

# 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](mailto: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](mailto: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.

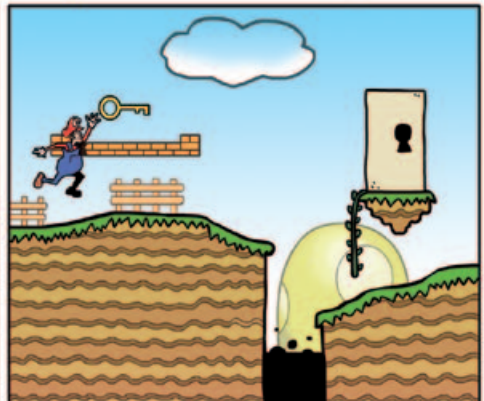
EMPRESA



DEBES UTILIZAR TODOS TUS SENTIDOS...



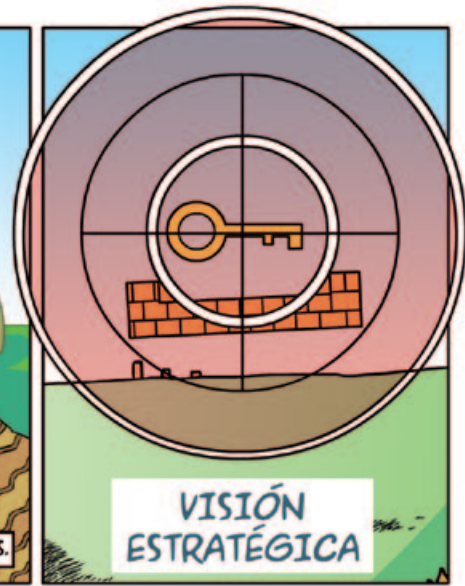
HABILIDADES







NO PERDER DE VISTA NUNCA TUS OBJETIVOS.



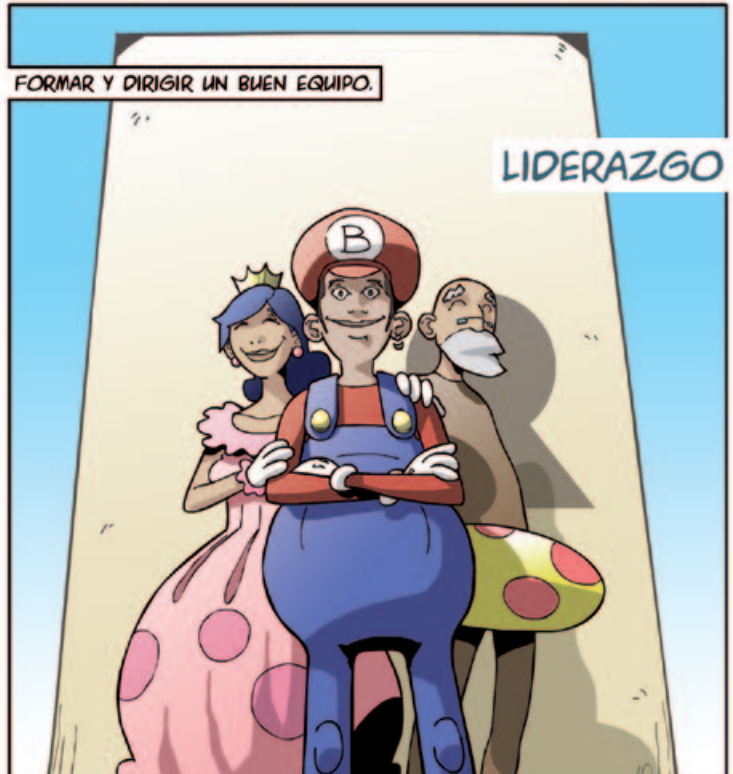
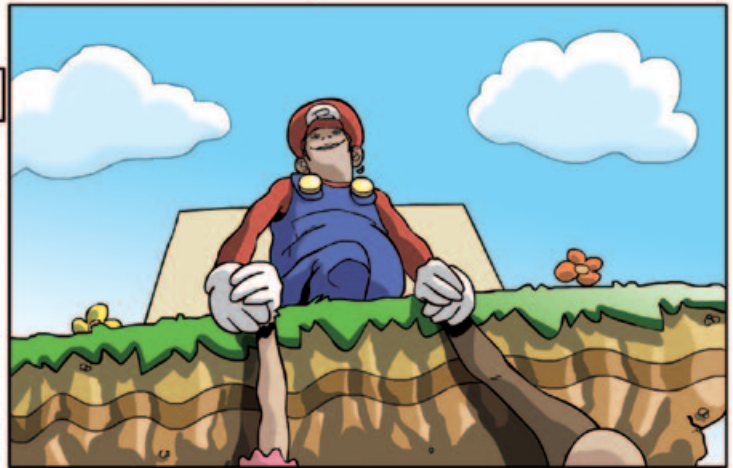
VISIÓN  
ESTRATÉGICA



SER CAPAZ DE HACER  
VARIAS COSAS A LA VEZ.



MULTITAREA

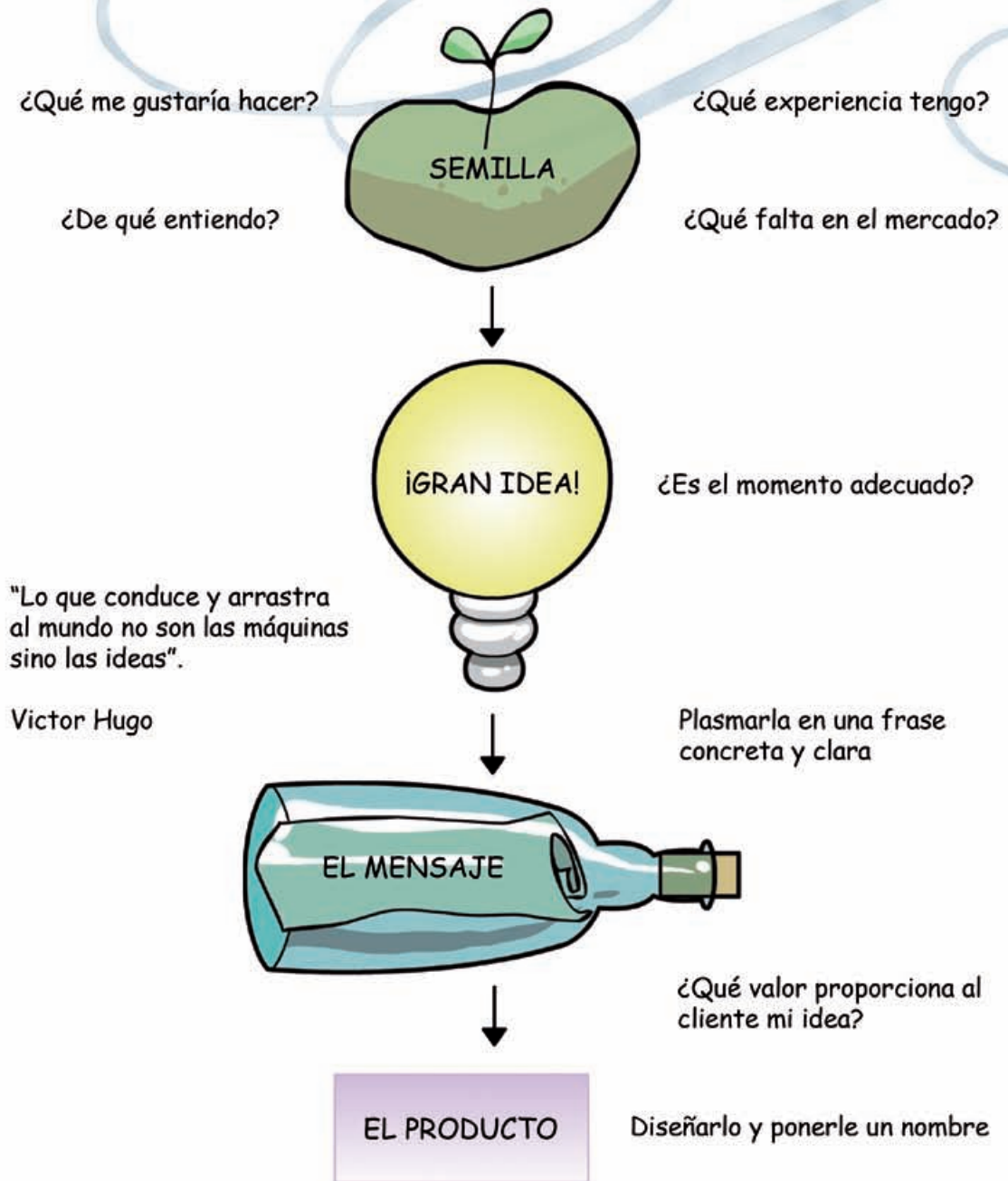


FORMAR Y DIRIGIR UN BUEN EQUIPO.

LIDERAZGO



## LA IDEA EMPRESARIAL



"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





# EMPRENDER

## Ventajas

## Inconvenientes

Crear riqueza y empleo  
para la sociedad

Ser el propio jefe

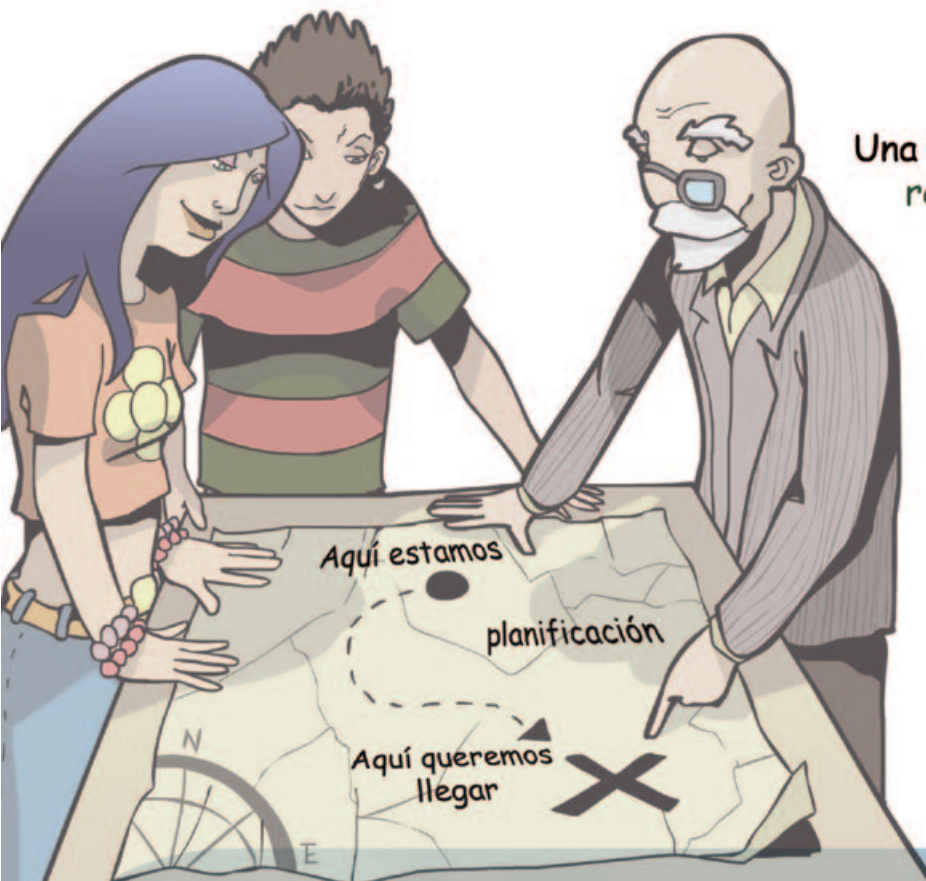
Riesgo económico

Dedicación total



¿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.

