

Programa Online de Capacitación Agentes

Cómo ayudar a un emprendedor en tiempos de cambio

30 de junio 2021

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

CEEI
COMUNIDAD
VALENCIANA



¿QUÉ VAMOS A VER?

- **Coolhunting:** Búsqueda de Oportunidades de Negocio
- **Modelo de Negocio:** Cómo diseñarlo
- **La Prueba del 3**
- **¿El Plan de Empresa ha muerto?**
- **La síntesis: Resumen ejecutivo**
- **Elevator pitch:** cuéntalo y comparte
- **¿Qué forma jurídica me conviene?**
- **Búsqueda de Financiación:** Financiación privada y Ayudas Públicas





“Ya está todo inventado”

Charles H. Duell

Responsable de la Comisión de patentes de EE.UU

Año 1899

Por tanto, debemos tener una
MENTALIDAD ABIERTA



COOLHUNTING: BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES



COOLHUNTER

-

**CAZADOR DE
TENDENCIAS**



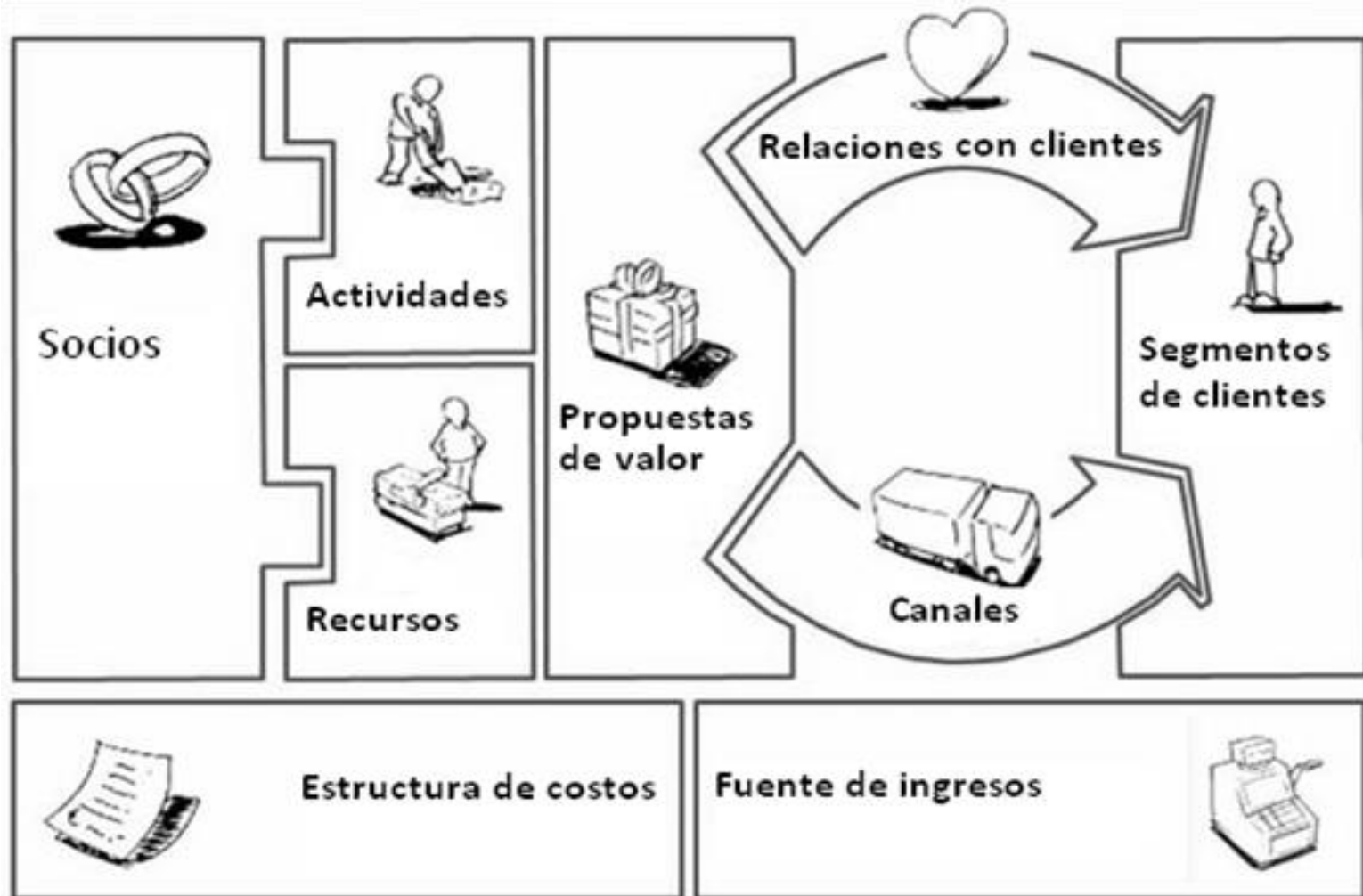
LAS 7 DIFERENCIAS



MODELO DE NEGOCIO ¿CÓMO DISEÑARLO?



BUSINESS MODEL CANVAS



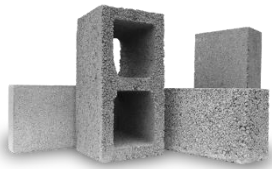
DISEÑAR UN MODELO DE NEGOCIO

Un Modelo de Negocio debe responder a las siguientes cuestiones →

> ¿QUÉ ES?

- Cómo seleccionarás a tus clientes
- Cómo defines y diferencias tus ofertas de producto/servicios
- Cómo consigues y conservar a los clientes
- Cómo sales al mercado
