

# Trucos para sobrevivir siendo emprendedor

Badajoz 29 y 30 de Noviembre

Ponente: D. Rubén Marcos

Asociación jóvenes empresarios de  
Extremadura

# HISTORIA DE LA TORTUGA Y LA LIEBRE

## I

Una tortuga y una liebre siempre discutían sobre quién era la más rápida. Para dirimir el conflicto de opiniones, decidieron correr una carrera. Eligieron una ruta y comenzaron la competencia. La liebre partió a toda velocidad y corrió enérgicamente durante un buen rato. Luego, al ver que había sacado muchísima ventaja, decidió sentarse debajo de un árbol para descansar unos momentos, recuperar fuerzas y luego continuar su marcha. Pero pronto se quedó dormida. La tortuga, que andaba con paso lento pero constante, la alcanzó, la superó y terminó en punta, declarándose ganadora indiscutible de la carrera.

**Moraleja: Los lentos pero constantes y perseverantes, también ganan la carrera.**



# HISTORIA DE LA TORTUGA Y LA LIEBRE

II

Pero la historia no termina aquí, sino que prosigue...  
La liebre, decepcionada por haber perdido, hizo un examen de conciencia y reconoció su grave error de subestimar a la tortuga. Se dio cuenta de que por presumida y descuidada había perdido la carrera. Si no hubiese subestimado a su oponente nunca la hubieran podido vencer. Entonces desafió a la tortuga a una nueva competencia. Esta vez la liebre corrió sin descanso desde el principio hasta el fin y su triunfo fue contundente.

**Moraleja: Los rápidos y tenaces vencen a los constantes y perseverantes.**



# HISTORIA DE LA TORTUGA Y LA LIEBRE

## III

Sin embargo la historia tampoco termina aquí...

Después de ser derrotada, la tortuga reflexionó detenidamente y llegó a la conclusión de que no había forma de ganarle a la liebre en velocidad. De la manera como estaba planteada la carrera, ella siempre perdería. Por eso, desafió nuevamente a la liebre, pero propuso correr por una ruta distinta a la anterior. La liebre aceptó y corrió a toda velocidad, hasta que se encontró en su camino con un ancho río. La liebre no sabía nadar, y mientras se preguntaba "¿qué hago ahora...?", la tortuga nadó hasta la otra orilla, continuó con su paso lento pero constante y terminó la carrera en primer lugar.

**Moraleja: Quienes identifican su ventaja competitiva y cambian el entorno para aprovecharla, llegan primeros**



# HISTORIA DE LA TORTUGA Y LA LIEBRE



## IV

Esta historia aún no termina...

Pasó el tiempo, y tanto compartieron la liebre y la tortuga que terminaron haciéndose amigas. Ambas reconocieron que eran buenas competidoras y decidieron repetir la última carrera, pero esta vez corriendo en equipo.

En la primera parte la liebre cargó a la tortuga hasta llegar al río. Allí, la tortuga atravesó el río a nado con la liebre sobre su caparazón y, ya en la orilla de enfrente, la liebre cargó de nuevo a la tortuga hasta llegar a la meta.

Como alcanzaron la línea de llegada en tiempo récord, sintieron una mayor satisfacción que la que habían experimentado en sus logros individuales.

**Moraleja: Es bueno ser individualmente brillante y tener fuertes capacidades personales. Pero, a menos que seamos capaces de trabajar con otras personas y potenciar recíprocamente las capacidades de cada uno, no seremos completamente efectivos**

# HISTORIA DE LA TORTUGA Y LA LIEBRE



## CONCLUSIONES

Es importante advertir que ni la liebre ni la tortuga abandonaron la carrera. La liebre evaluó su desempeño, reconoció sus errores y decidió poner más empeño después de su fracaso. Por su parte, la tortuga, al notar que la velocidad era su mayor debilidad, decidió cambiar su estrategia y aprovechar su fortaleza como nadadora, en un nuevo recorrido. Después de varias contiendas, la tortuga y la liebre descubrieron que unidas lograban mejores resultados.

La liebre y la tortuga también aprendieron otra lección vital:  
Cuando dejamos de competir contra un rival y comenzamos a competir contra una situación, no sólo complementamos capacidades, compensamos debilidades, potenciamos nuestros recursos... ¡sino que también obtenemos mejores resultados!  
Todos tenemos carreras por delante, y hay muchas maneras de ganarlas. Hay muchas liebres, muchas tortugas... *¡y muchas metas que alcanzar!*  
Finalmente: No se reúna con un grupo fácil y conformista, no le harán crecer. Vaya donde sean muy altas las exigencias y las expectativas de desempeño.

## Índice

---

1. Introducción
2. De la idea al proyecto
3. Comercialización y ventas
4. Organización diaria
5. Financiación
6. Cliente

## INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCION

## ESPIRITU EMPRENDEDOR



**ACTITUD** en la que se refleja la motivación y capacidad a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir éxito económico.

# INTRODUCCION

## Quiénes son?

- Proceden de todas las profesiones y condiciones sociales
- Presentes en todo tipo de organizaciones
- Predisposición al riesgo
- Atracción por la independencia y realización personal (marca en el mundo)
- Les produce satisfacción trabajar en la ocupación desempeñada.