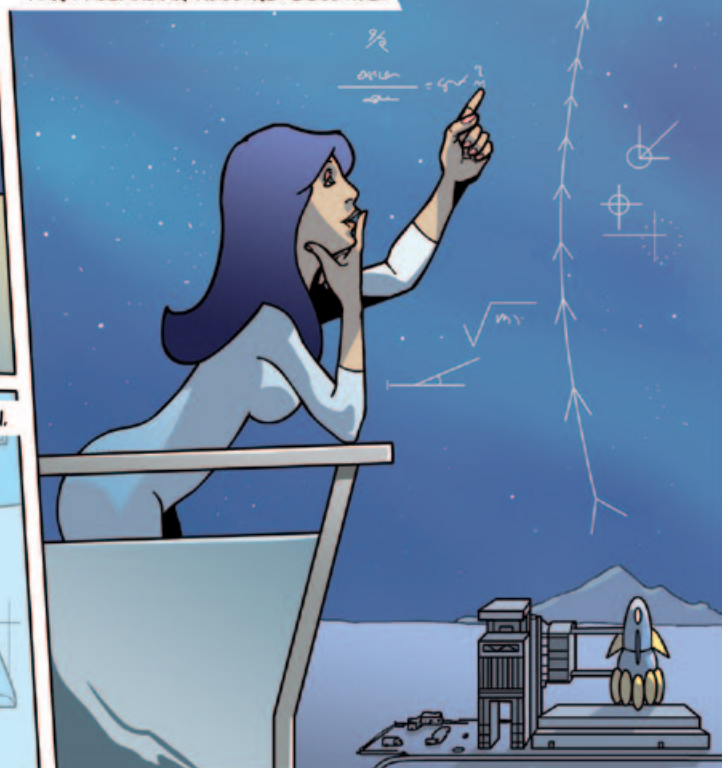


"ESTE ES UN PEQUEÑO PASO PARA UN HOMBRE PERO UN GRAN SALTO PARA LA HUMANIDAD".

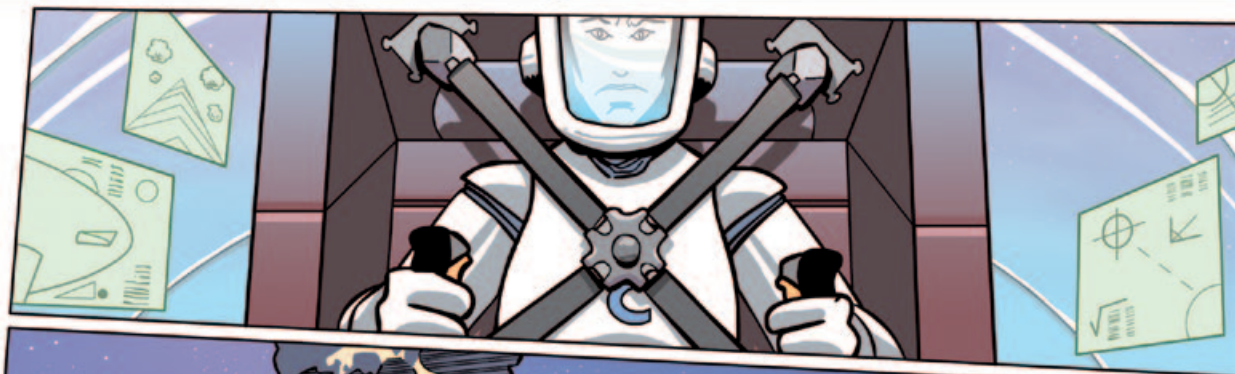
NEL ARMSTRONG,  
A LAS 2:56:40 DEL  
21 DE JULIO DE 1969



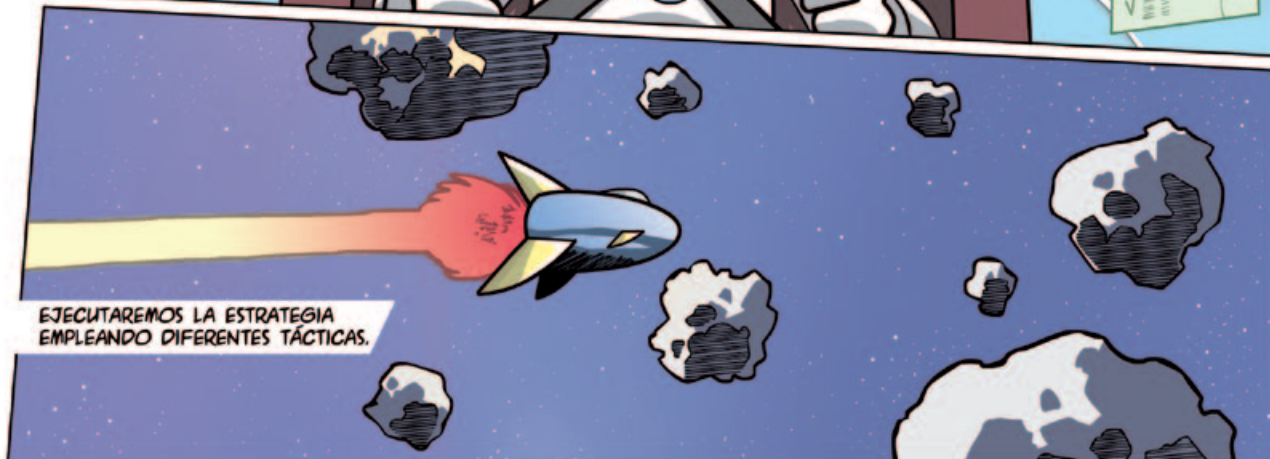
TRAZAREMOS UNA ESTRATEGIA PARA ALCANZAR NUESTRO OBJETIVO.



DISEÑAREMOS UNA ORGANIZACIÓN.



EJECUTAREMOS LA ESTRATEGIA EMPLEANDO DIFERENTES TÁCTICAS.



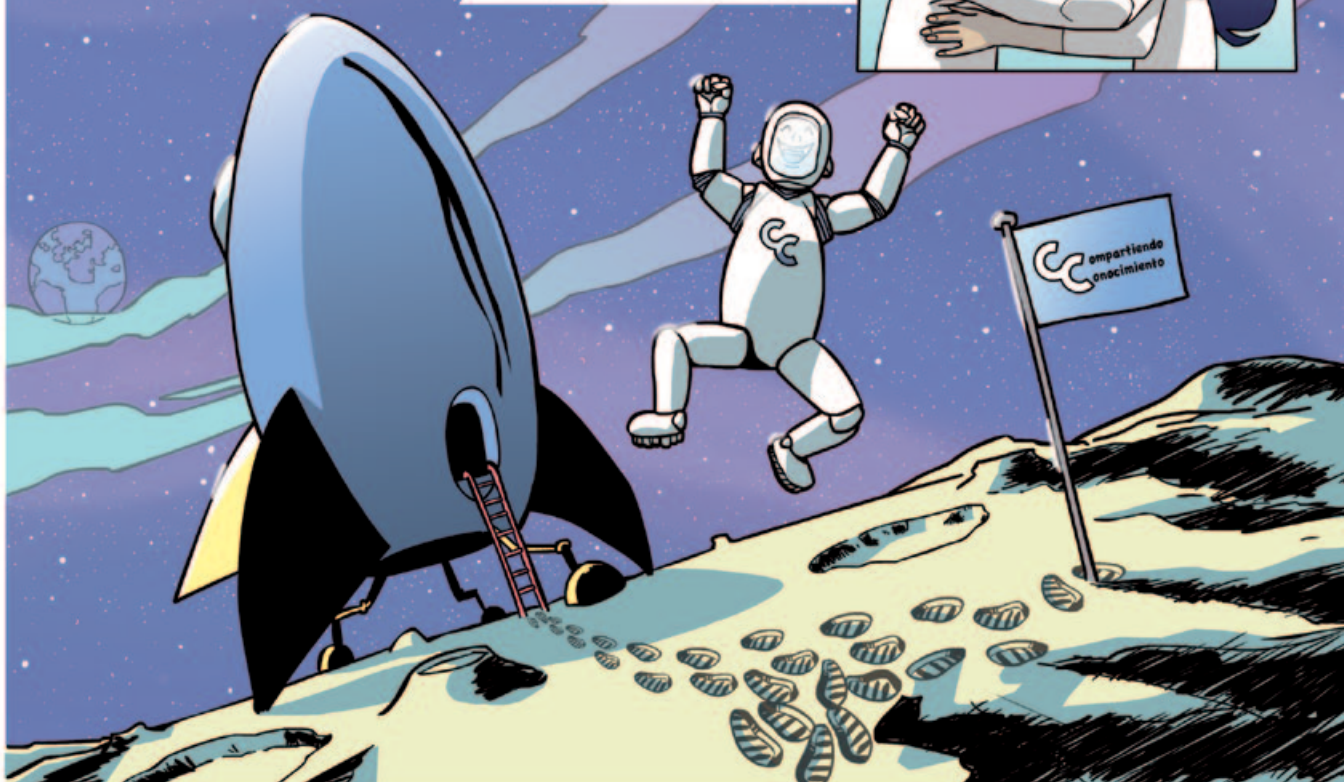




AQUÍ CONTROL. ATENTO A LAS INSTRUCCIONES.



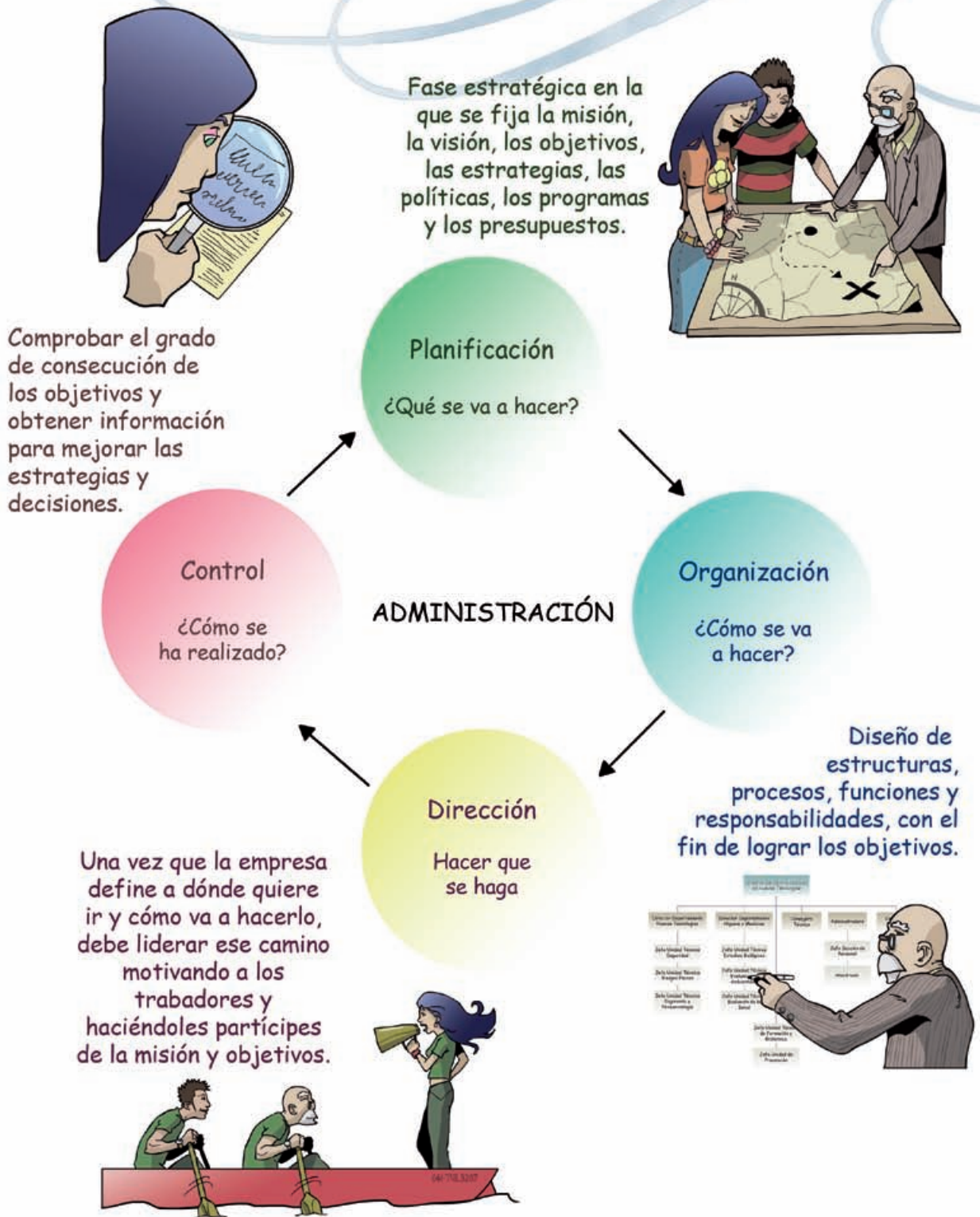
¡Y LOGRAREMOS NUESTRO OBJETIVO!





