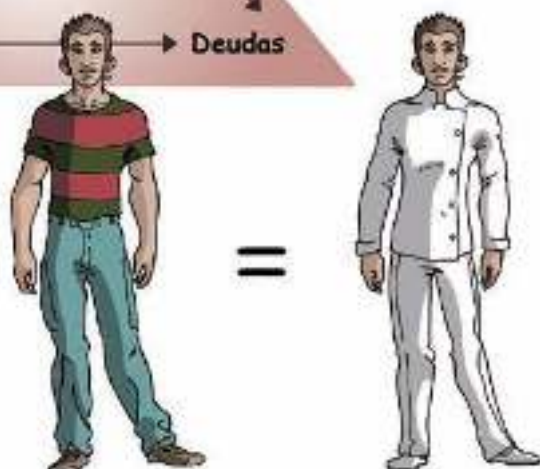
¡Es vital aparecer en los mapas!





Empresario individual

→ Persona física que realiza una actividad empresarial (autónomo).



No existe una persona jurídica nueva

- Tributa por el IRPF.
- Responsabilidad ilimitada.

Es frecuente que los empresarios individuales se casen con régimen de separación de bienes, para evitar perjudicar a sus cónyuges en caso de quiebra.



Responsabilidad ilimitada: el empresario responde con todo su patrimonio presente y futuro de las deudas contraídas.

Responsabilidad limitada: el socio pierde únicamente el capital aportado a la sociedad.

Sociedad Limitada

→ Diseñada para pequeñas empresas de carácter familiar.

Aunque al pensar en sociedad tenemos en mente "más de una persona", existen sociedades unipersonales.



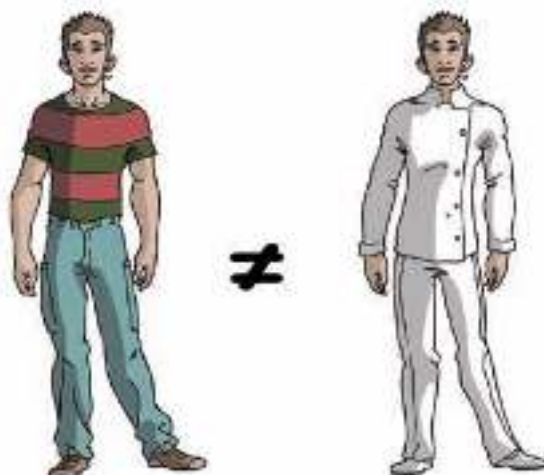
Su capital social se divide en participaciones

- Responsabilidad limitada.
- Se puede constituir con un único socio.
- La transmisión de las participaciones está restringida.
- Capital mínimo para constituirla es de 3005,06 euros.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.

Sociedad Anónima

→ Diseñada para empresas que quieren crecer rápidamente.

Las sociedades mercantiles (S.L. y S.A.) tienen personalidad jurídica propia.



Su capital social se divide en acciones

- Responsabilidad limitada.
- Se puede constituir con un único socio.
- La transmisión de las acciones es libre.
- Capital mínimo para constituirla es de 60.101,21 euros.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.

"UN VIAJE DE MIL MILLAS COMIENZA CON EL PRIMER PASO".
LAO TSE S. 3V A DE C.

idealista.com

"JOSÉ ENRIQUE, CEO DE IDEALISTA.COM"

UN PLAN DE
NEGOCIO ES COMO
UN CUENTO...

...EXISTE UN HÉROE.

EL EQUIPO: QUIÉNES SOMOS.

UNA PRINCESA.

EL MERCADO QUE QUEREMOS QUEDARNOS.

EL DRAGÓN.

COMPETIDORES ACTUALES Y FUTUROS.

EL ORÁCULO.

CÓMO INTERNET VA A CAMBIAR ESTE MERCADO.

EL ARMA MÁGICA



CONCEPTOS CLAVE QUE TIENE LA NUEVA IDEA

EJEMPLOS DE EMPRESAS SIMILARES EN OTROS MERCADOS



LA HERENCIA ORAL

EL DESENLACE



EXPLICACIÓN "ELEVATOR PITCH" DEL NEGOCIO

COMO EN LAS MEJORES HISTORIAS, AL FINAL SE PASA LA GORRA...

ESTRUCTURA ACCIONARIAL Y PROPUESTA DE INVERSIÓN



EL PLAN DE NEGOCIO

Documento que refleja el contenido del proyecto empresarial.

A mayor planificación

Mayor probabilidad de supervivencia

Plan de negocio

Funciones

Interna

Referencia durante la ejecución del proyecto.

Externa

Tarjeta de presentación del emprendedor para obtener financiación.

Misión

Producto y objetivos

Equipo

Organización

Nicho

Temporalizar

Previsiones financieras

Contenidos

¿Por qué?

¿Qué?

¿Quién?

¿Cómo?

¿Dónde?

¿Cuándo?

¿Cuánto?



"Un objetivo sin un plan es un sueño".
W.J Reddin

Estructura del plan de negocio

Resumen ejecutivo

Breve descripción del producto, el mercado, la empresa, sus factores de éxito, las necesidades de financiación y los resultados esperados.

Descripción del proyecto

La presentación en el ascensor ("Elevator Pitch").

Descripción del producto

Plan de marketing

Producción y medios técnicos

Organización y RRHH

Forma jurídica

Estudio económico-financiero



¡El plan de negocio debe estar preparado para presentar en cualquier momento a cualquier persona!





EMPRENDER

N 1/2 HORROR



JOSE
SARDE

CARLOS
CALVO

Números publicados anteriormente:

Economía en 1/2 hora (Octubre 2009)

Bolsa en 1/2 hora (Enero 2010)

Empresa en 1/2 hora (Mayo 2010)



Emprender en 1/2 hora Ya a la venta



Una idea original de
José Sande Edreira

Adaptación técnica del guión original,
lápiz, entintado, color, rotulación y maquetación:
Juan Carlos Calvo Lamillar

www.librosdetextogratís.com

“Todo lo que sabemos, lo sabemos entre todos”. Antonio Machado

Editorial Compartiendo Conocimiento S.L.
C/ Manuel Fraga 12, 6º C
24400 Ponferrada (León)

Teléfono: 669 197 584
Correo: tienda@librosdetextogratís.com

DL:
ISBN:

Reservados todos los derechos.
No se puede reproducir ninguna parte de este libro,
ni almacenar en cualquier sistema de reproducción,
ni transmitir de ninguna forma ni bajo ningún concepto,
mecánicamente, en fotocopias o de ninguna otra manera,
sin el permiso de la Editorial o del Autor.



Índice

- 1 La idea empresarial.
- 2 Administración.
- 3 Recursos Humanos.
- 4 Marketing.
- 5 Producción.
- 6 Finanzas.
- 7 Franquicias.
- 8 Negocios virtuales.
- 9 Formas jurídicas.
- 10 El plan de negocio.