# INTRODUCCION

## Quiénes son?

- Dispuestos a asumir los fracasos
- Inquietos, idealistas, comunicativos
- Aspiraciones monetarias secundarias
- Sin acceso a las fuentes de financiamiento tradicionales
- Dispuestos a desarrollar nuevos negocios

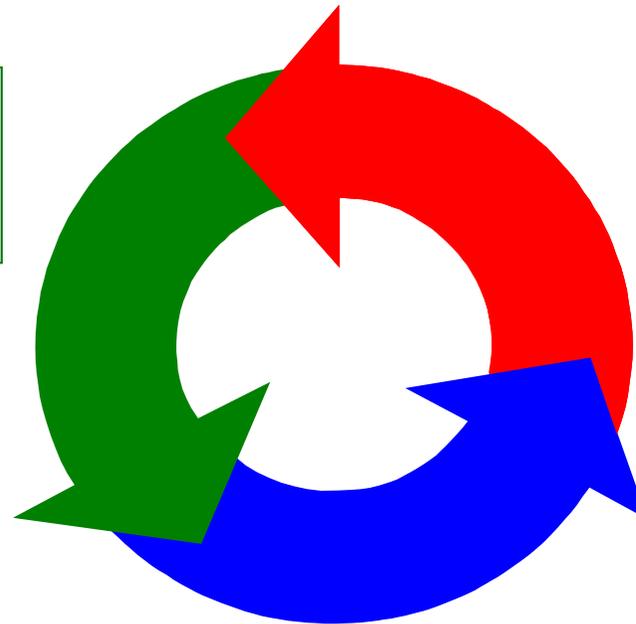


# INTRODUCCION

Son protagonistas: Circulo Virtuoso

**INVERSION,  
EMPLEO,  
CRECIMIENTO**

**CONOCIMIENTO  
INNOVACION Y  
NEGOCIOS**



**ESPÍRITU  
EMPREENDEDOR**

# INTRODUCCION



Un emprendedor debe

Adquirir conocimientos sobre el funcionamiento de la economía y gestión de empresas

Poseer un conjunto de habilidades prácticas centradas en tres campos:

- 1.-**Personalidad.** Actitudes positivas a la acción de emprender.-
- 2.-**Buenas relaciones interpersonales.** claves de la negociación.-
- 3.-**Habilidades organizativas.-**

# INTRODUCCION

Clave del éxito



**“LA ESCENCIA DEL ESPIRITU  
EMPRENDEDOR ES LA  
INNOVACIÓN EN TODOS LOS  
PROCESOS Y  
EMPRENDIMIENTOS”**

# INTRODUCCION

## Cualquiera puede

### **Richard Branson- El empresario Hippie:**

Paradigma de los nuevos emprendedores británicos, ha demostrado que se puede disfrutar enormemente a la vez que se crea un imperio empresarial. Empezó publicando una revista para hippies en el año 68, al que siguieron una pequeña tienda de discos, una empresa discográfica, una cadena multinacional de centros comerciales, una empresa de refrescos, una compañía aérea y más..... Por el camino se ha comprado una isla en el caribe, ha organizado una misión de rescate de rehenes y ha batido varios récords como deportista.....

**FORO  
EMPRENDE 2011**  
*Es tu momento!*



# INTRODUCCION

Anita Roddick puso en marcha en Brighton (Gran Bretaña) en 1976 una pequeña tienda de cosméticos naturales-The Body Shop-para poder mantener a su familia mientras su marido hacia realidad el sueño de recorrer a caballo la ruta de Buenos Aires hasta Nueva York. Hoy existen más de 1.500 establecimientos de la cadena The Body Shop en 47 países.-



# INTRODUCCION

---

Luciano Benetton, cuenta que cuando se presento a solicitar un crédito recibió como respuesta: Ustedes los jóvenes son todos iguales. Quieren correr antes de aprender a nadar, créame que al negar el préstamo pienso en usted, ya que, su idea lo llevara al desastre financiero.....Este relato lamentablemente hoy no ha perdido vigencia.-



## DE LA IDEA AL PROYECTO

# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

---

### 1. ¿Qué es lo que se quiere hacer?

*Lo primero que se tiene que saber a la hora de emprender un negocio empresarial es qué se quiere hacer, es decir, qué proyecto de negocio tenemos. A ello se suele llegar por dos caminos distintos:*

- *Se nos ocurre una idea de negocio nueva, original, que no existe en el mercado, que nos va a llevar a abrir nuevos mercados, nuevas necesidades, etc.;*
- *Desarrollando un producto o servicio que ya existe y lo que hacemos es darle otro aire nuevo, otra forma de poder captar las necesidades que se habían creado pero que no han quedado satisfechas por alguna razón que nosotros hemos detectado y valorado como importante.*



# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

---



### 2. ¿Quién va a formar parte del proyecto?

*En este punto es donde tenemos que definir cuales son los integrantes del proyecto. El proyecto lo podemos desarrollar con diferentes agentes:*

**• Los promotores del proyecto únicamente. Este sería el caso más lógico. La idea surge de una o varias personas que, en un momento determinado y por unas circunstancias determinadas, deciden emprender una aventura empresarial. Sería el caso de socios trabajadores.**