# ADMINISTRACIÓN

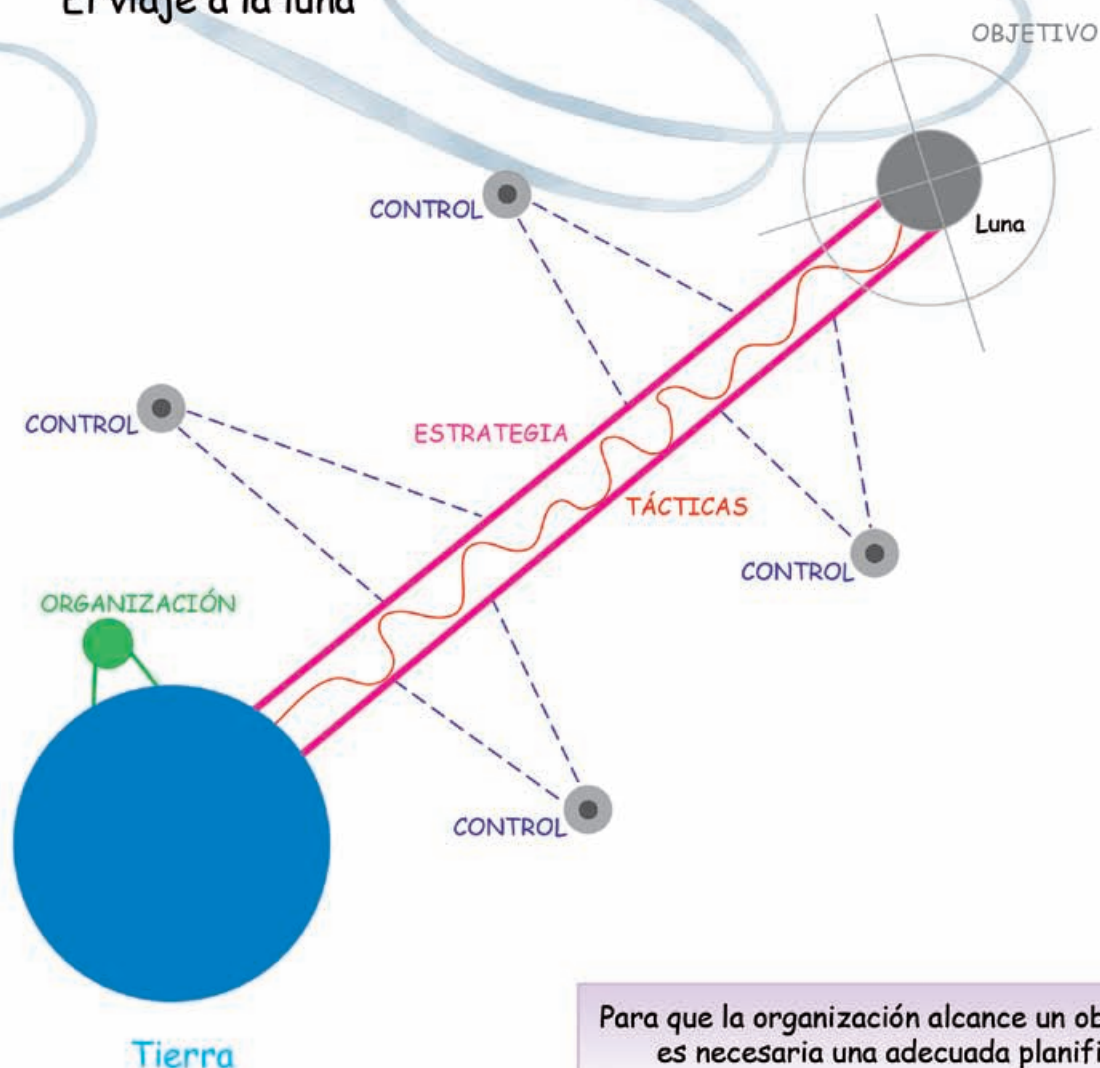
## FASES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO



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.

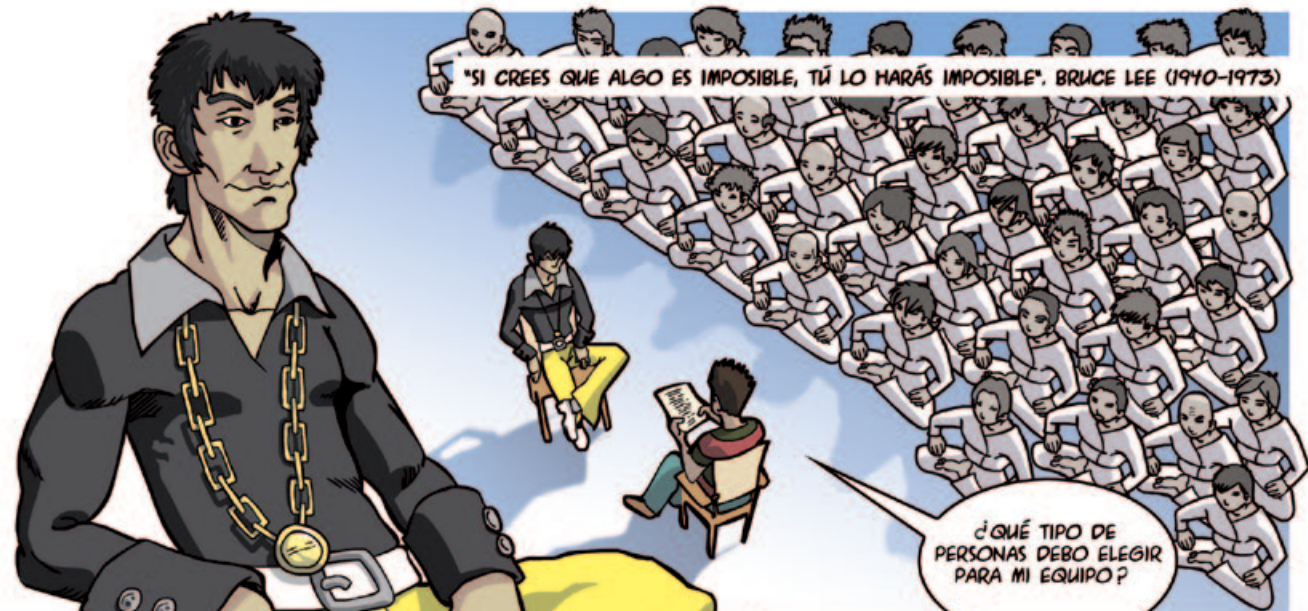
Los buenos administradores, al igual que los maestros de ajedrez, dominan la estrategia (el plan general) y las tácticas (las operaciones concretas).



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



"SI CREEES QUE ALGO ES IMPOSIBLE, TÚ LO HARÁS IMPOSIBLE". BRUCE LEE (1940-1973)



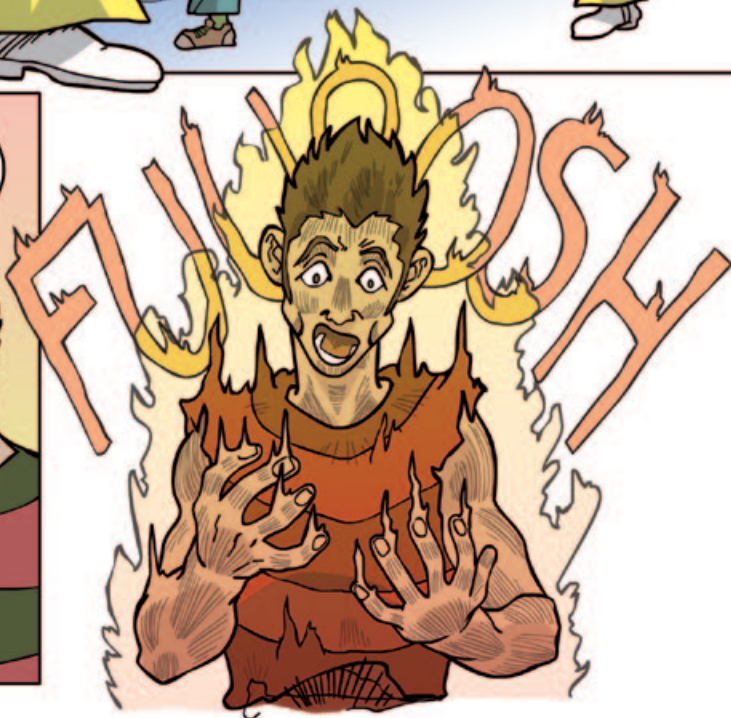
FLEXIBLES

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...





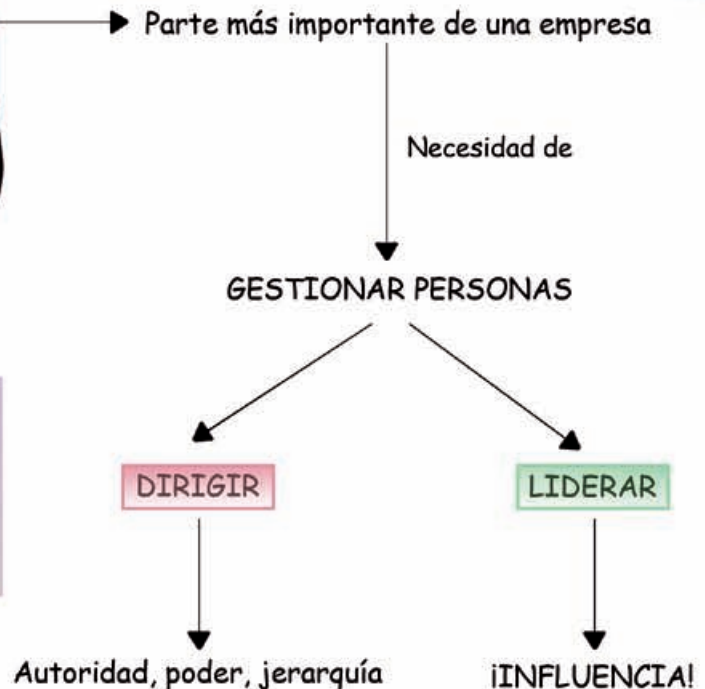






El liderazgo es un reconocimiento otorgado por los demás, cuando se ha ganado su confianza.

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
<b>Coste laboral total</b>	<b>2649</b>

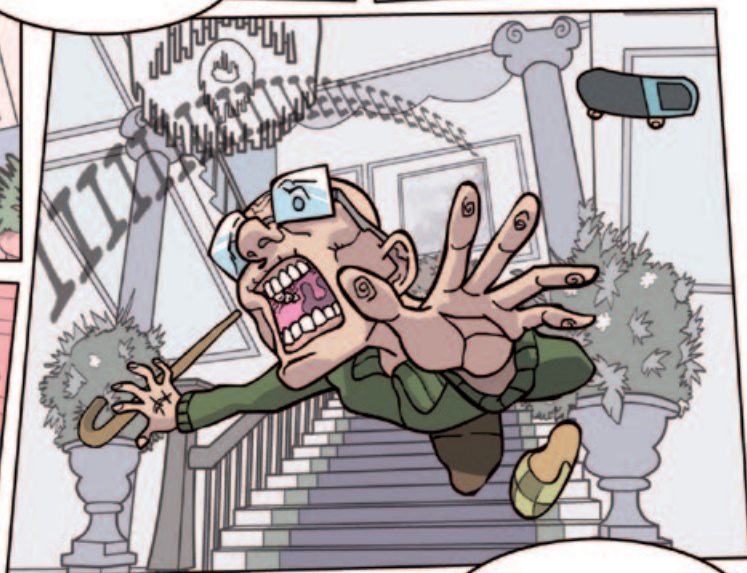
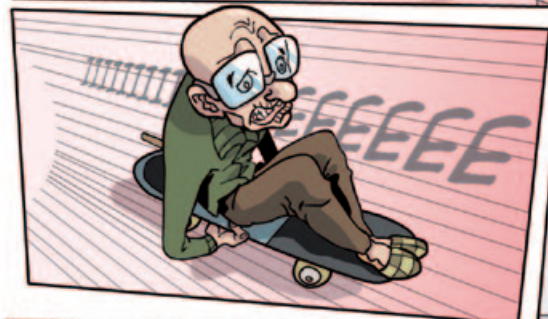


SI EL CLIENTE DESEA QUE LE SUBAMOS LOS HUEVOS COCIDOS EN QUINCE MINUTOS, SE LOS SUBIREMOS EN... ¡DIEZ MINUTOS!  
SI LOS QUIERE EN DIEZ MINUTOS, SE LOS SUBIREMOS EN... ¡TRES MINUTOS!  
SI LOS QUIERE PARA DENTRO DE TRES MINUTOS... ¡LOS TENDRÁ EN UN MINUTO!  
Y SI LOS QUIERE EN UN MINUTO... ¡LE SUBIREMOS LA GALLINA!

