



Cómo desarrollar mi idea empresarial con éxito

Jesús Casanova
Director General
CEEI Valencia



3 de julio de 2014



Cómo desarrollar mi idea empresarial con éxito



Necesitas un Método: EL MODELO DE NEGOCIO



¿Qué es un Modelo de Negocio?

Es un resumen de cómo una empresa va a servir a sus **clientes**...

...o cómo piensa generar ingresos y beneficios



El Modelo de Negocio más viejo y básico es el del
tendero



Diseño de un Modelo de Negocio: 4 ÁREAS

CÓMO

QUÉ

QUIÉN

€

PROPUESTA DE VALOR

RELACIÓN CLIENTES

ACTIVIDADES

2 Propuesta de valor

Trata de resolver problemas de los clientes y satisfacer las necesidades del cliente con propuestas de valor

4 Relación con el cliente

se establecen y mantienen con cada segmento de clientes

7 Actividades clave

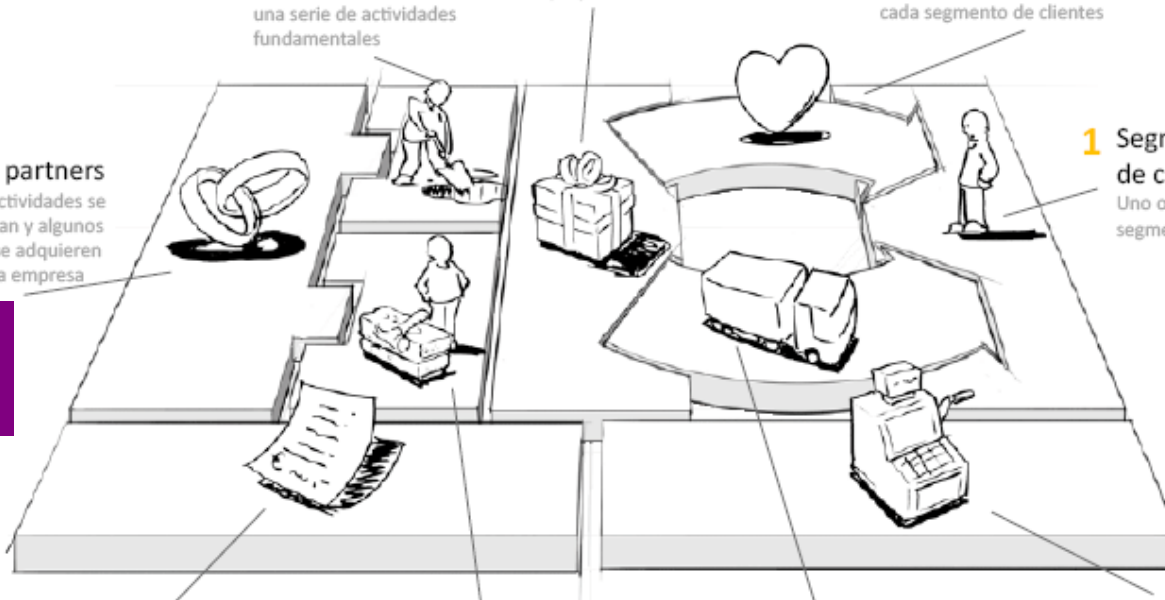
mediante la realización de una serie de actividades fundamentales

1 Segmentos de clientes

Uno o varios segmentos de clientes

8 Red de partners

Algunas actividades se externalizan y algunos recursos se adquieren fuera de la empresa



CLIENTES

SOCIOS / COLABORAD

COSTES

3 Canales de distribución y comunicaciones

Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la comunicación, la distribución y los canales de venta

5 Flujos de ingreso

Los ingresos son el resultado de propuestas de valor ofrecidas con éxito a los clientes.

6 Recursos clave

son los medios necesarios para ofrecer y entregar los elementos descriptos anteriormente

9 Estructura de costos

Los elementos del modelo de negocio dan como resultado la estructura de costos.

INGRESOS

RECURSOS

CANALES

¿Qué es un Plan de Empresa?


Comunico, luego vendo.

comunicar

(Del lat. *communicāre*).

1. tr. Hacer a otro **partícipe** de lo que uno tiene.
2. tr. **Descubrir**, manifestar o hacer saber a alguien algo.
3. tr. **Conversar**, tratar con alguien de palabra o por escrito. U. t. c. prnl.
4. tr. Transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor.
5. tr. Establecer medios de acceso entre poblaciones o lugares.
6. tr. Consultar con otros un asunto, tomando su parecer.