**• Otra manera de crear empresa es ser socio capitalista, es decir, que el promotor tenga una idea y los recursos suficientes para crear una empresa pero carece completamente del compromiso del trabajo diario por lo que contrata tanto a directivos como a empleados para que lleven a cabo el negocio mientras que el promotor sólo participa económicamente de la misma.**

**• Los promotores del proyecto más ayuda externa. Este sería el caso en el que el promotor/es tiene una idea pero carecen de recursos para poder llevarla a cabo. Esta carencia de recursos no tienen el porque ser únicamente monetarios también pueden ser de capacitación empresarial o de dominio de las características básicas de la idea. Es decir, podemos tener necesidades de socios capitalistas, de socios trabajadores que aporten además capital o, simplemente, de los recursos humanos capacitados para poder desempeñar eficientemente la actividad empresarial.**

# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

---

### **3. ¿Cómo se va a implementar la idea?**

*Aparece en este punto una de las características básicas de cualquier proyecto que se quiera emprender, tanto profesionalmente como personalmente.*

***Es el momento de la planificación.***

*En este momento el emprendedor ha de concienciarse del sacrificio que va a suponer poner en marcha un proyecto y por eso ha de reflexionar de manera importante cómo va a desarrollarlo.*

*El plan de empresa es la herramienta fundamental para ello. En el plan de empresa, entre otras cosas que más tarde trataremos y que tienen que estar incluidas en él, tendrá que describir qué estrategias vamos a seguir para llevar a nuestra empresa hacia los objetivos que nos hayamos fijado. A este respecto son fundamentales las herramientas de marketing. Ellas serán las que guíen los pasos a tener en cuenta para que la empresa pueda tener el éxito esperado.*



# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

---

### **4. ¿Dónde se va a establecer la empresa?**

*Cuando ya sabemos qué queremos hacer, con quién lo vamos a hacer y cómo lo vamos a hacer hay que decidir dónde vamos a desarrollar la idea empresarial.*

*Este es un punto importante porque puede afectar en gran manera el éxito de la empresa.*

*Hay que tener en cuenta que la localización geográfica de la empresa nos puede traer una serie de ventajas que se pueden volver inconvenientes si erramos en la elección. Entre estas ventajas podemos tener en cuenta los siguientes aspectos:*

*Hay que situarse cerca del potencial cliente.*

*Hay que tener una localización cercana a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad empresarial.*

*Si no acertáramos en cualquiera de los dos epígrafes anteriores tendríamos el peligro de correr con una serie de gastos (si pagamos los desplazamientos o transportes), o con una serie de menores ingresos (si cobramos por producto o servicio una menor cuantía de la debida), que podrían hacer peligrar el desarrollo futuro del proyecto.*

# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

### 5. ¿Cuándo vamos a comenzar a trabajar?

*El momento en el que la empresa debe empezar la andadura es una decisión puramente estratégica.*



*Hay factores que pueden hacer que tomemos una decisión u otra. Así habrá que tener en cuenta factores como podrían ser: el plazo en el pago de impuestos, esperar al momento en el que la estacionalidad de la actividad sea la más adecuada, etc.*

*En cuanto a los plazos para empezar a trabajar van a depender de las posibilidades con las que cuenten los promotores para comenzar la andadura del proyecto y, aunque es interesante marcarse plazos como objetivos empresariales así como para saber el grado de interés que se muestra al proyecto por parte de todos y cada uno de los promotores del mismo, cada proyecto requiere de un tiempo de planificación distinto.*

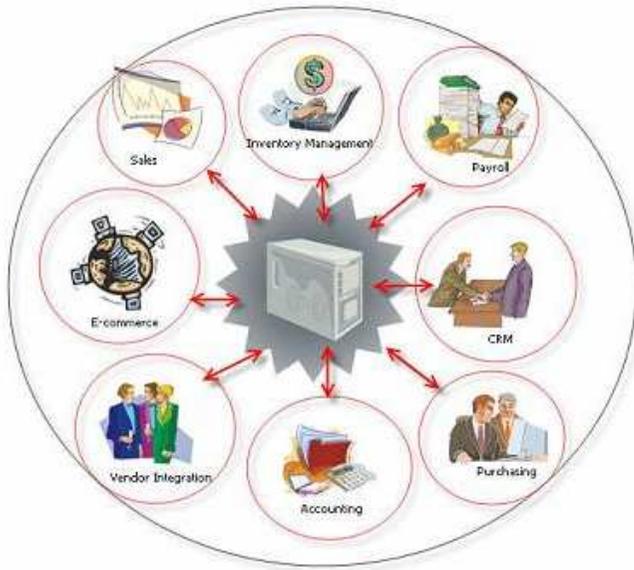
# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

### 6. ¿Con qué contamos para empezar?

*Es hora de ver con qué recursos cuentan los promotores para empezar a trabajar. Los recursos que hay que tener en cuenta son de distintos tipos:*