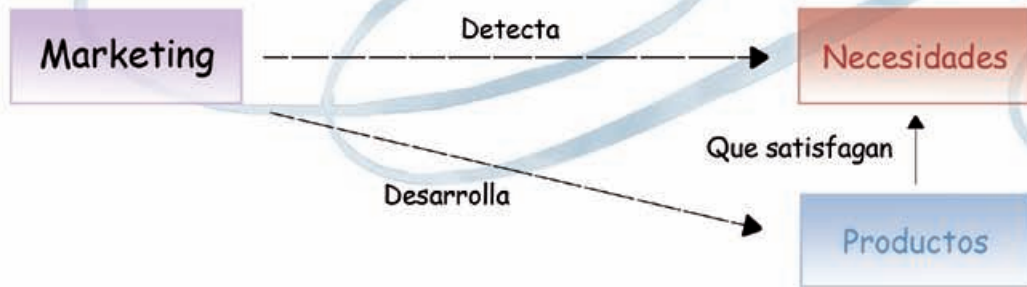


\* GROUCHO MARX. UNA NOCHE EN CASABLANCA (1946)









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?**



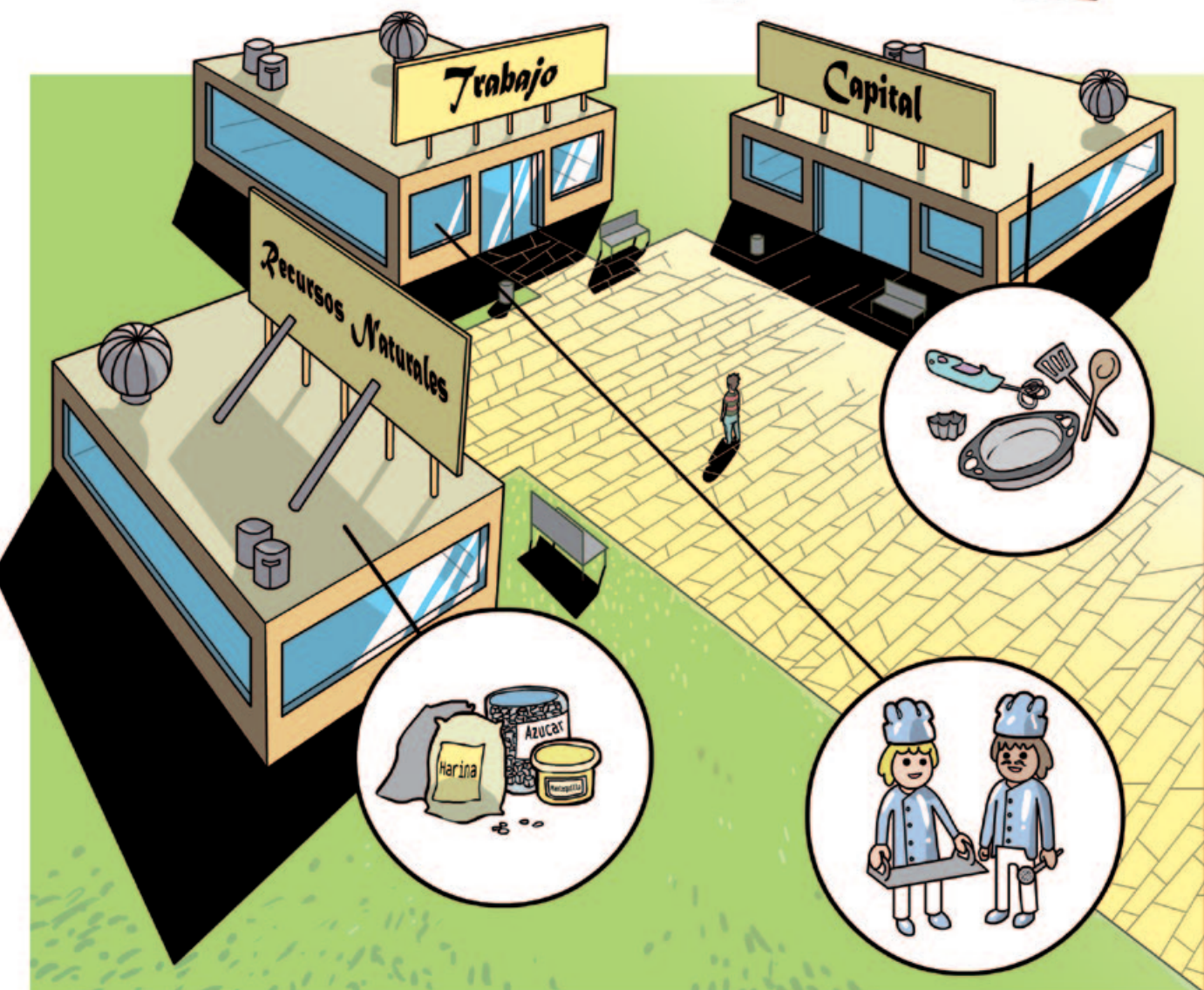
De la adecuada mezcla de marketing, dependerá el éxito de un producto en el mercado.



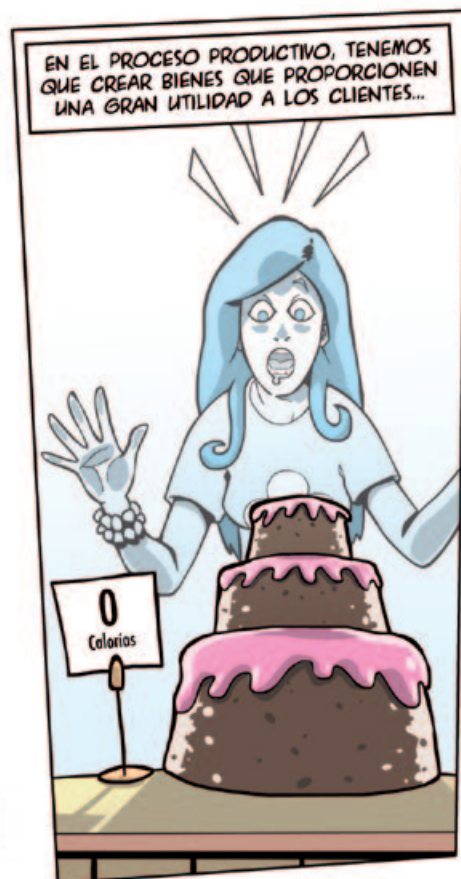
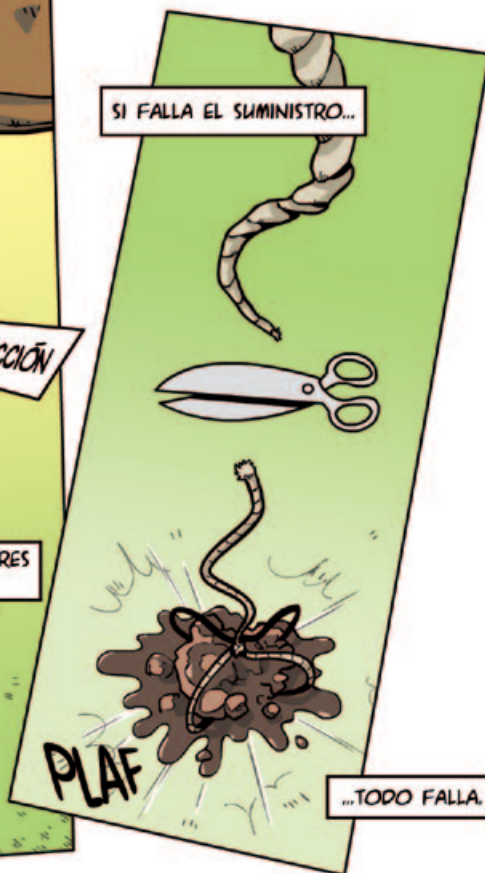
"TRABAJAMOS NO SÓLO PARA PRODUCIR, SINO PARA DAR VALOR AL TIEMPO".  
EUGÈNE DELACROIX (1798-1863)

HA LLEGADO  
EL MOMENTO  
DE DARLE FORMA  
A TU IDEA.

PARA ELLO,  
DEBES ADQUIRIR  
FACTORES  
PRODUCTIVOS...











Aprovisionamiento

Transformación

Distribución

Las empresas transforman generando "valor" o utilidad

**Valor añadido:**

Diferencia entre valor de los factores productivos adquiridos a otras empresas y el precio del producto.

FACTORES PRODUCTIVOS

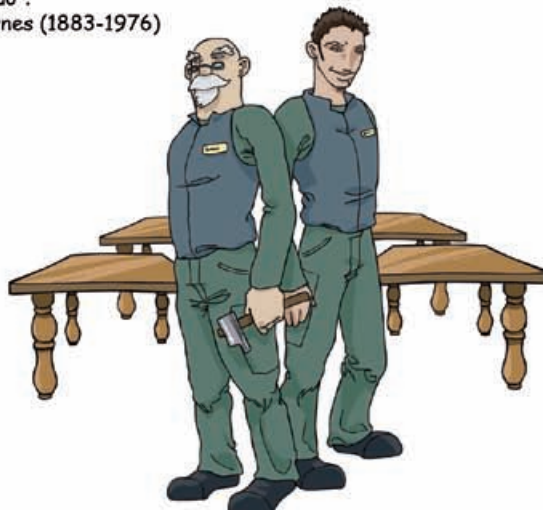
- Recursos naturales: tierras, materias primas...
- Capital físico: máquinas, infraestructuras...
- Trabajo: esfuerzo de las personas en la producción.

$$\frac{\text{Producción}}{\text{Factores}} = \text{Productividad}$$

La productividad es el producto extraído por factor empleado, la eficiencia con la que los materiales de los que se parte se transforman en producto.

"A largo plazo, la productividad lo es todo".  
J.M Keynes (1883-1976)

Lo bueno que se es haciendo las cosas.

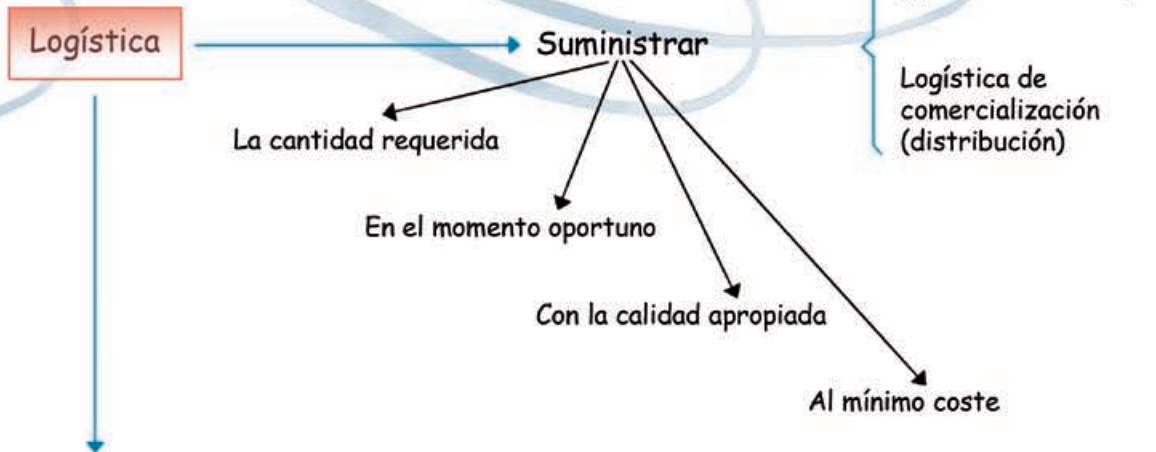


Cuanto más productivos somos, más bienes extraemos de los recursos y más competitivos somos.