- Cómo defines las tareas que deben llevarse a cabo
- Cómo configuras tus recursos
- Cómo consigues el beneficio

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



MODELO DE NEGOCIO = BLOQUES DE CONSTRUCCIÓN

DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO // 4 ÁREAS

CÓMO

QUÉ

QUIÉN

COSTES E INGRESOS



NESPRESSO®

ACTIVIDADES



PROPUESTA DE VALOR



RELACIÓN CLIENTES



CLIENTES



RECURSOS



CANALES



SOCIOS / COLABORAD



COSTES



INGRESOS

LA PRUEBA DEL 3

3 ELEMENTOS
A EVALUAR

EL CONCEPTO

ESTRATEGIA COMERCIAL

EL PUNTO MUERTO

1. EL CONCEPTO

ANTES DE DESARROLLAR UNA OPORTUNIDAD DETECTADA



Debemos tener en cuenta:

- *Si es el momento adecuado*
- *Si tenemos **Cientes interesados***
- *Si la **necesidad** creada se puede mantener un cierto **periodo de tiempo***
- *Si se proporciona **“Valor Añadido”***
- *Si el **Segmento del Mercado** al que nos dirigimos tiene un **“Tamaño mínimo”***

2. ESTRATEGIA COMERCIAL

LAS VENTAS NOS ESCLAVIZAN Y LOS BENEFICIOS NOS REALIZAN



- Un negocio que no da beneficios desde el principio, **NO suele darlos más adelante**
- Tener un Plan es la diferencia entre **un soñador** y **un emprendedor**.
- Elabora un Plan y trabaja sobre él. **JUST DO IT**

Peter Drucker:

“Un plan no es para que se cumpla, sino para actuar cuando no se cumpla”