- *Fundamentales resultan los recursos económicos con los que podemos hacer frente*
- *Los recursos humanos necesarios para comenzar. En función del resultado que nos den los recursos del inicio variaremos o no nuestra planificación al respecto de los mismos.*
- *Una red de contactos nos va a permitir conseguir diferentes contactos con proveedores de mayor o menor calidad (en función de nuestras necesidades) y, lo más difícil para una empresa que empieza, los primeros clientes.*



# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

---

### 7. ¿Para qué queremos realizar el proyecto empresarial?

*La fijación de unos objetivos empresariales es necesaria. Sin ellos no se puede llevar a cabo dos de los procesos fundamentales en la función estratégica de la empresa, a saber, la planificación y el control.*

*Gracias a la fijación de unos objetivos a corto, medio y largo plazo podemos marcar las diferentes estrategias a seguir. La planificación trata sobre eso, es decir, ver el cómo actuará estratégica y económicamente la empresa en el futuro, ya sea más o menos lejano ese futuro.*

*Por la otra parte el control hace saber si la empresa funciona como se ha planificado o no. La planificación viene marcada por unos objetivos que la fase de control tratará de vigilar para así poder actuar de forma correctora sobre las políticas estratégicas tomadas en la fase de planificación.*



# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

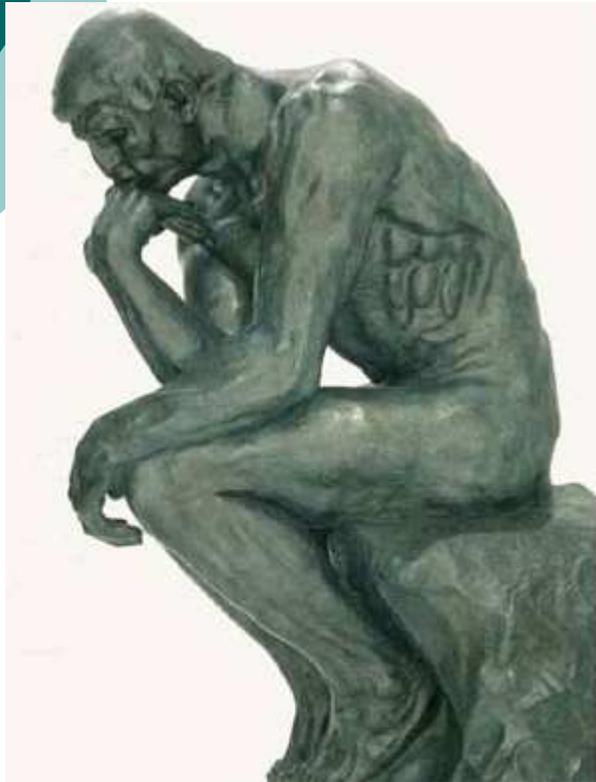
---

### 8. ¿De qué forma vamos a crear el negocio para aprovechar la legalidad vigente?

*Hay que ver, una vez analizado el proyecto y nuestra capacitación para poder llevarlo a cabo, qué entorno legislativo afecta o puede afectar a la empresa.*

*Así puede ser fundamental el llevar a cabo un estudio acerca de qué forma jurídica es la mejor para la actividad que realiza la empresa. Para ello hay que saber cuáles existen y cuales nos podemos acoger para decidir entre una u otra.*

*Gracias a ello podemos optar a mejoras económicas que saneen la empresa como pueden ser: el pago de menos impuestos, el acceso a ayudas y subvenciones que se ofrecen a determinadas formas, acceso a financiación, etc.*



# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

---

### 9. ¿A quién le vamos a vender nuestro producto o servicio?



*Nuestro futuro como empresa está en nuestros clientes. Por esa razón tenemos que tener muy claro cuales son las personas o entidades a las que va dirigida nuestra actividad para poder saber qué es lo que realmente necesitan o qué es lo que pueden necesitar.*

*A este respecto es conveniente segmentar el mercado. La segmentación consiste en agrupar a los clientes en conjuntos con características diferenciadoras importantes entre unos y otros. Los conjuntos se pueden hacer en función de variables objetivas (criterios geográficos, sociológicos, demográficos, etc.) o de variables subjetivas (calidad de vida, comportamiento, estilo de vida, etc.).*

# De la idea al proyecto

## 10 pasos para crear tu empresa

---



### 10. ¿Cuánto vamos a invertir en negocio y qué resultados vamos a obtener de él?

*Este es uno de los puntos que más dudas ofrecen en la realización de cualquier plan de empresa.*

*Se trata de saber cuánto nos va a costar el llevar a cabo el proyecto para así poder ver si necesitamos ayudas para la financiación del proyecto o si, por el contrario podemos con nuestros propios recursos empezar con el mismo.*

*En este punto hay que valorar necesidades como las siguientes:*

*De activos materiales e inmateriales,  
De recursos humanos,  
De caja,  
De formación, etc.*

*Además en este punto vamos a valorar cuántos clientes son necesarios para que la empresa esté en su punto muerto, es decir, que no tenga ni beneficios ni pérdidas. Gracias a él podemos planificar estrategias de precios.*

*Otra tarea será la de estimar. Cuando hablamos de gastos o ingresos tenemos el problema de que no dependen exclusivamente de nosotros por lo que habrá que tener en cuenta un margen de error que seguro que se va a dar pero que habrá que estimar.C*