A woman with long brown hair is leaning over a pool table, holding a cue stick and a white cue ball. She is looking intently at the balls on the table. The table is covered in green felt. In the foreground, a red and white striped ball is visible. The background is dark, making the woman and the table stand out.

¿Dónde
queremos
llegar?

¿Para qué se utiliza...?

INTERNAMENTE

- ü Análisis de la coherencia
- ü No olvidar datos importantes
- ü Validar las hipótesis consideradas
- ü Evolución y Control



EXTERNAMENTE

- ü Presentar el Proyecto: "Tarjeta de visita"
- ü Solicitud y/o búsqueda de recursos
- ü Búsqueda de colaboradores



Mirar hacia fuera (1): Demanda

- ¿Aumenta / Disminuye / Constante?
- ¿Varía a lo largo del año o no?
- ¿Los procesos de decisión son largos o cortos?
- ¿Quién toma las decisiones de compra?
- ...



Mirar hacia fuera (2): Clientes

- ¿Quiénes son mis clientes?
- ¿Dónde están?
- ¿Cómo son mis clientes? Lista de atributos.
- ¿Qué grupos de clientes potenciales puedo distinguir? Segmentos.
- ¿Qué esperan los potenciales clientes?
- ¿A por quién voy primero? Público objetivo.
 - » ...





Mirar hacia fuera (3): Competencia



- ¿Quiénes son mis competidores? Directos / Indirectos
- ¿Dónde están?
- ¿Cómo son? Lista de atributos.
- ¿Qué grupos de competidores puedo distinguir? Tipología.
- ¿A quién me quiero parecer? Del todo, a nadie.
- ¿De quién quiero diferenciarme? De todos.
- ...



Mirar hacia dentro (1): Recursos Humanos

- ¿A quién tengo a mi lado para ayudarme? El equipo.
- ¿Quién en mi entorno sabe de esto?
- ¿En qué profesionales puedo apoyarme?
- ¿...



Mirar hacia dentro (2): Recursos Financieros

- ¿De qué dinero dispongo?
- ¿Quién de mi entorno puede dejarme dinero (“participar en el negocio”)?
- ¿A qué bancos puedo recurrir para obtener financiación?
- ¿De qué financiación bancaria podría disponer?
- ...



Mirar hacia dentro (3): “Know how”

- ¿Qué sé hacer yo?
- ¿Qué experiencia tengo en esto?
- ¿Qué sabe hacer mi equipo, interno y externo?
- ...



D.A.F.O



MARKETING MIX: 4 Ps

- Producto / Servicio



- Precio



- Distribución



- Promoción



PLAN DE OPERACIONES



PLAN DE OPERACIONES

El **plan de operaciones** es el conjunto de acciones y decisiones determinantes de cómo se fabricará el producto o se prestará el servicio, así como cuáles serán los recursos materiales y humanos necesarios

CAPACIDAD
PRODUCTIVA

DISTRIBUCIÓN EN
PLANTA

INVERSIÓN EN
CAPITAL FIJO



UBICACIÓN
EMPRESA

GESTIÓN DE
EXISTENCIAS

PROCESOS

Un **proceso** es una secuencia de pasos, tareas o actividades que transforman los inputs en un output, es decir, utilizando unos recursos determinados, se obtienen productos o servicios



COSTE DE PRODUCCIÓN

Las razones para mantener un sistema de costes son:

- ü Establecer mejor los **precios de venta**
- ü Conocer mejor y con antelación los **márgenes brutos**
- ü Analizar la **rentabilidad** por líneas de productos
- ü Controlar las **desviaciones** y adoptar las **acciones correctivas** permanentes
- ü Facilitar la **toma de decisiones**
- ü Facilitar la **realización de cuentas de explotación previsionales** y facilitar el cálculo del **Punto Muerto**
- ü Valorar las **existencias**

POLÍTICA DE COMPRAS

El **OBJETIVO** de la política de compras radica en establecer las directrices que fijarán el marco de acción al que deberá ajustarse la persona que realiza la gestión diaria de las compras.