A mayor productividad por factor, mayor beneficio para la empresa.

Las empresas poco productivas no sobreviven en el mercado.

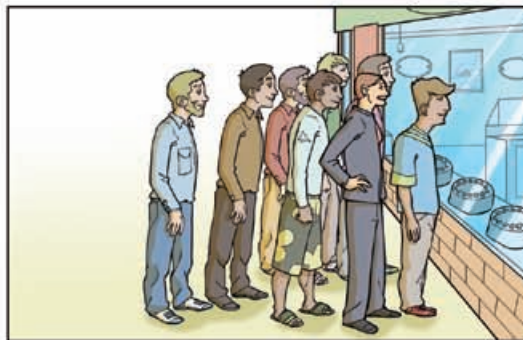




Cuando la demanda de productos era mucho mayor que la oferta, las empresas se centraban únicamente en la producción.

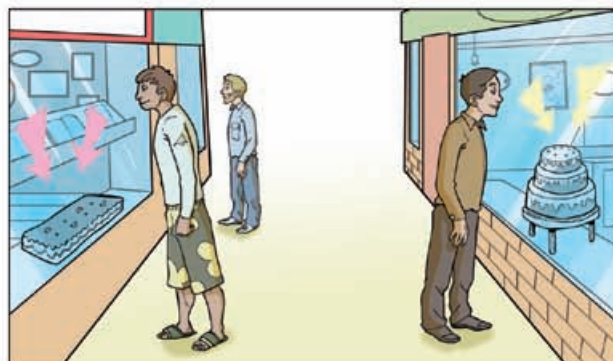
Producción en serie muy estandarizada

Almacenaje y distribución actividades secundarias

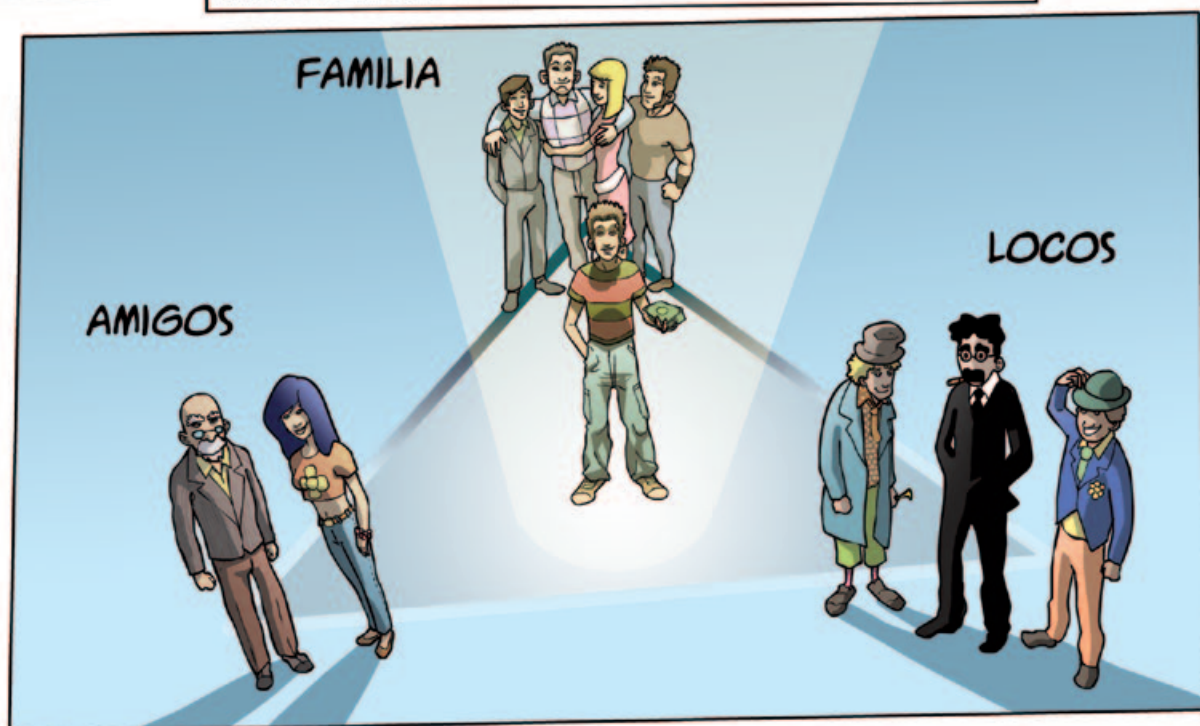


A medida que la oferta supera a la demanda, los gustos de los consumidores son más exigentes y cambiantes.

Producción flexible y ágil

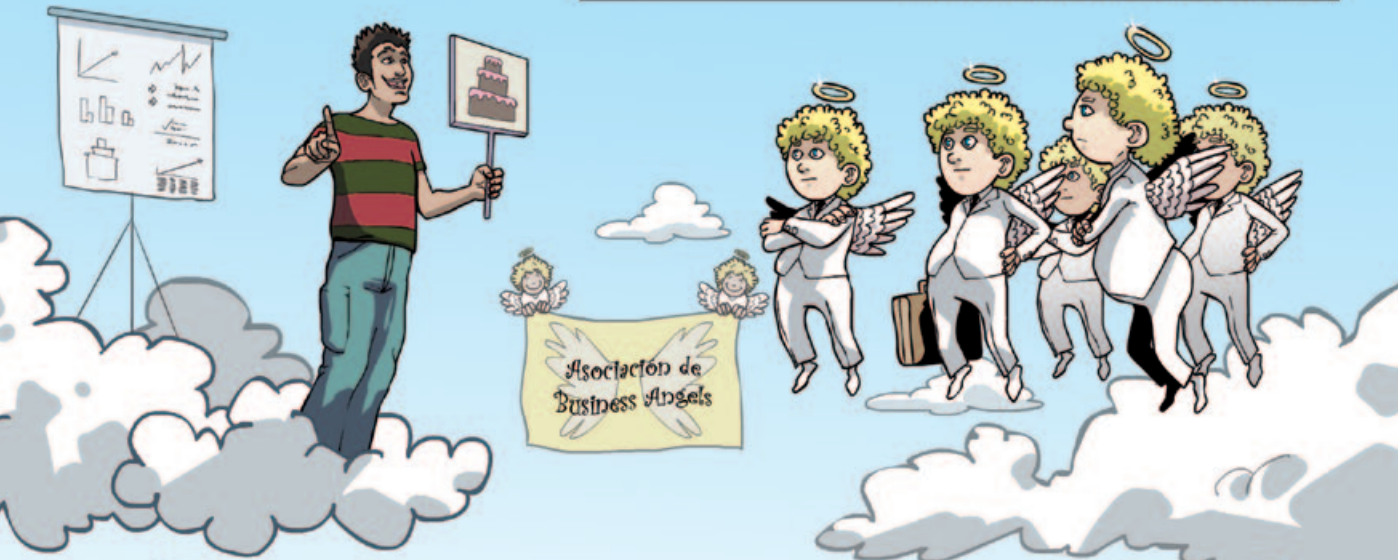


"SI QUIERES CONOCER EL VALOR DEL DINERO, TRATA DE PEDIRLO PRESTADO."  
BENJAMIN FRANKLIN (1706-1790)





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



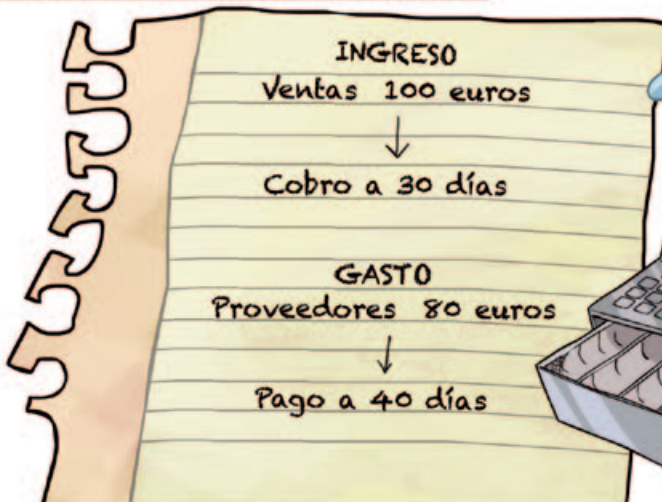
LAS SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO SON EMPRESAS ESPECIALIZADAS EN INVERTIR GRANDES CANTIDADES (A PARTIR DE UN MILLÓN DE EUROS) A MEDIO PLAZO (2 A 8 AÑOS) EN NUEVAS EMPRESAS.



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

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

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

Ecuación fundamental del patrimonio

Bienes + Derechos	}	ACTIVO
- Obligaciones		PASIVO
<hr/>		
PATRIMONIO NETO		



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

### ACTIVO



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

### NETO + 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.

ACTIVO



NETO  
PASIVO



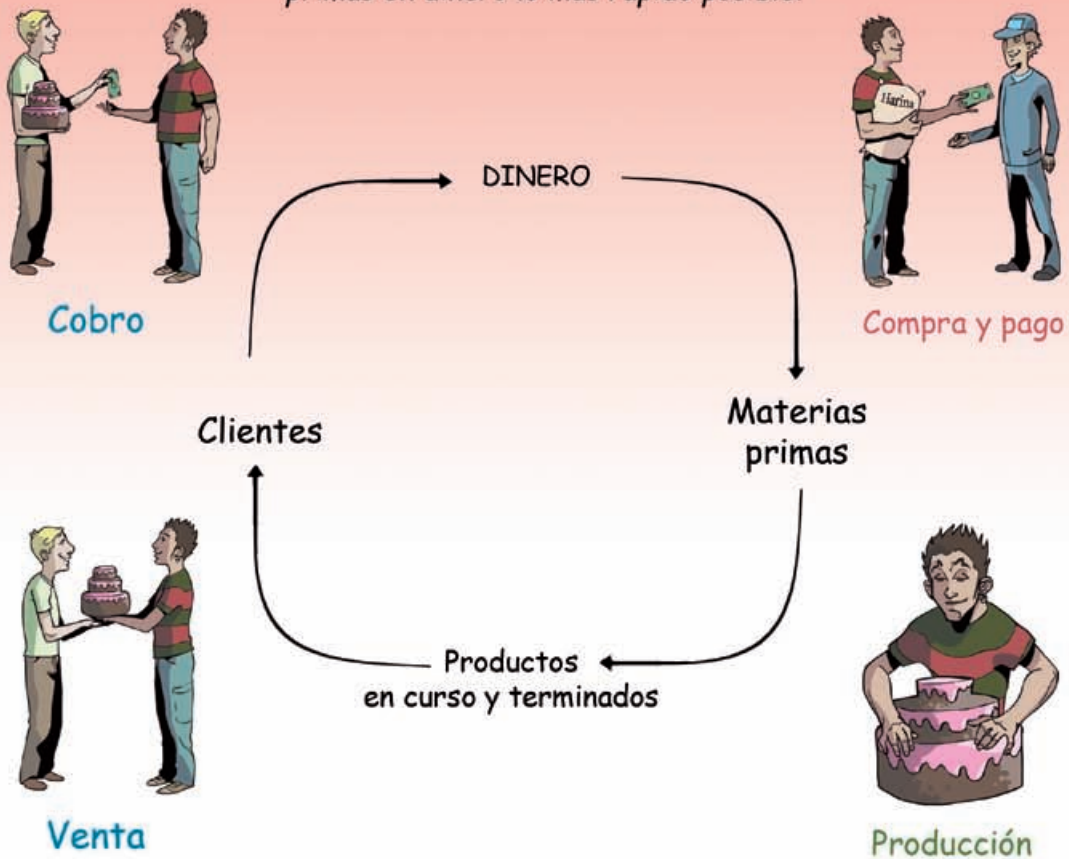
## Crecer con socios ( $\Delta$ neto)



## Crecer con deuda ( $\Delta$ pasivo)

Préstamos a corto y largo plazo de entidades financieras.