# De la idea al proyecto

## Consejos útiles

---



1. Empezar un negocio es algo muy serio. Es difícil hacerlo en tus ratos libres o por la tarde. **Si de veras quieres empezar un negocio deja tu trabajo**, reduce tus gastos y dedícate a ello a tiempo completo. Es la única manera de darle una oportunidad de éxito a tu idea.
2. En un proyecto **lo más importante no es la idea sino el equipo que está detrás**. Rodeate del mejor equipo del mundo y todo saldrá mejor. La mejor idea del mundo con un equipo mediocre no llega a ningún sitio, pero un equipo brillante puede hacer un gran negocio hasta de una idea mediocre.
3. Ten una discusión seria con tus socios sobre como repartir el capital y qué ocurre si alguno abandona el barco. Repartir el capital a medias y no tener un acuerdo de socios es una receta para conflictos y problemas más adelante.
4. Evita el reparto de capital a partes iguales, nadie aporta lo mismo que otros y al final es una fuente de problemas. Si tienes socios en el negocio tiene que estar bien claro que la empresa no es una comuna hippy. Alguien tiene que ser el jefe.
5. **Nunca utilices el argumento “esto o aquello es justo”** porque el concepto de justicia es subjetivo y dará muchos problemas de interpretación. Es mejor hablar de lo que es “razonable”.

# De la idea al proyecto

## Consejos útiles

---



6. *Calcula tus necesidades de financiación con muchos meses de antelación. Cualquier negociación dura más de lo previsto y tu fuerza negociadora es nula si estás a punto de quedarte sin dinero.*
7. *En los contratos legales importantes y ampliaciones de capital revisa tú mismo todos los cálculos y los números. Muchos abogados son abogados porque no les gustaban las matemáticas en el cole.*
8. *En el mundo ideal, una idea tiene poca inversión necesaria inicial, cash flows positivos desde el comienzo, activos reales, break even cercano y barreras de entrada reales.*
9. *No te preocupes de tener todo absolutamente atado y bien atado. Por muy brillante que una idea sea siempre hay alguien que puede venir con múltiples “que pasa si...”. Es imposible que una idea guste a todo el mundo. Hasta las mejores oportunidades vienen con riesgos y cosas que pueden salir mal. Intentar encontrar (como inversor o emprendedor) una idea “que no puede fallar” es la inútil búsqueda del grail. Hasta el mejor negocio tiene riesgos que pueden hacerlo “fallar”.*
10. *Muchas pequeñas empresas y emprendedores pierden el sueño pensando “cómo va a reaccionar el mamut que tengo por competidor a mi entrada en su negocio” pero la realidad es que muchas grandes empresas no pueden hacer lo que hace un emprendedor porque tienen un distinto “perfil de riesgo”. Como emprendedor tú puedes equivocarte, hacer errores, arriesgar tu marca... Tú puedes fallar, ellos no. Ellos tienen más miedo a arriesgar su marca y su prestigio. Tu puedes hacer el ridículo, ellos no. Esa es tu ventaja.*

# COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

# Comercialización y ventas



*Las actividades de una empresa están íntimamente ligadas entre sí. Una de estas actividades es la comercialización. Este sector es fundamental. Si no hay ventas, el dominar otras técnicas de dirección es de escasa utilidad.*

*Desde siempre, crear mercado, vender productos y servicios es uno de los problemas del mundo ya que una fluidez de las compras y ventas hace posible la circulación de dinero, creándose así el poder adquisitivo.*

*Internet es una herramienta que contribuye y facilita la comercialización. Difícilmente pasa un día sin que alguna publicación, programa de radio o de televisión mencione Internet. Internet es un nuevo medio de comunicación que conecta a millones de personas de todo el mundo a través de sus computadores, sin importar en que lugar del planeta se encuentren, y a costos prácticamente insignificantes.*



# Comercialización y ventas



## Actividades de Comercialización

---

### **1. Investigación del mercado**

*Actividades destinadas a obtener información sobre el mercado. Hay que averiguar hechos y datos concretos sobre el mercado, a fin de basar las decisiones en la realidad y no en opiniones y suposiciones. Gracias a Internet esa actividad se ha facilitado: 1) Navegando en la Red visitando sitios Web de la competencia; 2) Intercambiar ideas y establecer comunicaciones individuales o con grupos de personas a través del correo electrónico.*



### **2. Planificación de los productos**

*Es fundamental tener en cuenta que en la era digital, el poder lo tiene el cliente por cuanto tiene acceso a toda la oferta mundial de los productos que busca. Comience por definir los componentes de su producto y mejore para dar al cliente mas de lo que este espera para así poder competir. Hacer pruebas antes y después del lanzamiento permite fortalecer la infraestructura para prestar un servicio sin errores.*

*Lo expuesto indica que a la hora de planificar los productos tiene que conseguir que su oferta sea la mejor de todas. ¿La mejor en qué? Y aquí surge la necesidad de definir...*