3. EL PUNTO MUERTO



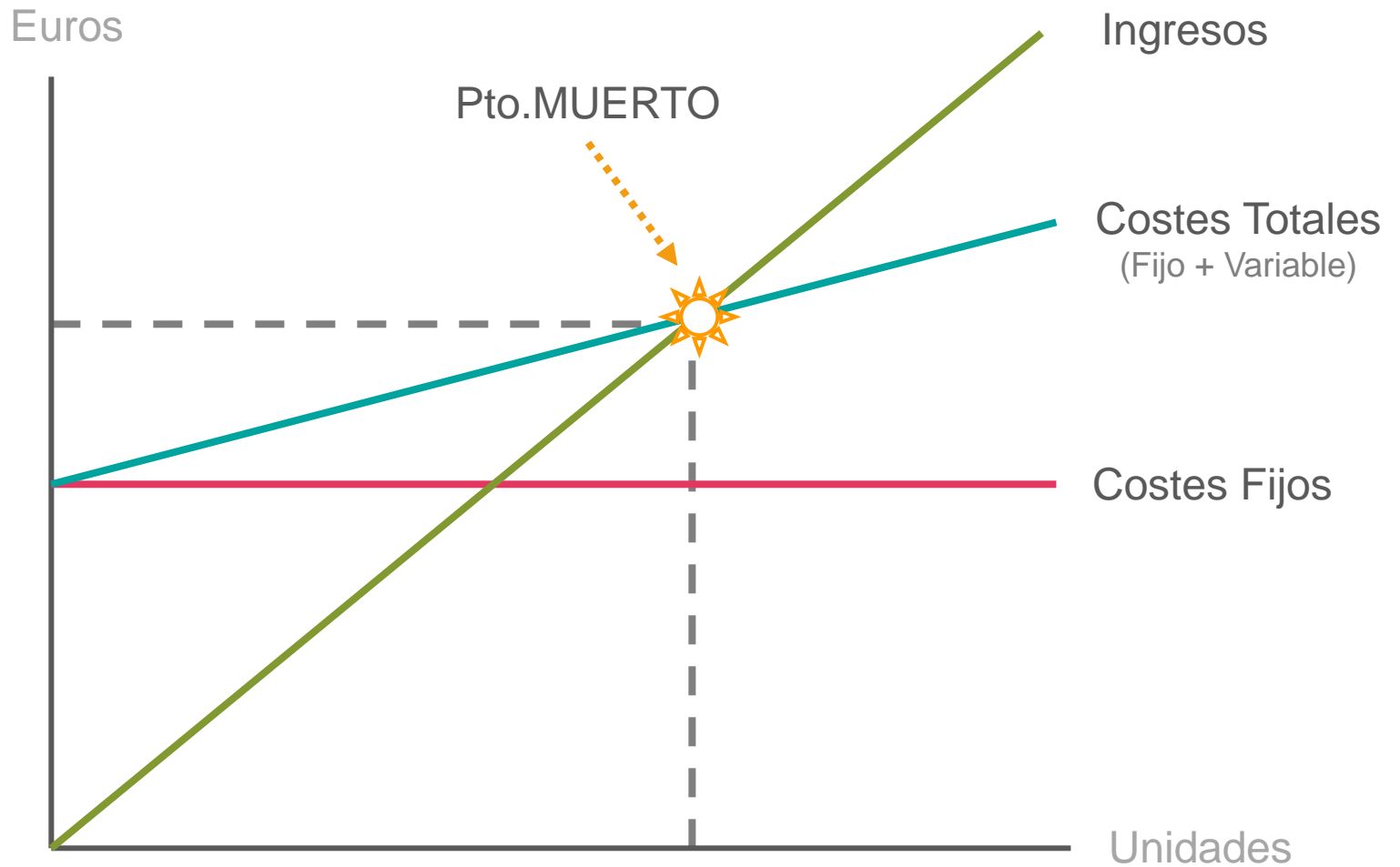
SE UTILIZA PARA RESORLVER...

¿Cuánto facturación/unidades he de vender para cubrir costes?

NECESITAMOS SABER

- El precio
- Los costes variables
- Los costes fijos

3. EL PUNTO MUERTO



3. EL PUNTO MUERTO

	COSTE VARIABLE UNITARIO
Lavado y secado + Amortización	0,36 0,18
Gasolina/Amortización	0,6
Regalo/Promoción	1,05
Canoa/Amortización	0,51
TOTAL	2,70€

30€



Margen bruto comercial nominal	$(30-2,7) = 27,3€$
Margen bruto comercial porcentual	$[(30-2,7)*100]/30 = 91\%$
Número descensos	$70.101/27,3 = 2.568$ descensos
Volumen de venta	$70.101/0,91 = 77.034€$

	COSTE FIJOS ANUALES
Sueldos	44.716
SS Autónomos	6.923
SS Rég. Gen.	7.885
IAE	453
Alquiler local	4.327
Agua	721
Luz	613
Teléfono	1.586
Asesoría	432
Mailing	721
Seguro	600
Mantenimiento	721
Material Oficina	396
TOTAL	70.101€

¿EL PLAN DE EMPRESA HA MUERTO?