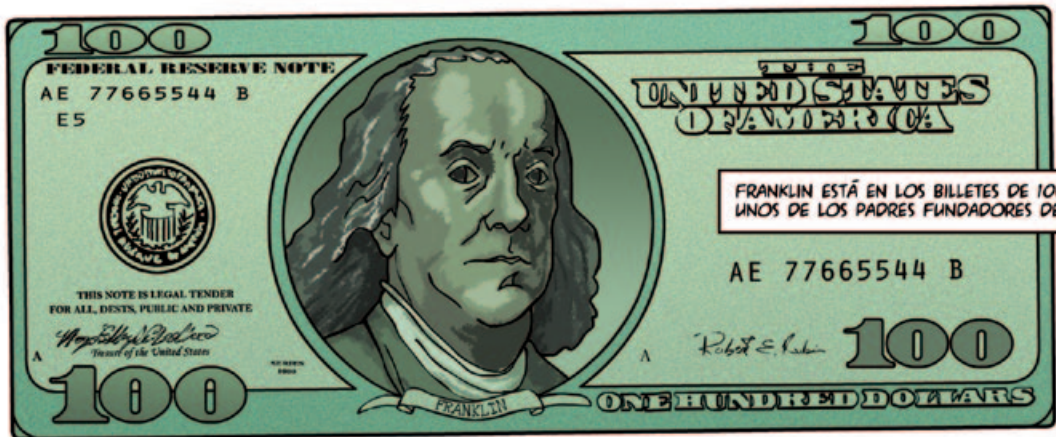
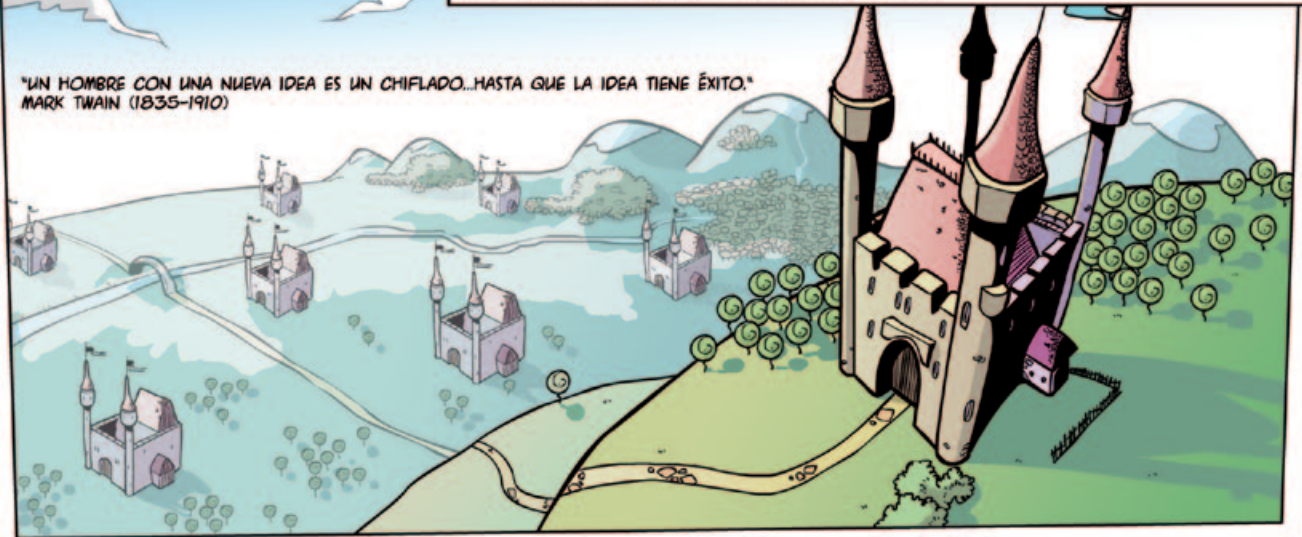
La empresa intentará convertir las materias primas en dinero lo más rápido posible.



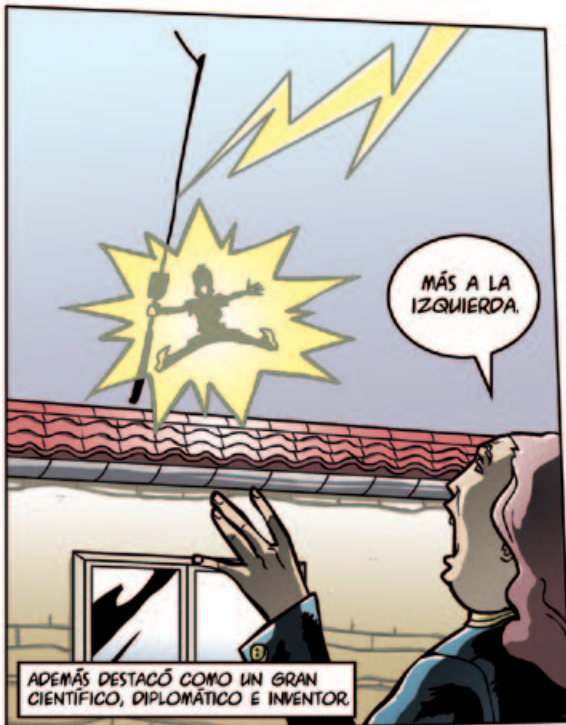
A menor tiempo  $\Rightarrow$  más giros al año  $\Rightarrow$  mayor rentabilidad

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

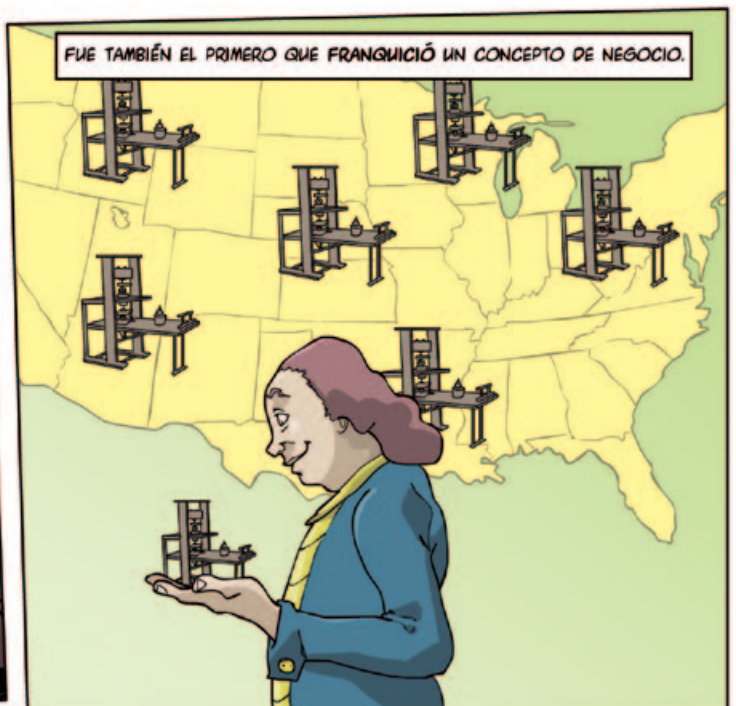
"UN HOMBRE CON UNA NUEVA IDEA ES UN CHIFLADO...HASTA QUE LA IDEA TIENE ÉXITO."  
MARK TWAIN (1835-1910)



FRANKLIN ESTÁ EN LOS BILLETES DE 100\$ POR SER UNOS DE LOS PADRES FUNDADORES DE LOS EEUU.



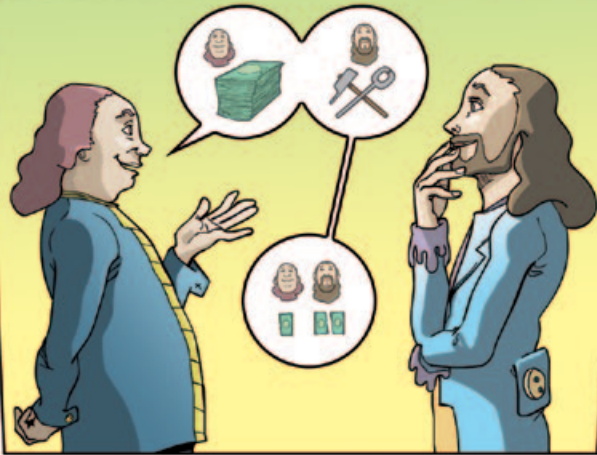
ADEMÁS DESTACÓ COMO UN GRAN CIENTÍFICO, DIPLOMÁTICO E INVENTOR.



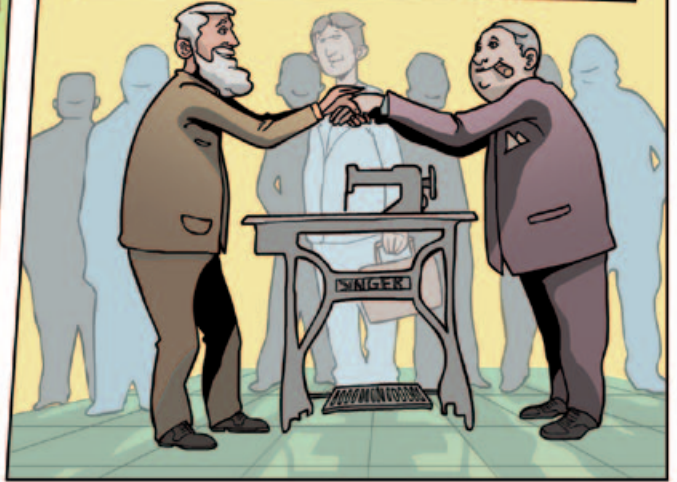
FUE TAMBIÉN EL PRIMERO QUE FRANQUICIÓN UN CONCEPTO DE NEGOCIO.



EN FILADELFIA TENÍA UNA IMPORTANTE IMPRENTA. SE EXTENDIÓ A CAROLINA DEL SUR PAGANDO 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.

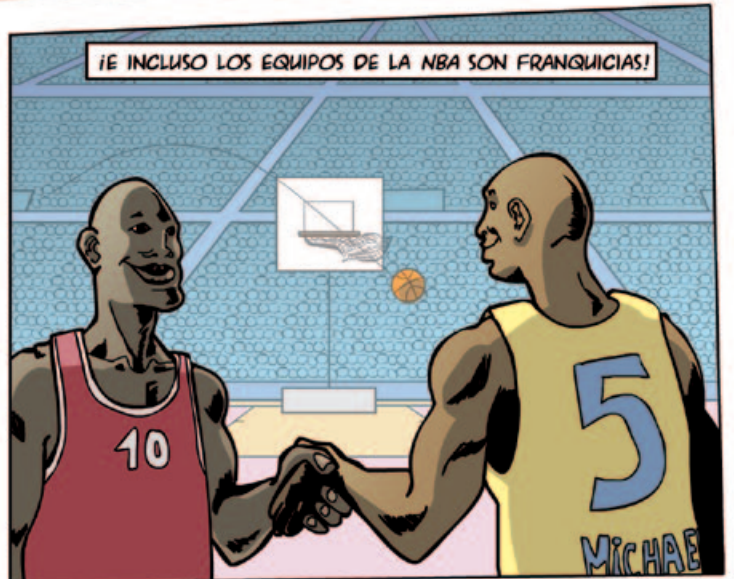


EN EL SIGLO XX SERÍA EL SISTEMA UTILIZADO POR COCA-COLA..

LOS RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA...



¡E INCLUSO LOS EQUIPOS DE LA NBA SON FRANQUICIAS!



# FRANQUICIA

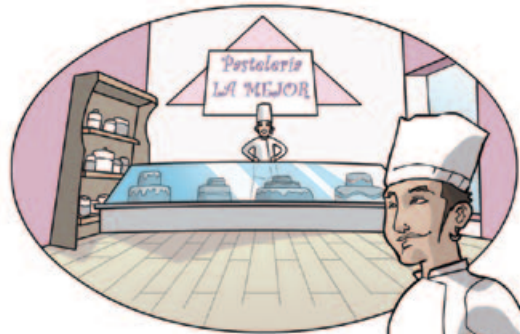
Acuerdo de colaboración entre dos empresarios

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!



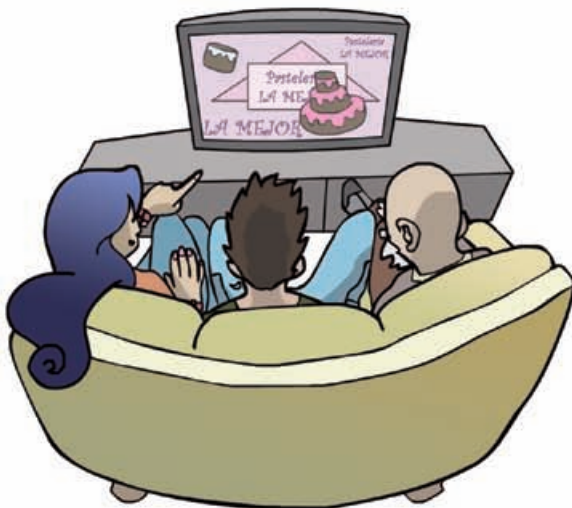
**Elección franquicia**

Investigar al franquiciador

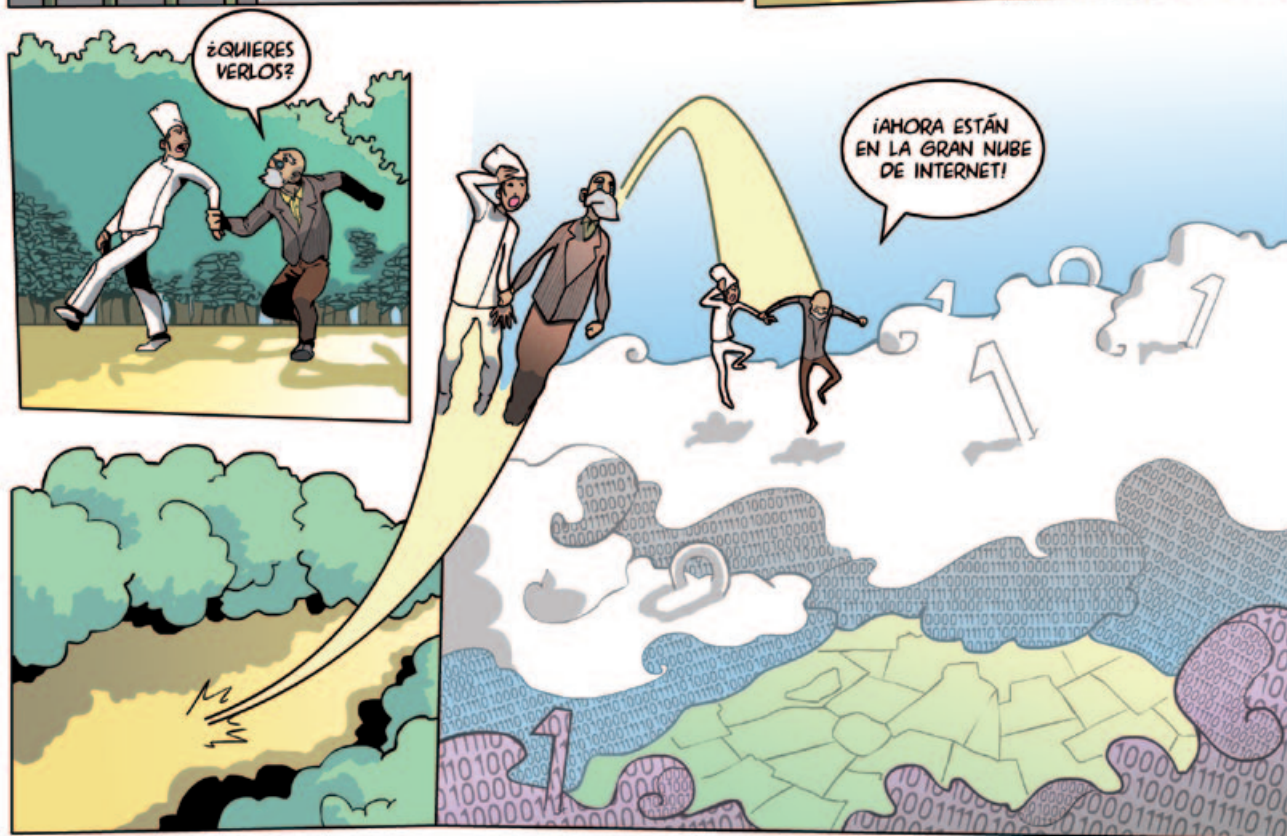
Años de actividad      Éxito      Puntos de venta

**Regla del 3 \* 2**

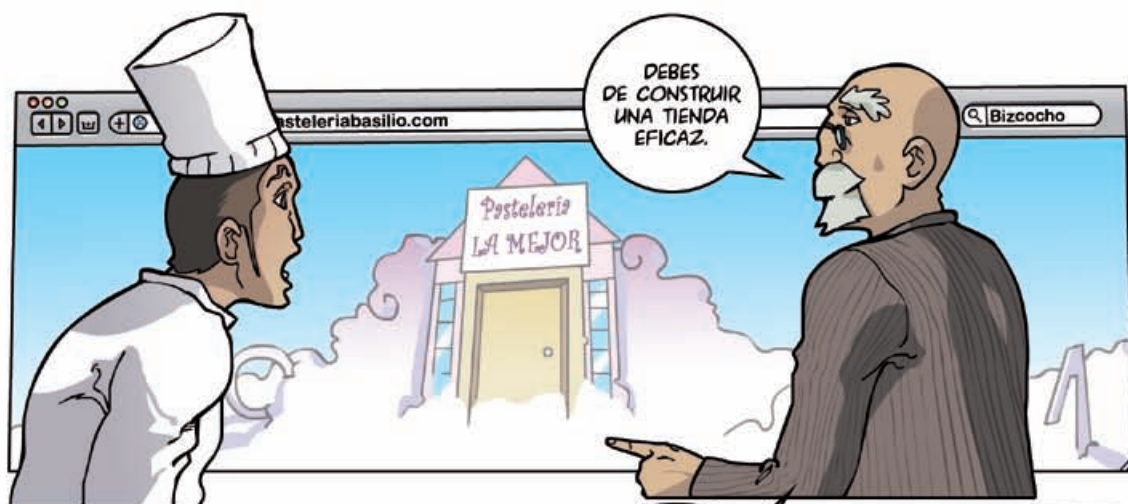
Franquiciar negocios que hayan sido probados con éxito en al menos 3 establecimientos propiedad del franquiciador, durante 2 años cada uno.



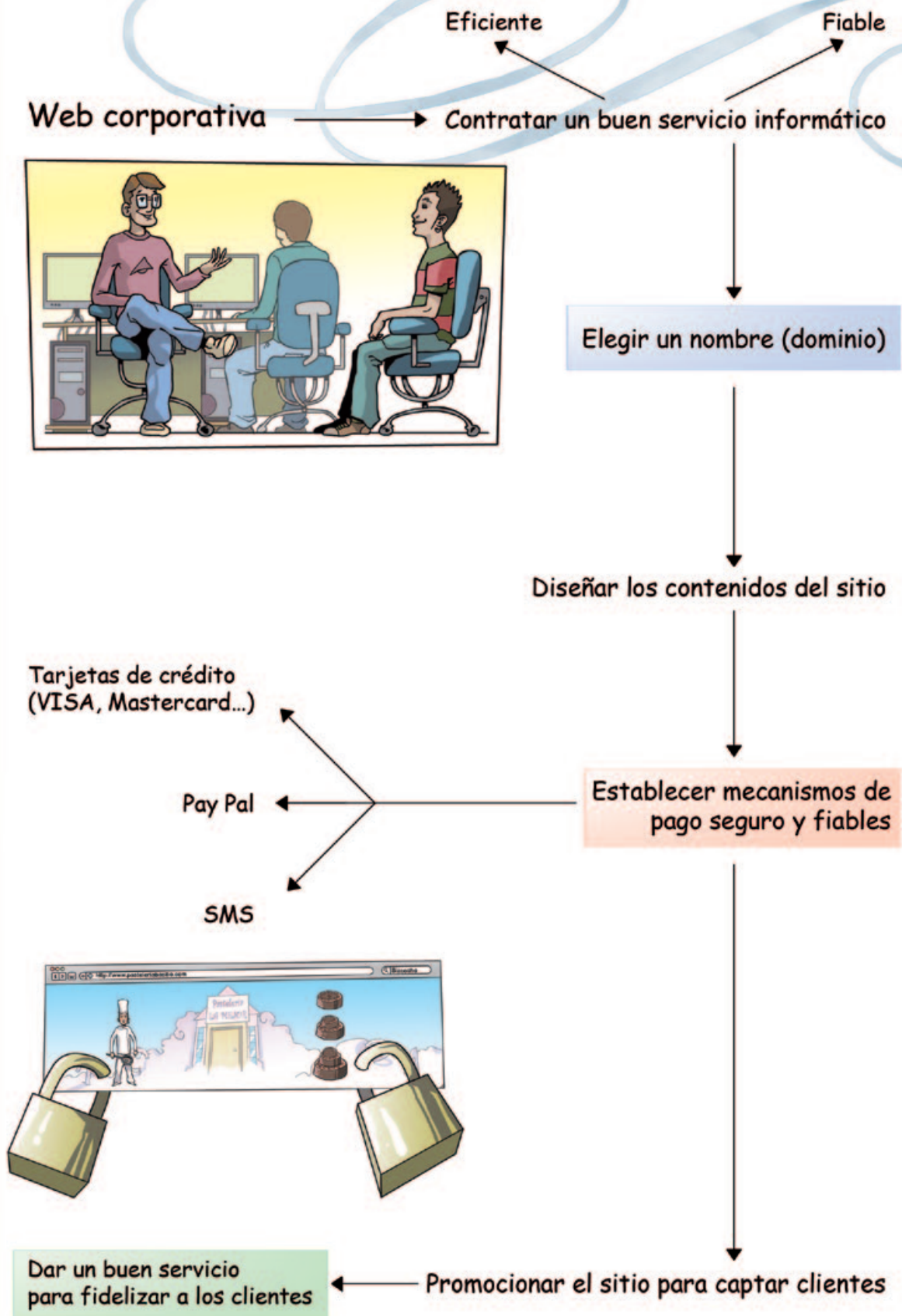
"EL FUTURO PERTENECE A QUIENES CREEN EN LA BELLEZA DE SUS SUEÑOS".  
ELEANOR ROOSEVELT (1884-1962)







# NEGOCIOS VIRTUALES





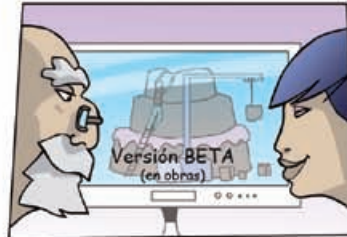
# Marketing digital

## ¡Construir nuestra presencia en la web!

Gestionar la presencia en las redes sociales

Aparecer en los buscadores

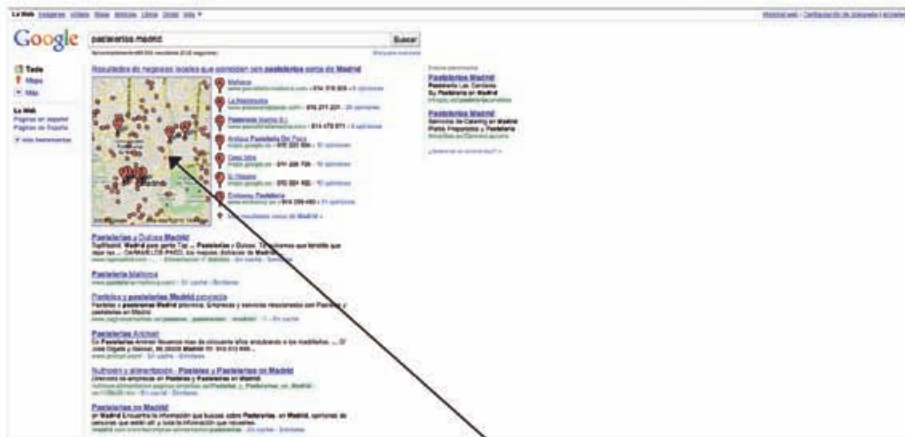
El community manager gestiona, construye y modera comunidades en torno a una marca en Internet



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



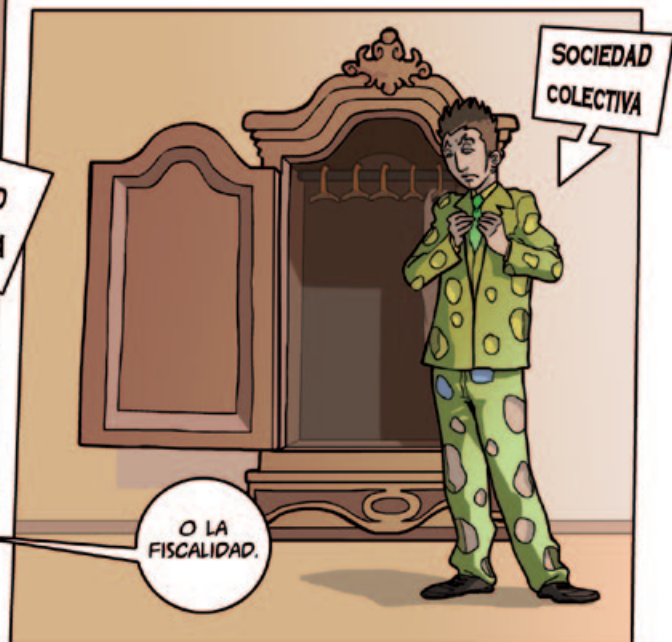
El arte del SEO consiste en lograr que la empresa aparezca lo más arriba posible, de los resultados naturales del buscador.