# Comercialización y ventas



## Actividades de Comercialización

---

**3. Estrategia y Posicionamiento** antes que nada. Si usted no posee una meta concreta a largo plazo para su negocio, todos los esfuerzos que realice estarán mal aprovechados. Al planificar sus productos tiene que definir su posicionamiento, es decir el lugar que ocupará su marca en la mente de sus clientes. Y aquí surge que, como usted no puede ser bueno en todo, tiene que especializar su negocio y estrechar el enfoque tanto como sea posible y de esa forma aumentará su probabilidad de ser un comercial exitoso. En otras palabras usted obtendrá mas beneficios con menos. **Un fotógrafo que se especializa en bodas conseguirá más contratos que un fotógrafo normal que atiende todo tipo de servicios.**

**4. Fijación de precios.** Actividades destinadas a determinar el precio del producto o servicio desde tres perspectivas: los costos, la demanda y la competencia. El precio debe ser acorde al posicionamiento deseado en la mente de sus clientes y debe guardar una relación con el de su competencia. Se trata de definir lo que los consumidores pueden pagar o están dispuestos a pagar.

**5. Publicidad.** Actividades destinadas a dar a conocer el producto a los consumidores y crear una demanda del mismo. La publicidad acerca el consumidor al producto.



# Comercialización y ventas



## Actividades de Comercialización

---

**6. Promoción de Ventas.** *La promoción de ventas estimula la demanda e incrementa las ventas, y suele acerca el producto al consumidor. La promoción de ventas consiste en herramientas de incentivo diseñadas para estimular la compra inmediata (más rápida y/o mayor) de productos o servicios. El éxito se alcanza cuando el cliente repite su compra.*



**7. Distribución.** *Llevar el producto desde el fabricante hasta el consumidor. El tramo que une la demanda con la oferta es la logística y canales de distribución. Si comercializa productos digitales (software, música, libros digitales, consultoría on line, etc.) son de fácil distribución ya que se hacen por la red de Internet. Si comercializa productos físicos tiene que estudiar la forma de entregar los productos en el menor tiempo posible y contar con la seguridad de su entrega para así evitar el desprestigio si no se cumple el plazo pactado de entrega.*

## Actividades de Comercialización

---

### **8. Agregar valor a la venta electrónica.**

*Para que el potencial comprador decida comprar su producto usted tiene que ofrecer toda la información que sea relevante y además debe incorporar ventajas con respecto a la compra por medio tradicionales. Ejemplos: compra sin moverse del hogar, disponibilidad las 24 horas, privacidad del comprador, etc. son ventajas propias de Internet.*

*Su Web debe ofrecer los elementos necesarios para asistir en el proceso de compra: características, ventajas, usos, precios, e-mail, teléfono de contacto (este tema es muy importante por cuanto son muchas las personas que desean hablar personalmente por teléfono antes de decidir la compra).*

*Facilite la forma de contactarle para que el potencial comprador pueda efectuar alguna consulta adicional. Finalmente, la forma de pago debe permitir al comprador todas las opciones: cheque, giro, tarjeta de crédito, etc. Las actividades mencionadas se efectúan al planificar y preparar un programa de comercialización.*



# Comercialización y ventas



## Actividades de Comercialización

---

*BASICO A TENER EN CUENTA EN LA VENTA*

*-PRIMERA IMPRESIÓN*

*-APROVECHA TU OPORTUNIDAD*

*-IMAGEN IMAGEN IMAGEN*

*-NO PREJUZGAR*



## ORGANIZACIÓN DIARIA

# Organización Diaria

*¿Te hace falta tiempo para resolver problemas y situaciones difíciles de manera cotidiana? ¿No sabes por dónde comenzar para que el día te alcance y puedas rendir más tanto en tu negocio, como en tu vida personal?*

## **PALABRAS CLAVE**

- Planificación
- Gestión de tiempo
- Productividad
- Autoevaluación



# Organización Diaria



***Más allá de recetas o bien intencionados propósitos, organizarnos bien es una cuestión de actitud. Es “una manera de ser y una forma de vivir”. En la vida profesional, en lo laboral y empresarial, estamos atentos de los detalles del negocio, lo cual es adecuado, mientras no abusemos de ello. Aquel que se la pasa atendiendo aspectos que puede delegar en otros, no está siendo organizado en lo absoluto.***

***Un ejemplo. Hace poco, tuve una cita con el dueño y director de una empresa mediana, exitosa, que cuenta con una oficina, una bodega principal y dos sucursales en la misma ciudad. Llegó una hora tarde porque, ¡había ido a cobrarle a un cliente! Una cosa es atender el negocio y otra muy distinta, ahogarse en los detalles operativos cuando se debería prestar más atención a la parte estratégica del mismo, a lo que impactará en el mediano y largo plazo.***

# Organización Diaria



***Estás siendo organizado cuando:***

***Recopilas toda la información existente sobre un asunto y te reúnes con los involucrados y/o expertos en el tema.***

***Delegas con claridad y precisión.***

***Comunicas con claridad los objetivos y tus decisiones.***

***Estableces los posibles cursos de acción, también llamados "planes de contingencia" y has prevenido sus consecuencias.***