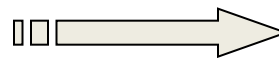
MANTENER:

- ü **Flujo ininterrumpido de materiales y servicios.**
- ü **Nivel de stocks lo más bajo posible.**
- ü **Niveles de calidad de los inputs y productos terminados adquiridos.**
- ü **Precios de compra lo más bajo posible, así como mantener en los niveles más bajo los costes operativos y administrativos del área de compras.**
- ü **Niveles de calidad inputs y productos terminados adquiridos.**
- ü **Búsqueda continua de nuevos proveedores y fuentes alternativas de aprovisionamiento.**
- ü **Actitud de armonía, cooperación y productividad con los demás departamentos.**
- ü **Estandarizar, en lo posible, los productos y servicios adquiridos**

GESTIÓN DE STOCKS: EL ANÁLISIS "ABC"



20% de los
productos de la
cartera



80% del dinero
de las ventas

CATEGORÍAS

ALTA Rotación
MEDIA Rotación
BAJA Rotación

CALIDAD Y EVOLUCIÓN

Funciones y características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer las necesidades de sus usuarios

CALIDAD TOTAL

Calidad de los productos, procesos, personas y actividades
Prevención frente a detección
Cliente interno

GESTION INTEGRAL DE LA CALIDAD

Participación de todos los afectados en la calidad del producto
Autocontrol

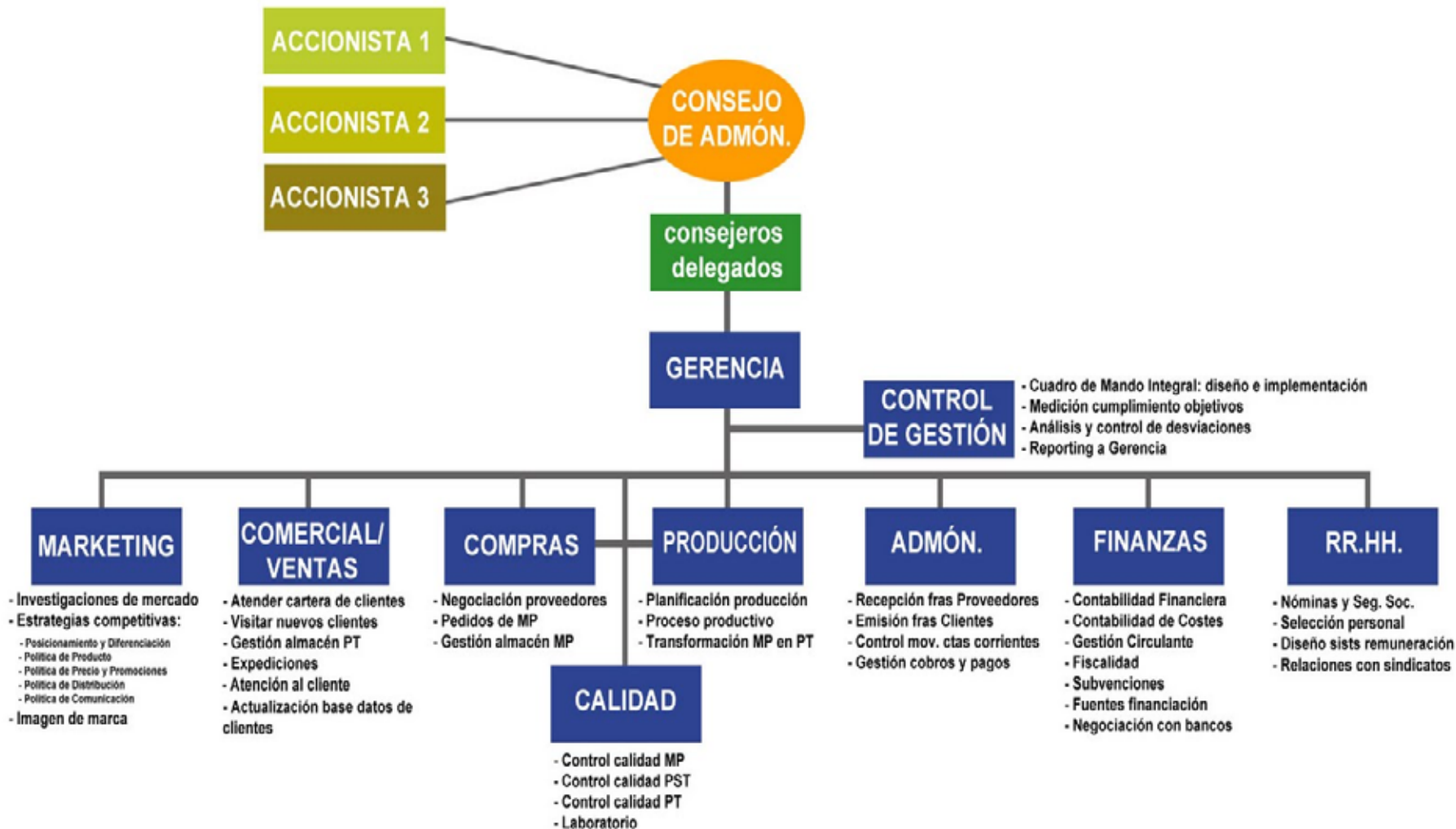
CONTROL DEL PROCESO

Centrar las características del producto
Reducir la dispersión
Actuar antes de que se presenten los problemas

