



Joan Riera y Tomás Soler

El primer libro de formato verdaderamente original sobre la creación y gestión de una empresa, **la única obra que te obligará a tomar decisiones reales** y a poder vivir en primera persona sus consecuencias.

Siguiendo el modelo de **Elige tu propia aventura**, que cautivó a millones de jóvenes lectores en todo el mundo, Joan Riera y Tomás Soler, dos expertos que han asesorado a cientos de incipientes empresarios, te meten en la piel de Kim, una emprendedora que decide montar su propio negocio

Según avanza la historia, al final de cada capítulo tendrás que elegir entre varias opciones propuestas, y continuar tu camino hasta alcanzar uno de los **35 finales posibles**. Entretanto, podrás experimentar todo lo que vive quien crea una empresa y aprender adónde te llevan tus propias decisiones en el ámbito de la estrategia, las finanzas, el marketing, las operaciones y los recursos humanos. Podrás conducir tu empresa al mayor de los éxitos o al más rotundo de los fracasos.

«En esta obra tú eres el líder y puedes decidir el final de cada aventura empresarial. La lectura activa te hace sentir la responsabilidad del líder».



Tomás Soler y Joan Riera

www.emprendetupropiaaventura.com





Índice

Prólogo de Ricardo Fisas Mulleras	13
Cómo leer este libro	15
Introducción	17
1. El nacimiento de una idea	19
2.	27
2.1. El tren solo pasa una vez... subámonos	27
2.2. Creamos un equipo	29
2.3. Este tren va demasiado rápido, mejor no subir	35
3.	37
3.1. Primero afinemos el plan de negocio	37
3.2. La vía rápida, el capital de riesgo	43
3.3. El círculo cercano, familia y amigos	45
3.4. Arantza: la experiencia en el sector	49
3.5. Luis: un hombre de confianza	55
3.6. Sanjay: máxima motivación y dinamismo	61
4.	67
4.1. Contrastar nuestras previsiones con iniciativas similares	67
4.2. La previsión de ventas, hablemos con el cliente	69
4.3. No perdamos más tiempo con el plan de negocio	71
4.4. Estrategia de ventas	73
4.5. Estrategia de calidad y segmentación	81
4.6. El éxito empieza por disponer de un producto competitivo listo para vender	87
4.7. Entorno, ubicación e imagen: claves para nuestro desarrollo	91
4.8. Incorporar un cliente en el proceso de producción	95



5.	99
5.1. Los primeros pasos	99
5.2. Adoptamos medidas de contingencia	105
5.3. No adoptamos medidas de contingencia	109
5.4. El pez gordo	111
5.5. Formación e incentivos para el canal de ventas	115
5.6. Subimos precios	119
5.7. Búsqueda de ventas rápidas y desarrollo del canal Internet	121
5.8. Mantenernos en nuestra estrategia y no precipitarnos	127
5.9. Contratar un comercial de la competencia	131
5.10. Una colaboración intensa llena de sorpresas	137
6.	145
6.1. Desestimamos la oferta	145
6.2. Aceptamos la oferta	149
6.3. Delegar	155
6.4. Delegación supervisada	157
6.5. Estrategia de producto: investigación y desarrollo	161
6.6. Despedirlo antes de que la situación empeore	167
6.7. Intentar dialogar de nuevo con él y darle una nueva oportunidad	171
6.8. No le aumentamos el sueldo	175
6.9. Aumentarle el sueldo y retenerlo	179
6.10. Entrada de Sanjay en el capital y deslocalización de la producción	181
6.11. Vincular a un grupo industrial para apalancarnos en su estructura	187
7.	189
7.1. Acudir al foro de emprendedores	189
7.2. No acudir al foro de emprendedores	195
7.3. Ayudas públicas	197
7.4. Contratamos al bróker	199
7.5. Prescindimos del bróker	205
7.6. Variable + incentivos	207
7.7. Fijo	215
7.8. Variable	217
7.9. Confiando en la juventud	221
7.10. Contratamos a un ejecutivo local, hacemos supervisión directa	225
7.11. Enviar a un comercial de confianza al país de destino	229
7.12. Dejar que el enemigo se aventure primero	233



8.	239
8.1. Aceptamos la oferta del capital riesgo	239
8.2. Rechazamos la oferta del capital riesgo	241
8.3. Nos endeudamos	243
8.4. No nos endeudamos	245
8.5. No aceptamos la oferta, confiamos en obtener nuevas ofertas	249
8.6. Aceptamos la oferta, hay que cerrarlo antes de vacaciones	253
8.7. Avanzamos en el proceso con la intención de vender	257
8.8. Abandonamos el proceso, ya habrá otras oportunidades	261
8.9. Anunciar los problemas	267
8.10. Esconder la crisis	269
8.11. Apoyar a José y paralizar por el momento la venta en línea	271
8.12. Reorientar el producto y centrar nuestros esfuerzos en la venta a través de Internet	273
8.13. Aprovechar la inercia y el entorno favorable para crecer	277
8.14. Ralentizar el crecimiento, consolidar y racionalizar	281
9.	285
9.1. Aceptamos la oferta de AVR Capital Partners	285
9.2. Aceptamos la oferta de Multi Logia Inc.	289
9.3. Tenemos que prescindir de José como sea	291
9.4. La amistad por encima de todo	295
9.5. <i>Intra-entrepreneunership</i> . Una idea con resultados inciertos	297
Conclusiones	299
Hoja de seguimiento de la lectura	301