¡Es vital aparecer en los mapas!





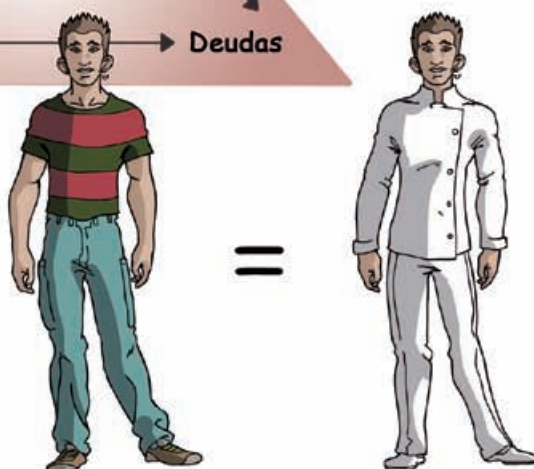


**Empresario individual**

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



- Tributa por el IRPF.
- Responsabilidad ilimitada.



¡No existe una persona jurídica nueva!

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.



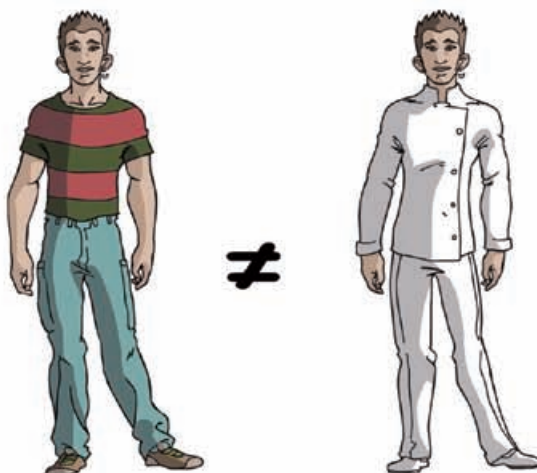
Su capital social se divide en *participaciones*

- 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

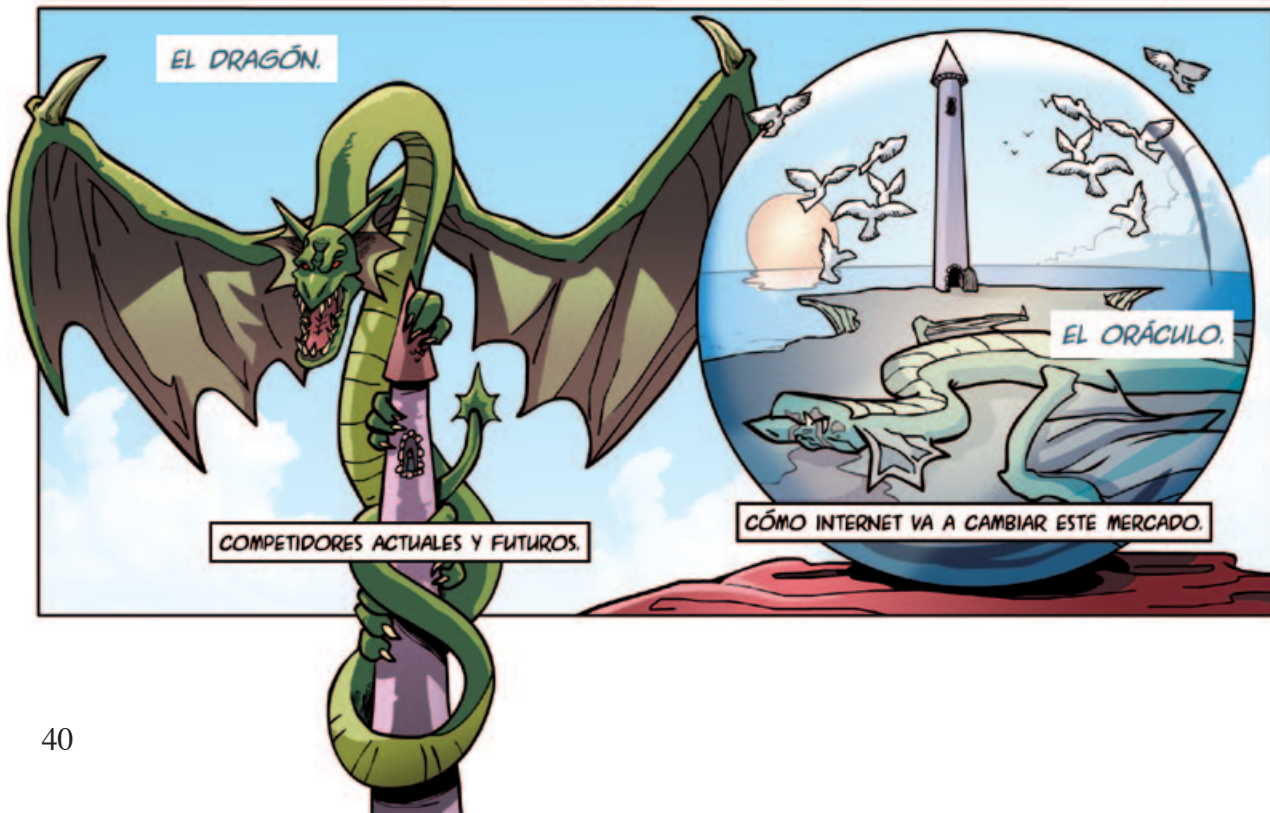
→ Diseñada para empresas que quieren crecer rápidamente.

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.





EL ARMA MÁGICA.



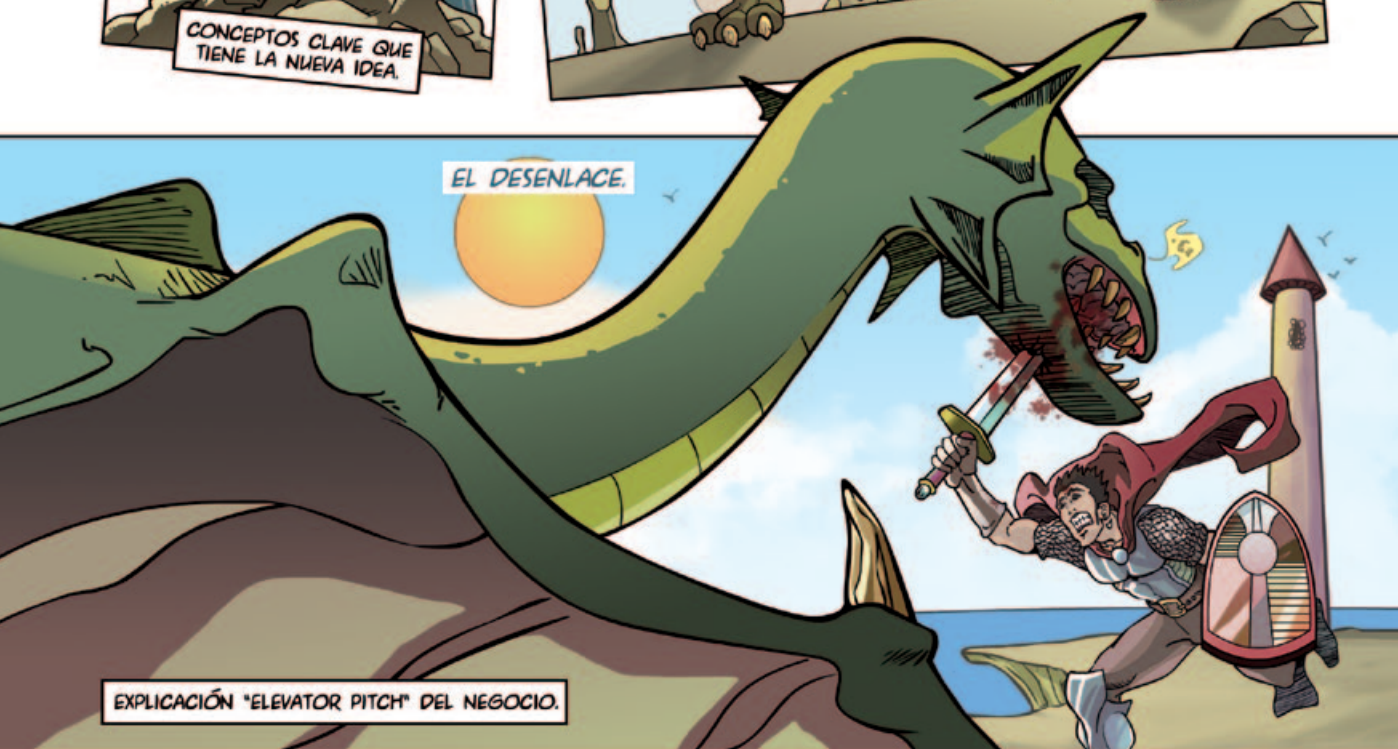
CONCEPTOS CLAVE QUE TIENE LA NUEVA IDEA.

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

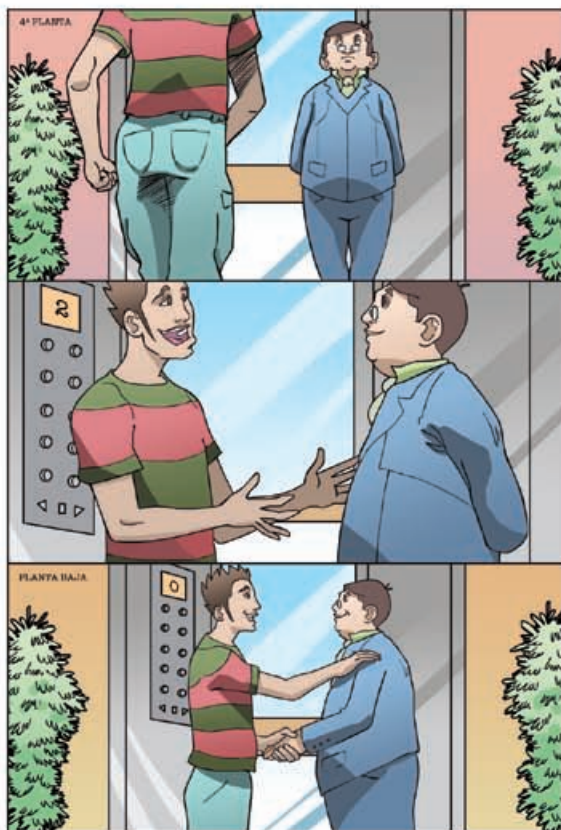
Plan de marketing

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!.









# EMPRESA

N 1/2 HORA



JOE SANDO

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](http://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](mailto: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.