INSPECCIÓN

Asegurar que la calidad prevista se obtiene
Seleccionar cuando aparecen defectos
Introducir medidas correctoras para evitar la repetición de defectos

ORGANIGRAMA



EQUIPO

- **Capacidad técnica y profesional** para desarrollar el proyecto
- **Pasión, dedicación e implicación** por desarrollar una idea y convertirla en real
- **Perfiles complementarios**
- **Creatividad y adaptabilidad** para desarrollar nuevas estrategias, productos...
- **Resistencia** frente a los problemas y contratiempos que puedan surgir

Al final, todas las operaciones de negocios pueden ser reducidas a tres palabras, gente, producto y beneficios. A menos que tengas un buen equipo, no tienes mucho que hacer con las otras dos.

(Jack Welch)

Antiguo presidente y CEO de GE



ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

ü Tres documentos básicos:

1. Balance de Situación
2. Cuenta de Resultados / Cuenta de Explotación
3. Cuadro de Tesorería

ü Algunas magnitudes básicas:

1. Umbral de Rentabilidad y Margen Bruto
2. Costes Directos e Indirectos
3. Costes Fijos y Variables
4. EBITDA, VAN y TIR



PREGUNTAS FUNDAMENTALES

Ü ¿Qué necesito para empezar mi negocio?

Ü ¿Cuánto vale?

Ü ¿De dónde lo saco?

Ü ¿Hacia dónde quiero (razonablemente) que vaya mi negocio?

Ü ¿Qué creo que necesitaré en un futuro para que mi negocio vaya por donde quiero?

PREVISIONES

- ü A tres o a cinco años.
- ü Ver con **perspectiva**, anticiparnos.
- ü ¿Previsiones...
- ü ...o tal vez **objetivos** alcanzables?
- ü **Probabilidad de acierto** inversamente proporcional a la lejanía de la previsión.
- ü Ni **pesimista** ni **optimista**, sino todo lo contrario.
- ü **Argumentables**.
- ü ¿Son **creíbles** las previsiones?



Errores frecuentes cometidos por los emprendedores

- § **Desconocimiento del Negocio / Mercado**
- § **El Mal de Piedra**
- § **Un acabado del Producto Inadecuado**
- § **Obsolescencia Rápida del Producto**
- § **Empresas con Recursos Inadecuados**
- § **Confusión de Términos Económicos**
- § **Escoger Mal a los Compañeros de Viaje**
- § **Subestimar la Necesidad de un Plan de Empresa**
- § **Morir de Éxito**
- § **Disolución Empresa Temporal**



INSTRUMENTO PYME: FASES

Phase 1: Concept and feasibility assessment

Input: Idea/Concept: "Business Plan 1" (~ 10 pages)
10% budget

Activities:

Feasibility of concept
Risk assessment
IP regime
Partner search
Design study
Pilot application
etc.

10% success

Output: elaborated "Business plan 2"

Lump sum: 50.000 €
~ 6 months

Phase 2: R&D, demonstration, market replication

Input: "Business plan 2" plus description of activities under Phase 2 (~ 30 pages)
88% budget

Activities:

Development, prototyping, testing, piloting, miniaturisation, scaling-up, market replication, research

30-50% success

Output: "investor-ready Business plan 3"

1-3 (5) M€ EC funding
~ 12 to 24 months

Phase 3: Commercialisation

Promote instrument as quality label for successful projects
Facilitate access to private finance

Support via networking, training, information, addressing i.a. IP management, knowledge sharing, dissemination

SME window in the EU financial facilities (debt facility and equity facility)

Possible connection to PPC (and PPI?)

No direct funding

INDICADORES CEEI VALENCIA

	1991-2013	2013
CANDIDATOS CON PROYECTO	+ 6.800	303
PLANES EMPRESA INICIADOS	+2.900	115
PLANES EMPRESA FINALES	+2.000	111
EMPRESAS PUESTAS EN MARCHA	+1.200	62

“3 cosas muy sencillas se necesitan para tener éxito en un negocio:

conocer tu producto mejor que nadie,

conocer a tu cliente y

tener un ardiente deseo de triunfar”

Dave Thomas de Wendy.



¡¡¡¡Muchas gracias y suerte!!!

Jesús Casanova
Director General
CEEI VALENCIA

informacion@ceei.net

www.ceei-valencia.com

www.emprenemjunts.es