

# DE PEQUEÑO A GRANDE

Sebastián Jiménez



# **ATRAPADOS EN NUESTROS NEGOCIOS**

**La falta de tesorería. Dificultades de financiación.**

**La falta de tiempo.**

**La falta de control.**

**La falta de innovación.**

**La falta de ventajas competitivas.**

**Rentabilidades muy bajas.**

**El sentimiento de víctima.**

# **LOS DOS FACTORES CLAVE**

**Una Actitud Ganadora.**

**Una Rentabilidad Excepcional.**

# UNA ACTITUD GANADORA

**De víctima a cazador.**

**La suerte soy yo.**

**Jugar en primera división.**

**Alimentar la motivación.**

**La Auto mentalización.**

# UNA ACTITUD GANADORA

- Utilizo la Creatividad para resolver problemas y lograr objetivos.

- Soy el nº 1 mundial en aguantar presión.

- Soy el nº 1 mundial en asumir riesgo.

- Soy el nº 1 mundial en fuerza de voluntad.

- Alejando los sentimientos negativos: la ira, el miedo y la euforia.

- Con sentimientos positivos: ¿porqué no?, siempre he podido, Yo soy Garra Jaguar y éste es mi bosque.

- Con más capacidad de sufrimiento que nadie.

- Aguantando las incomodidades que haga falta el tiempo necesario.

- Convirtiendo la mala fortuna en ventaja.

# LOS PROBLEMAS DEL CRECIMIENTO

**Una ventaja competitiva sostenible y una estrategia genérica viable: Liderazgo en costes, Diferenciación o especialización.**

**Un prototipo muy rentable por sí mismo y capaz de generar economías de escala.**

**Capacidad para sistematizar, replicar y organizar el crecimiento.**

**Una fórmula de financiación coherente.**

# FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN

**Crecimiento en cadena con recursos propios, reinversión de beneficios y apalancamiento financiero.**

**Crecimiento en cadena con inversores minoritarios.**

**Crecimiento con inversores mayoritarios en un proyecto o en varios.**

**Las compañías de capital- riesgo.**

**Crecimiento mediante franquicias.**

**Crecimiento mediante franquicias- sociedad.**

## EL CONCEPTO DE RENTABILIDAD

### **CUENTA RESULTADOS INTERANUAL**

**INGRESOS BRUTOS 973.785,96**

*SUBCUENTA MENSUALIDADES*

**INGRESOS 817.492,32**

Ingresos cuotas 795.579,69

Atípicos 21.912,63

**GASTOS 627.300,40**

Sueldos y seg.soc 415.790,81

Alquileres 108.063,44

Seguros 4.631,73

Electricidad 26.732,26

Gastos de funcionamiento 39.099,93

Teléfono 11.694,32

MK 13.511,08

Agua 7.776,83

**BENEFICIO CUOTAS 190.191,92**

*SUBCUENTA TIENDA*

**INGRESOS 156.293,64**

**GASTOS 108.895,60**

Mercancías 98.005,74

Gast.Transport.y aduana 10.889,86

**BENEFICIO TIENDA 47.398,04**

**BENEFICIO BRUTO 237.589,96**

Amortizaciones 60.000,00

**BAIT 177.589,96**

Gastos financieros 44.184,15

Intereses Financieros 11.000,00

**BAT 122.405,81**

Impuestos 27.231,70

**BENEF.DESP.IMP. 95.174,11**

### **RENTABILIDAD RECURSOS PROPIOS**

BENEFICIO NETO

RECURSOS PROPIOS

### **RENTABILIDAD DEL ACTIVO**

BENEFICIO NETO

ACTIVOS TOTALES

### **RENTABILIDAD DEL ACCIONISTA**

DIVIDENDO

CAPITAL DESEMBOLSADO

### **RENTABILIDAD BAIT**

BENEFICIO SIN INTERESES E  
IMPUESTOS

RECURSOS PROPIOS

# LAS CLAVES QUE APALANCAN EL CRECIMIENTO



**Acertar en la inversión.**

**Gestión de costes.**

**Maximización de ingresos.**

# ACERTAR EN LA INVERSIÓN

- **La importancia del local:**
  - 10 a 20% del presupuesto.
  - Tamaño suficiente y acorde al posicionamiento.
  - Zona de alta densidad de población.
  - Fachada en calle de alto tránsito.
- **Selección de Activos coherente con el posicionamiento y bien negociada.**

# **GESTIÓN DE COSTES**

- **Racionalizar en coherencia con el Posicionamiento.**
- **Controlar al máximo.**
- **Especial énfasis en RRHH:**
  - 35 al 40% del presupuesto.
  - Fuerte motivación. Incentivos económicos.
  - Formación y tecnología para productividad.
  - Racionalizar y evitar capacidad ociosa.
  - Analizar los usos reales y rentables de los clientes.
  - Estructura plana y ajustada.
- **Enfoque Racional y no pretencioso.**

# LAS CLAVES QUE APALANCAN EL CRECIMIENTO



**Acertar en la inversión.**

**Gestión de costes.**

**Maximización de ingresos.**

# MAXIMIZACIÓN DE INGRESOS

**Ingresos por Cuotas**

**Ingresos Atípicos**

# INGRESOS ATÍPICOS

**Solo los rentables y coherentes con nuestro posicionamiento.  
Rentabilizar cada metro.**

**Productos exclusivos (marca propia), consumo cautivo y compra compulsiva.**

**Venta por prescripción técnica sistematizada.**

# INGRESOS POR CUOTAS

- **Ratios Clave:**

*Total de Ingresos Cuotas = n° Clientes x Cuota promedio*

*Ej.: 120.000\$ = 3.000 clientes x 40\$*

- **Opciones:**

**A) Elevar cuotas previa inversión perceptible y valorada.**

**B) Elevar el n° promedio de clientes.**

*n° Total clientes = los que repiten + los nuevos + los que vuelven*

- **Objetivos:**

- Maximizar el R%.
- Maximizar la Captación.
- Maximizar la Recaptación.

# MAXIMIZAR LA RETENCIÓN

**Garantizar unos estándares de calidad altos pero no obsesionarse. Los auténticos motivos mayoritarios de baja.**

**La Fórmula de cobro: domiciliaciones bancarias, períodos largos (vender volumen), matrículas altas y contratos anuales.**

**Gestión de Bajas, morosos y recuperaciones.**

**Objetivo mínimo del 80% de retención mensual compensado con 20% de captación y recaptación.**

# **MAXIMIZAR LA RECAPTACIÓN**

**El gran filón por explotar. Bases de datos súper valiosas.**

**Gestionar la Venta de Volumen en la Recaptación espontánea.**

**Gestionar la Recaptación Inducida mediante protocolos comerciales.**

# MAXIMIZAR LA CAPTACIÓN

- Ratios de ocupación por metro entre 1 y 2.

- Coherencia entre Ratios.

Ej.: 1000m<sup>2</sup>; ocupación 1,5 = 1.500cl.; Ret.% = 85 (1.275cl.);  
Recap. % = 5 (75cl.) y Captación = 10% (150cl.)

- Excelentes protocolos de venta y comerciales muy entrenados y motivados para lograr % cierres superiores al 80%. Ej.: 150 walkings y 120 cierres.
- Técnicas Comerciales proactivas: Promotoras, Convenios, Cajas de Contactos, Llamadas puerta fría.  
Ej.: 300 contactos = 100 citas = 30 inscripciones.

**MUCHAS  
GRACIAS**