ENTUSIASMO

El entusiasmo, las ganas de emprender, una actitud positiva, y un **MODELO DE NEGOCIO** son **necesarios...**
...pero no suficientes

¿CÓMO PODEMOS EVALUAR LA VIABILIDAD DEL NEGOCIO?

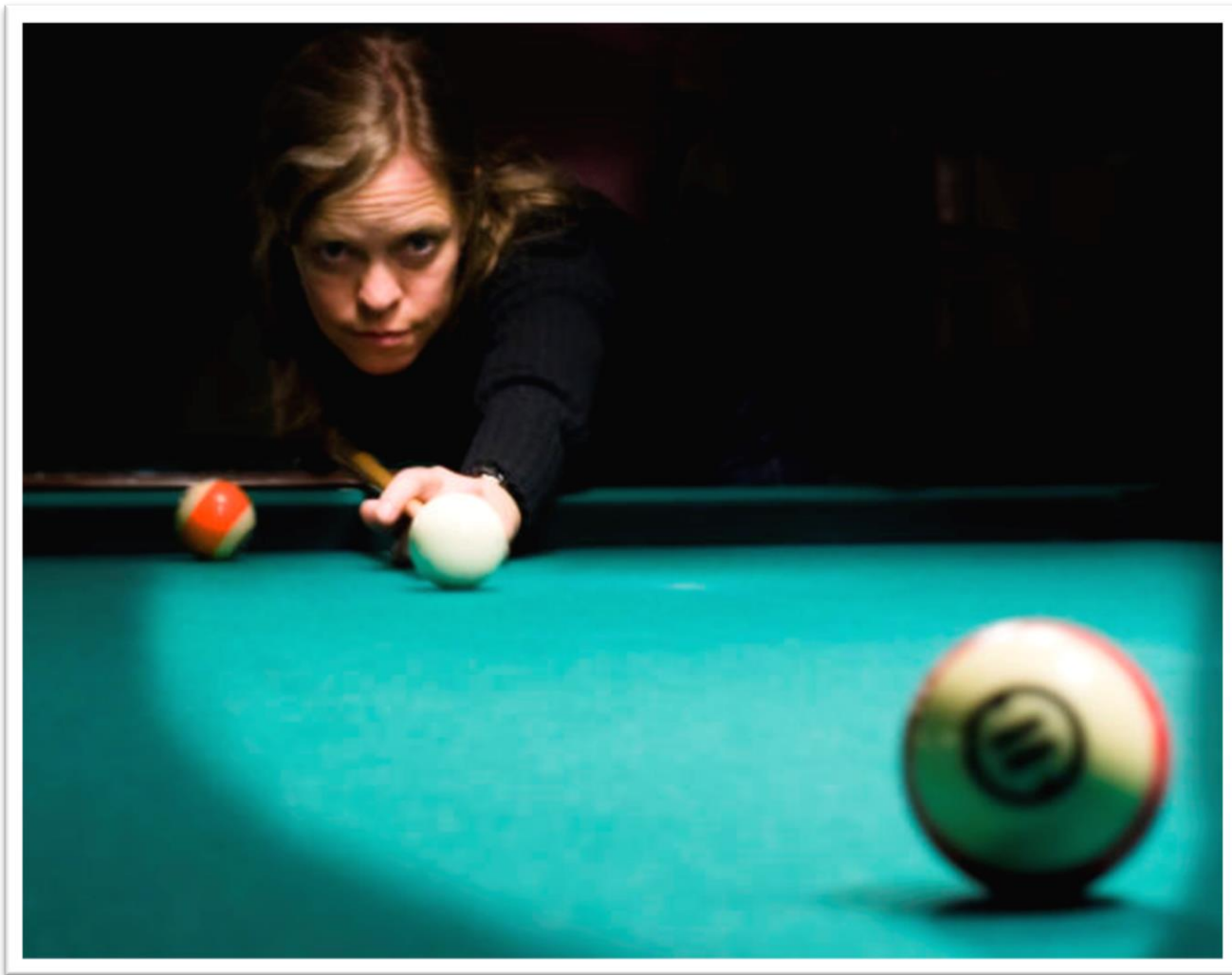




Al igual que un constructor
no comienza a construir sin su plano...