***Llevas un buen control de lo que has delegado.***

***Das seguimiento diario a la lista de pendientes importantes.***

***Otro aspecto que debes tomar en cuenta, es el estrés. Cuando nos angustiamos porque el tiempo se acaba y debemos cumplir con la fecha de ciertos compromisos adquiridos, nos sentimos impotentes, irritados y transmitimos nuestros sentimientos al resto del equipo, lo que provocará a su vez, malestares que no ayudarán a lograr una buena organización. Para prevenir lo anterior, debemos realizar una planificación adecuada, que nos permita utilizar nuestros recursos de la mejor manera. Debemos enfocarnos en lo urgente y después en lo importante. Lo anterior nos permitirá cumplir con las fechas de entrega y tener además, tiempo para nosotros mismos y nuestros seres queridos.***

# Organización Diaria



## Componentes básicos de una mejor organización personal

**Brevemente te menciono algunos de los elementos que pueden ayudarte a ser más eficiente:**

**Supérate. No te conformes con tu situación actual. Si te visualizas en el futuro y te enfocas en que sea distinto a lo que hoy estás haciendo, será un buen motivador para que rompas el círculo vicioso en el que te encuentras.**

**Distingue. Las personas exitosas dedican un espacio importante de su vida para identificar lo prioritario, además de atender lo urgente. Un buen empresario, debe ser capaz de afrontar el reto de “ocuparse urgentemente de lo que sí es importante”.**

**Cambia. Los hábitos, cuando no son los mejores, hacen que nos estanquemos. Tres cosas en las que debes considerar trabajar y mantener en constante crecimiento son: aumentar tus conocimientos, mejorar tu actitud en todos los sentidos y perfeccionar día a día tus habilidades.**

**Dedícate. No apagues fuegos, no tapes hoyos, no resuelvas problemas triviales. Dedica algo de tiempo diario a atender lo prioritario. Ten la disciplina de reservar espacio en tu agenda para esos menesteres.**

**Comienza. Si entiendes que la manera en que haces las cosas no es la adecuada, y asumes que la situación que atraviesas no es la mejor, entonces seguramente estarás insatisfecho y ya no querrás que las cosas continúen así. Este es un buen momento para comenzar, dedicando tu energía a adquirir conocimientos, habilidades y técnicas que te ayudarán a salir del bache que te hace sentir incómodo.**

# Organización Diaria



“Cordón de tres dobleces no se rompe”

***La mala organización puede darse a nivel individual o grupal. En cualquier caso, apoyarse mutuamente resulta de gran beneficio para generar mejores resultados. No menosprecies el apoyo de tus colegas, subordinados y gente que te rodea.***

***Si necesitas ayuda, pídelo. Si alguien requiere apoyo, ofrécelo o provee quien lo haga. Si todos lo necesitan, apóyense solidariamente. Toma en cuenta que hay cosas sencillas que como labor de equipo pueden ayudarte a ti, ayudar a alguien más o ayudar a todo tu negocio a tener una mejor organización, por ejemplo:***

***Pónganse de acuerdo en lo que quieren lograr. Establezcan un objetivo y denle seguimiento.***

***Dedica tiempo a conocer con mayor profundidad las habilidades propias y de los que te rodean. No necesariamente el puesto o lugar que ocupan hace resaltar aquello en lo que son verdaderamente buenos.***

***Cuida la comunicación. No se trata de sólo hablar, dar órdenes o instrucciones. Hay que asegurarse de utilizar las palabras correctas, de acuerdo a nuestro interlocutor, es decir aquellas que le sean de fácil comprensión. Considera que debe haber congruencia entre lo que se hace al hablar y lo que se dice, tomando en cuenta que el tono y la emoción de las palabras, sean las adecuadas.***

# Organización Diaria



---

***Identifica fortalezas***  
***Aplica lo aprendido para***  
***obtener mejores***  
***resultados***  
***Utiliza sinergias***  
***Fomenta constancia***  
***Planificación constante***

## FINANCIACIÓN

# Financiación

*La gestión de la financiación en una empresa es una de las funciones más importantes en cuanto a la gerencia financiera empresarial, y además, es de vital importancia para la maximización de los recursos financieros disponibles.*

*La financiación es fundamental en el crecimiento de una organización ya que a partir de un análisis profundo que estudia el comportamiento de dicho crecimiento.*



*La clave para el desarrollo de cualquier tipo de emprendimiento exitoso es una correcta caracterización y cumplimiento de la financiación de una empresa, como así también, es importante tener en claro los objetivos que se plantea la misma.*

# Financiación



*Generalmente, la mayoría de las estrategias productivas suelen corresponder a una estrategia de financiación que se traduce en el empleo de diversas formas de financiación en concreto.*

*Muchos analistas definen la financiación como la consecución del dinero que es necesario para el financiamiento de una empresa.*

***En palabras más simples, diremos que la financiación consiste en obtener medios de pago o recursos que son destinados a la adquisición de bienes que conforman el capital de la empresa y que son necesarios para el cumplimiento de las metas propuestas.***

*Por ejemplo, podemos decir que existen varias empresas que tienden a **endeudarse seriamente con distintos bancos**, mientras que otras, prefieren dedicarse a **la autofinanciación** y en muchos otros casos recurre a emisores accionarios para poder así conseguir recursos que, precisamente, financien su actividad*