...un emprendedor no debería montar
una empresa sin su plan de empresa.

¿DÓNDE QUEREMOS LLEGAR?



EL PLAN DE EMPRESA



¿QUÉ?
¿QUIÉNES?
¿POR QUÉ?
¿DÓNDE?
¿CUÁNTO?
¿CÓMO?

Instrumento que ayuda a evaluar un proyecto o idea empresarial

Documento donde se describe la idea de negocio, las estrategias y los recursos necesarios para llevarla a cabo

Extraordinariamente útil pues obliga a analizar todos los aspectos de una idea para convertirla en una empresa....¡o para descartarla!

EL PLAN DE EMPRESA

¿Cuánto dinero necesito?

¿Qué normativa me afecta?

¿Quiénes son mis clientes?

¿Qué quieren mis clientes?

¿A qué precio voy a vender?

¿Cuánto dinero tendré que pedir?

¿Has realizado una previsión de necesidades de personal?

¿Cuál será mi estimación de ingresos?

¿Qué funciones y capacidades ha de desempeñar cada puesto?

¿Tengo acceso a los suministros necesarios?

¿Cuánto dinero dispongo?

¿A quién le voy a pedir dinero?

¿Conozco el proceso de producción o de distribución?

¿Cuento con recursos materiales y humanos para fabricar el producto o prestar el servicio?

¿Has diseñado un organigrama?



EL PLAN DE EMPRESA

- **Introducción**

- La empresa: identificación
 - El empresario
 - El entorno

- **Plan de Marketing**

- Descripción y delimitación del negocio
 - Información y análisis
 - Objetivos y estrategias
 - Plan de acción comercial

- **Plan de Operaciones / Producción**

- Productos o servicios
 - Procesos
 - Aprovisionamiento y gestión de existencias

- **Plan de Recursos humanos**

- Estructura de personal
 - El Gerente
 - El equipo directivo
 - Resto de personal
 - Especialización y formación. Plan de formación.
 - Asesores externos

- **Plan de Inversiones y localización**

- **Plan Económico Financiero**

- Plan Económico: cuentas de explotación previsional
 - Plan Financiero: Balance. Posición financiera
 - Análisis económico y financiero

- **Estructura Jurídico legal**

- **Calendario de Ejecución del proyecto**

- **Resumen y valoración del Negocio**



LA SÍNTESIS: RESUMEN EJECUTIVO

■ OBJETIVO

El único y exclusivo fin que debe tener es el de **atraer, enganchar** al lector para que siga leyendo el plan de empresa al que acompaña.

Es el currículum vitae del
plan de negocio



**Tiene que vender la
empresa, no describirla**



LOS OBJETIVOS NO SE CONSIGUEN SOLOS



IDEA DE NEGOCIO



LA IDEA DE NEGOCIO debe apoyarse en una necesidad de mercado

¿SE DEBEN DAR A CONOCER LAS IDEAS?

“Las ideas nacen débiles, si las compartimos, las desarrollamos y hacemos fuertes”

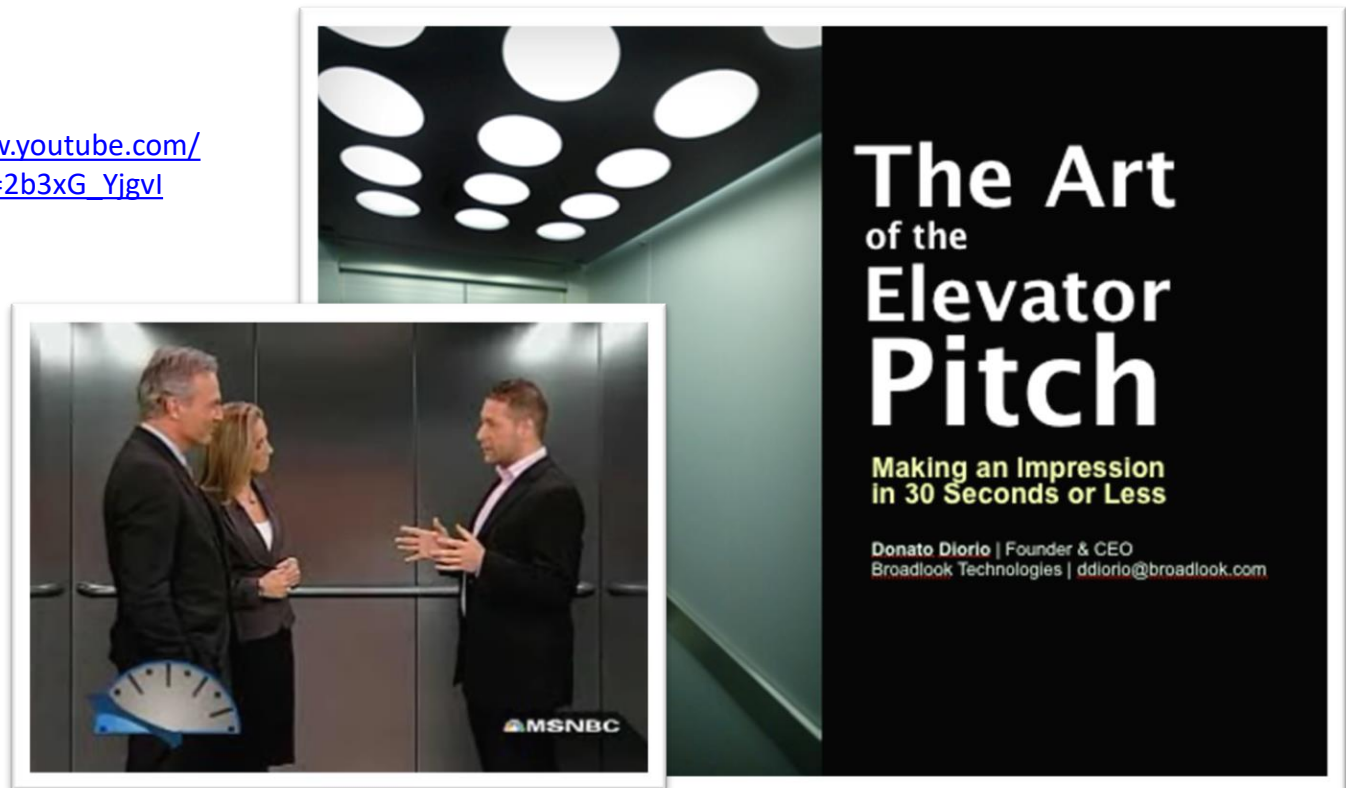
ELEVATOR PITCH

■ ¿QUÉ BUSCA?

Transmitir la idea de tu proyecto en el menor tiempo posible: **Habitualmente 2 minutos...**



https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_YjgvI



¿QUÉ FORMA JURÍDICA ME CONVIENE?



FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA



Una de las decisiones que debemos adoptar ahora, tras estudiar el Plan de empresa y analizar su viabilidad, es la forma jurídica a adoptar.

- ✓ Tipo de actividad a ejercer
- ✓ Número de emprendedores
- ✓ Responsabilidad de los emprendedores
- ✓ Necesidades económicas del proyecto
- ✓ Aspectos fiscales

**ASPECTOS
FUNDAMENTALES**



FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA

Personalidad	Forma	nº socios	Capital	Responsabilidad	Tributación	
PERSONAS FÍSICAS	Empresario individual	1	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF	
	Comunidad de Bienes	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF	
	Sociedad Civil	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF	
PERSONAS JURÍDICAS	Sociedades Mercantiles	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Mínimo 1	Mínimo 3.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
		Sociedad Anónima	Mínimo 1	Mínimo 60.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
		Sociedad Laboral	Mínimo 3	Igual que S.R.L. ó S.A.	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
		Sociedad Cooperativa	Mínimo 3	Mínimo 2.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades

Búsqueda de FINANCIACIÓN



PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIACIÓN



3 F's

Friends, Family & ~~Fools~~



AYUDAS Y SUBV. PÚBLICAS

Regionales, Nacionales, Europeas



RECURSOS PROPIOS

Aportaciones de socios, Autofinanciación...