# Financiación

*Se puede decir que las combinaciones que resultan posibles son muchas, e incluso para aquellas empresas u organizaciones que no poseen un acceso restringido al mercado financiero como ocurre con las pequeñas y medianas*



*Muchos analistas suelen estudiar a la financiación desde dos puntos de vista completamente diferentes;*

- 1. **financiación interna o autofinanciación** que suele ser proveniente de aquellos recursos que son generados por la propia empresa, o sea, de los beneficios que no han sido distribuidos.*
- 2. El segundo punto de vista que tienen estos analistas de la financiación es la llamada **financiación externa**, que suele obtenerse de diferentes accionistas, acreedores, proveedores y otras entidades de crédito.*

# Financiación



***Las cuotas de depreciación pueden variar entre constantes o variables, o bien, crecientes o decrecientes. Por lo general podemos decir que la autofinanciación suele ajustarse mucho más a la realidad de las empresas ya que no se encuentran condicionadas por accionistas mayoritarios que suelen quedarse con gran parte de los dividendos.***

## RESERVAS

Son una prolongación del capital de la empresa, cuyos objetivos suelen ser específicos frente a los riesgos que se presentan en cualquier sector empresarial.

Cuando la financiación de una empresa se ve muy obstaculizada, las reservas resultan ser un excelente respaldo al cual recurrir, especialmente si se trata de alguna Pyme en donde no se sabe si realmente la empresa va a tener un futuro asegurado, y en los casos en donde la inversión debe ser demasiado grande como para confiársela a algún actor de financiación externa.

Otro de los subgrupos pertenece a las PREVISIONES que suelen ser también una especie de prolongación del capital pero en vez de ser permanente suele ser provisorio cuyos objetivos son concretos y puede que requieran de alguna materialización de los fondos. Las provisiones se forman con el fin de hacerle frente a cualquier tipo de riesgo o pérdida eventual que pueda sufrir la empresa, y en muchas oportunidades, las mismas están dotadas con un cargo al beneficio del periodo, por último tenemos el tercer subgrupo que se denomina AMORTIZACIÓN, y en este caso diremos que se trata de la constatación contable que documenta alguna pérdida experimentada.

---

CLIENTES

# Cientes



Hipersatisfacción de clientes  
(ya con solo satisfacer al cliente no alcanza)



# Cientes



Una persona estaba en medio de la noche buscando sus llaves en el piso. De repente se le acercó un policía para brindarle ayuda. Al cabo de un rato de observar, el servidor público le dijo:

“Discúlpeme. ¿Se acuerda del lugar dónde perdió las llaves?”.

La persona le respondió diciendo que creía haberlas perdido en la otra esquina.

Entonces el policía preguntó por qué no buscaba allá, donde suponía que las había perdido.

A lo cual la persona respondió: “Es que usted no entiende. En este lugar hay luz y en aquella esquina, no.”

# Cientes

**Las empresas deben buscar un desempeño en sus servicios superior al esperado, deben hipersatisfacer a sus clientes.**

***Las empresas necesitan clientes sorprendidos y encantados, clientes hipersatisfechos que no sólo ofrezcan buenas referencias, sino que se comporten como voluntarios; clientes que no sólo consuman el servicio sino que se tomen su tiempo para agradecerle por el servicio prestado***



## ¿De qué es el cliente un proveedor?



*"Si me quieres, ¿por qué no me llamas?. Y, si realmente te importo, ¿por qué no estás ahí cuando te necesito"*

## ¿Por qué se pierden clientes?

Indiferencia	68%
Buscadores de Variedad	10%
Precio	9%
Recomendación amigo	5%
Evolución de necesidades	4%
Cambio de ubicación	3%
Fallecimiento	1%

## ¿Por qué hay que cambiar?

- 50% de los clientes satisfechos negocian con la competencia
- Es de 6 a 7 veces más caro ganar un nuevo cliente que retenerlo
- Las empresas pierden una media del 50% de sus clientes en 5 años
- Son pocas las empresas que conocen las preferencias y opiniones de sus clientes

## **OBJETIVO EMPRESA**



***"Atraer, captar y retener clientes"***



# Cientes

DOS  
VERTIENTES

PERCEPCIÓN

RECLAMACIONES

*HAY QUE MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO. ¿CÓMO LO HA VISTO EL CLIENTE?*

**MÉTODOS**

- CUESTIONARIOS DE SATISFACCIÓN
- INCREMENTO DE VENTAS
- REUNIONES CON CLIENTES
- INDICADORES INTERNOS

*EL CLIENTE QUE RECLAMA NO ES UN ENEMIGO*

*LAS QUEJAS SON INFORMACIÓN "GRATUITA"*

**CLAVES**

- RAPIDEZ Y EFICACIA EN RESOLVERLAS
- HACER QUE LOS CLIENTES SE QUEJEN MAS
- COMPLACER A LOS QUE SE QUEJAN FORMALMENTE

**FIDELIZAR**

# Trucos para sobrevivir siendo emprendedor

Badajoz 29 y 30 de Noviembre

Ponente: D. Rubén Marcos

Asociación jóvenes empresarios de  
Extremadura