MERCADO DE CAPITAL

Inv. Informales, Soc. Cap. Riesgo



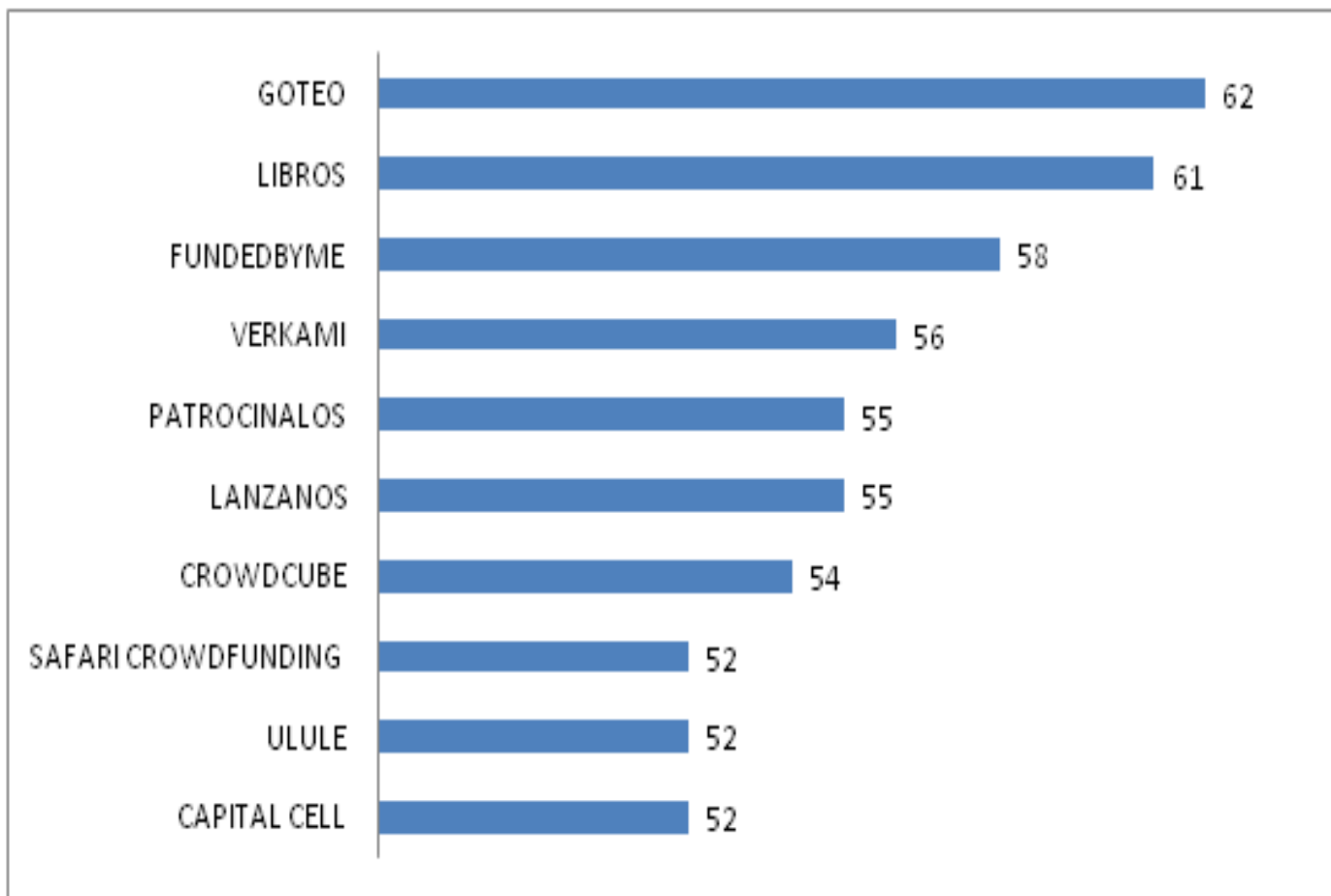
MERCADO PRIVADO DE DEUDA

Entidades financieras

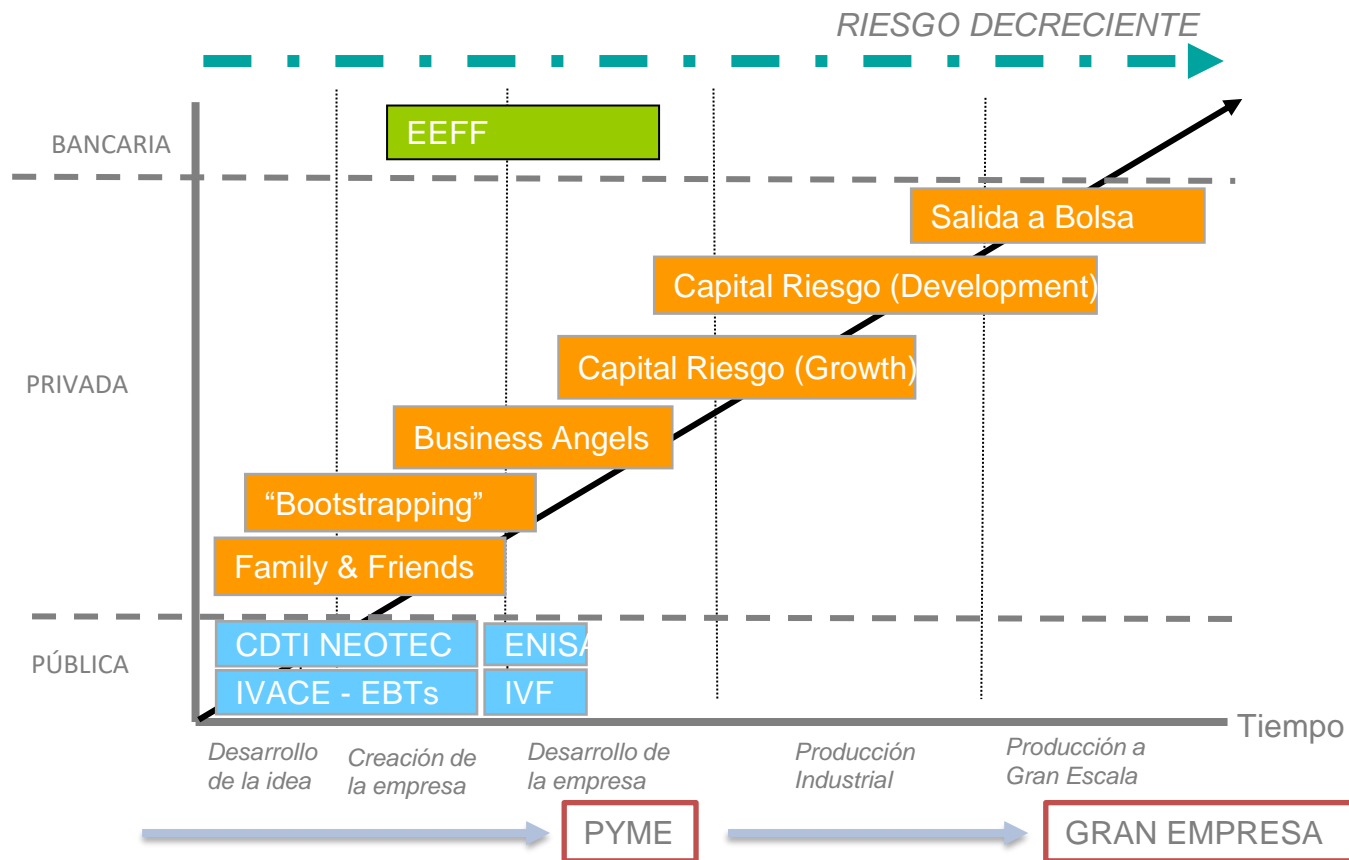


CLIENTES/PROVEEDORES

Ranking de Plataformas de Crowdfunding más influyentes en las Redes Sociales



LA RECTA DE LA FINANCIACIÓN





CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

Guillermo Forteza

 guillermo.forteza@ceei.net

 [@gfortezag](https://twitter.com/gfortezag)

 [.../in/guillermo-forteza/](https://www.linkedin.com/in/guillermo-forteza/)

*“El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él,
y lo utiliza como oportunidad” Peter Drucker.*

FINANCIA:



ORGANIZA:

