

**TAREA ONLINE UNIDAD 1**  
**INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS**  
**LA INICIATIVA EMPRENDEDORA**

IES CASTILLO DE LUNA, ROTA (CÁDIZ)  
GRADO MEDIO SEMIPRESENCIAL SISTEMA MICROINFORMÁTICOS Y REDES  
MODULO: EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA  
CURSO ACADEMICO: 2023/2024  
DOCENTE: MANUEL DAVID MARTINEZ TOLEDANO  
ALUMNO: ANTONIO NAVAS BERNAL  
OCTUBRE - DICIEMBRE 2023

## INDICE

	PÁGINA
<u>1.- Definiciones (empresa, emprendedor, riesgo económico, lucro, oferta y demanda, excedente del consumidor, cualidades del emprendedor)</u>	<u>3</u>
<u>2.- Los objetivos de la empresa (principal: Beneficios y subjetivos: Expansión internacional, deslocalización, fomento del empleo, aportación)</u>	<u>9</u>
<u>3.- Entorno de la empresa (El macroentorno y el microentorno): análisis PEST y análisis de la competencia</u>	<u>10</u>
<u>4.- Idea inicial y factor diferenciador</u>	<u>12</u>
<u>5.- Figuras afines (Empresario frente a Servicios Públicos y Asociaciones, Figuras afines (trabajo por cuenta ajena, subcontratación), la Franquicia)</u>	<u>16</u>
<u>6.- Actividad del tema.</u>	<u>24</u>
<u>6.1.- Nombre de la empresa, factor diferenciador, análisis de la competencia.</u>	<u>24</u>
<u>6.2.- Busque 5 negocios (al menos 2 en Rota) y explique la base de su idea inicial y sus factores diferenciadores.</u>	<u>27</u>
<u>6.3.- Busque y aplique los elementos clave de las franquicias en la web <a href="http://www.franquicias.com">www.franquicias.com</a></u>	<u>29</u>
<u>WEBGRAFIA</u>	<u>32</u>

# TEMA 1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS

1.- Definición de:

- **Empresa**

Una **empresa** es una **entidad organizativa** con el objetivo de cubrir ciertas necesidades en un sector en concreto y obtener beneficios a partir de ello.

- **Emprendedor**

La persona encargada de levantar una empresa es generalmente catalogada como un **emprendedor**. Un emprendedor es el responsable de identificar una necesidad y realizar todas las acciones necesarias para llevar a cabo una posible solución a la problemática en cuestión. Es común que un emprendimiento esté conformado por varios socios para apoyarse mutuamente y unir recursos para facilitar el inicio de un desarrollo empresarial.

**Emprendedor**, poco tiene que ver con que a una persona se le ocurra una idea. En cambio, sí tiene mucho que ver con que **comience una obra o un negocio**, concretamente que desarrolle un **proyecto**.

Una idea es buena o mala según quien la ejecute y desarrolle. Una buena idea, mal ejecutada, es un mal negocio y una idea regular, pero bien ejecutada puede resultar un buen negocio. Aquí vemos lo importante que resulta para un proyecto la persona que tiene “madera” para hacer crecer un negocio.

Si no se tiene la suficiente convicción, voluntad y deseos de desarrollar una idea, **siempre encontraremos una excusa** para no desarrollarla y en muchos casos ni siquiera para no tenerla.

Por tanto, ser **emprendedor es una cualidad de persona**, indistintamente de si se trabaja por cuenta propia o ajena. Es cierto que, en el caso de trabajar para la propia empresa, se entiende que se debe tener adquirida la cualidad de ser emprendedor, lo que no impide que, si se trabaja por cuenta ajena, también se desarrolle en el día a día.

- **Riesgo económico**

**Riesgos económicos** son aquellos que provocan la imposibilidad de garantizar el nivel del resultado de explotación de una empresa y vienen dados por distintos factores que pueden condicionar los resultados, derivados del mercado en que se mueve la empresa, independientemente de su situación financiera.

El riesgo económico más común en una empresa es el de crédito o comercial.

Se puede definir como la posibilidad de sufrir pérdidas si los clientes y contrapartidas, con los que la entidad tiene contratadas operaciones, incumplen sus compromisos contractuales que han adquirido, por falta de solvencia o liquidez.

No siempre podemos achacar a una empresa en particular el riesgo como factor aislado asociable a su gestión o desarrollo. Existe también una parte del riesgo que podríamos llamar riesgo de mercado y que no siempre se puede prever, porque está vinculado a circunstancias por encima de la empresa y no controlable por ésta, como catástrofes, crisis generalizadas, etc.

Existe también el riesgo país. Un país puede deteriorar su calidad crediticia por inestabilidades políticas y puede ocurrir que una empresa saneada y estable no pueda hacer frente a sus pagos comprometidos con el exterior debido a que su país prohíbe las salidas de capitales.

### • **Lucro. Ejemplos de artículos caros.**

El **lucro** es la **ganancia** que se obtiene de algún producto, cuyo propósito suele estar ligado a una actividad económica o emprendimiento. Se puede decir que mientras las empresas con fines de lucro **venden** productos o servicios, las empresas sin fines de lucro **brindan** servicios de manera gratuita o a precios reducidos, sin preocuparse por enriquecer a sus accionistas. Por tanto, las empresas con fines de lucro perciben más dinero del que gasta beneficiando directamente a sus dueños o socios.

Se entiende por lucro al **excedente monetario** que le queda a un productor después de deducir los salarios, la renta y el costo de las materias primas. Esto se refleja cuando los **dividendos** se dan por medio de ingresos totales y superan a los costos totales de producción y distribución.

Etimológicamente, el término lucro viene del latín **lucrum**, que quiere decir “beneficio”.

#### **Ejemplos de artículos caros:**

- Reloj Graff Diamonds Hallucination - 55 millones de dólares

Imaginado, conceptualizado y diseñado por Laurence Graff, presidente de Graff Diamonds, el reloj está engarzado con 110 quilates de los diamantes más raros del mundo. Y en el grupo de estas hermosas rocas de colores, se encuentra una esfera que difícilmente se puede diferenciar del resto de las piedras talladas en bruto. El montaje ordenado y la rareza de los diamantes elevan el precio del reloj a la friolera de 55 millones de dólares.

- Ferrari 250 GTO: 70 millones de dólares

El fundador y director ejecutivo de WeatherTech, David MacNeil, pagó en 2018 70 millones de dólares por un **Ferrari 250 GTO de 1963 ganador del Tour de Francia.** También se cree que el vehículo es el más caro del mundo. Según CNN , solo 39 ejemplares del 250 GTO fueron construidos por la legendaria marca italiana entre 1962 y 1964, y es extremadamente raro que un propietario se separe de uno a cualquier precio.

- Atún rojo: 3,1 millones de dólares

El atún rojo es uno de los **peces más raros y está oficialmente catalogado** por el WWF (World Wildlife Fund) como una **especie en peligro de extinción.** Un magnate del sushi japonés pagó un récord de 3,1 millones de dólares por un atún rojo de 612 libras en 2019 en el mercado de pescado de Tokio.

- Pasión Azteca, botella de licor de platino: 3,5 millones de dólares

El tequila más caro del mundo, Pasion Azteca, es caro no por el contenido de la **botella** sino por los **diamantes incrustados en su exterior**. La botella de platino y oro blanco está adornada con 6.400 diamantes.

- Bugatti Veyron chapado en oro - 10 millones de dólares

El Bugatti Veyron es un auto deportivo extremadamente popular en el Medio Oriente, y con su obsesión por todo lo ostentoso, el chapado en oro ganó popularidad con bastante rapidez. Según The Telegraph , **un millonario saudí gastó la friolera de \$10 millones en la adquisición** del brillante automóvil.

**Depende de las características del mercado: el precio de un bien o servicio depende de su oferta y demanda. Definamos oferta y demanda.**

La **oferta y demanda** afectan a la economía de mercado libre más que ningún otro factor. Si la oferta es mayor que la demanda, los precios bajan. Si es así, en el peor de los casos, las empresas tienen dificultades para vender sus mercancías y servicios obteniendo un beneficio. En el caso inverso, si la oferta no cubre la demanda, los precios suben y los consumidores tienen dificultades para pagar el producto deseado. En ambos casos, el mercado suele regularse solo. Si bien la relación concreta entre ambos conceptos se puede ver en la curva de oferta y demanda representada mediante un diagrama.



En el punto en el que la curva de oferta y la de demanda se cruzan, la relación entre oferta y demanda está completamente equilibrada. Se produce la cantidad exacta que se necesita y tanto el precio de mercado como la cantidad producida se mantienen estables. Se establece el denominado **equilibrio de mercado**, un concepto que es exclusivamente teórico. En realidad, el exceso de oferta y de demanda se van turnando continuamente. Este fenómeno se suele describir con la afirmación “el mercado se regula solo”.

## Excedente del consumidor

Uno de los conceptos que constituyen el fundamento de la economía del bienestar y del análisis coste-beneficio: el **excedente de consumidor**.

Concepto desarrollado por los economistas J. Dupuit (1844) y posteriormente por A. Marshall (1890), definimos el **excedente de consumidor** como la diferencia entre la cantidad máxima de dinero que un consumidor está dispuesto a pagar por un bien o servicio y el precio que realmente paga. En este sentido, siempre hay un precio objetivo, de mercado, y un precio que el consumidor está dispuesto a pagar por un determinado bien. Es un concepto directamente relacionado con la utilidad que un determinado bien reporta al consumidor, de manera que cuando consumimos un bien en sucesivas ocasiones, las primeras veces la utilidad que nos reporta es alta, sin embargo, esa utilidad va decreciendo a medida que lo vamos adquiriendo, consumiendo, más veces, aun cuando el precio que vamos pagando por ese bien es siempre el mismo, el precio de mercado.

El excedente del consumidor es un concepto que se apoya en la Ley de la oferta y la demanda y se cifra en el beneficio monetario que los consumidores obtienen al adquirir un bien o servicio a un precio inferior al que en un principio estarían dispuestos a pagar.

Entender mejor este concepto requiere definir, por una parte, la utilidad como la medida de satisfacción que se obtiene por el uso o disfrute de un bien o servicio en concreto. Por su parte, el precio de mercado es el punto donde confluye la cantidad de dinero que como consumidores estamos dispuestos a pagar por un bien o servicio con la cantidad de dinero por la que están dispuestos a comercializar ese bien o servicio los productores; en definitiva, el precio de mercado es el importe al que un bien o servicio puede adquirirse en un mercado concreto.

Podemos resumir la idea del excedente del consumidor en la siguiente fórmula:

$$E = UTC - PM$$

Sin embargo, quienes participan en un mercado concreto, los consumidores por un lado y los productores por el otro, normalmente tienen diferentes expectativas respecto al precio de un determinado bien o servicio. De esta forma y aunque en el momento de intervenir en el mercado, el consumidor pueda estar dispuesto a pagar una determinada cantidad de dinero por dicho bien si finalmente a la hora de comprar el bien el precio es menor, esta diferencia entre el precio que se estaba dispuesto a pagar y el que realmente se paga (el precio de mercado) es lo que se denomina “excedente del consumidor”.

Ilustramos todo esto con un sencillo ejemplo: Supongamos que una persona camina en un día soleado, siente mucha sed y decide comprarse un refresco. El primer refresco que compra lo valora, debido a la sed que tiene, en la cantidad de 6,00€, es decir, estaría dispuesto a pagar hasta 6,00 € por el refresco. El segundo refresco ya lo valoraría en 5,00€, pues ya ha calmado la sed. El tercer refresco lo valora en 4,00€ y el último en 3,00€, resultando que el precio de venta del refresco es precisamente 3,00€. El excedente de esta persona como consumidora será el resultado de restarle 3,00€ (valor o precio de mercado del refresco) a su disposición a pagar por cada refresco lo que en cada momento que hemos visto (6,00; 5,00; 4,00; 3,00€), es decir, 6,00€.

Con este ejemplo enlazamos con otra idea importante dentro de este concepto del excedente del consumidor y que antes hemos apuntado: la ley de la utilidad marginal decreciente, según la cual, la primera unidad (el primer refresco) que adquirimos la valoramos muy alto pero a base de ir adquiriendo más unidades (más refrescos), nuestra valoración o utilidad hacia ese bien va decreciendo y ello aunque el precio que estamos pagando por cualquier unidad de ese bien siempre es el mismo, el precio de mercado. Así, obtenemos un excedente positivo en las primeras unidades que adquirimos hasta llegar a la última, en la cual, ciertamente el excedente (interés o utilidad) será cero. Es lo que hemos visto en nuestro anterior ejemplo en el que el primer refresco el excedente fue de 3,00€ y fue disminuyendo hasta que el último refresco llegó a 0 al coincidir el precio que estábamos dispuestos a pagar (3,00€) con el precio de mercado (3,00€).

El excedente del consumidor es un parámetro importante a considerar en la relación costo – beneficio de programas o propuestas regulatorias del Estado. Por ejemplo, el impacto que tendría el proyecto de construcción de un viaducto o un centro de salud. En este sentido, ese proyecto será deseable (útil en términos económicos) si el beneficio supera el costo. También esta aplicación o este análisis de la relación costo-beneficio se da en el caso del sector privado.

• **Cualidades del emprendedor:**

Una **persona emprendedora** es aquella que, a partir de una idea innovadora, ve una oportunidad y comienza su propio negocio. En este proceso, toma decisiones, evalúa amenazas y oportunidades y asume riesgos económicos y financieros para ponerlo en marcha y llevar adelante el proyecto con objeto de obtener beneficios, tanto económicos como sociales.

<b>Características de la persona emprendedora</b>	<b>Pasión y motivación:</b> Las personas emprendedoras deben estar motivadas, creer en su negocio y dedicarse a él plenamente.
	<b>Creatividad, ingenio, visión e innovación:</b> Para emprender, hay que tener una idea y, a ser posible, un proyecto nuevo que no exista. Se ha de tener aptitud innovadora y han de buscarse oportunidades.
	<b>Liderazgo y confianza en sí mismas:</b> Quienes emprendan saben que deberán liderar equipos transmitiendo entusiasmo, confianza en el proyecto y ganas de trabajar.
	<b>Responsabilidad:</b> Es preciso tomarse el negocio seriamente y asumir de forma responsable los riesgos y compromisos adquiridos.
	<b>Perseverancia:</b> Se debe tener claro que los éxitos no llegarán enseguida y que, seguramente, habrá muchos obstáculos que sortear.

A parte de estas características, a veces, los emprendedores se forjan a partir de la necesidad y no de la vocación. Un caso muy frecuente, es el de quedarse sin trabajo y plantearse montar un negocio por cuenta propia.

Existen varios **perfiles de personas emprendedoras** y cada una de ellas tiene habilidades, fortalezas y debilidades únicas. Algunos perfiles más comunes son los siguientes:

<b>Perfiles de las personas emprendedoras</b>	<b>Innovadora:</b> Está impulsada por la innovación y la creación de algo nuevo. Tiene habilidades para identificar oportunidades de mercado y desarrollar soluciones creativas para problemas existentes.
	<b>Visionaria:</b> Tiene una gran visión para el futuro de su empresa. Es capa de inspirar a otras personas a seguir su visión y tiene la habilidad de crear planes estratégicos para lograr sus objetivos.
	<b>Accidental:</b> es alguien que, de manera inesperada, se convierte en empresario o emprendedor Esta persona puede haber comenzado un negocio como resultado de una situación imprevista, como puede ser heredar un negocio familiar.
	<b>Social:</b> Está motivado por el deseo de tener un impacto positivo en la sociedad. Trabaja en proyecto que abordan problemas sociales y ambientales y utiliza su empresa para generar cambios positivos.
	<b>De estilo de vida:</b> Busca la independencia financiera y la flexibilidad de trabajar en sus propios términos. En general, su negocio está diseñado para adaptarse a su estilo de vista.
	<b>De alto crecimiento:</b> tiene habilidades para identificar oportunidades de marcado y desarrollar planes de negocio que permiten un crecimiento rápido y sostenido.
	<b>De franquicia:</b> compra los derechos de una marca y un modelo de negocio existente para iniciar su propio negocio.

## 2.- Los OBJETIVOS DE LA EMPRESA:

### **Principal: obtención de BENEFICIOS**

Una empresa es una organización que produce bienes o presta un servicio con el propósito de **obtener una ganancia (Beneficio)**. Para que esta pueda funcionar adecuadamente y ser exitosa en su mercado, debe contar con procesos de planificación estratégica que permitan alcanzar las metas propuestas a corto, mediano o largo plazo.

Ejemplo de objetivos de una empresa es mantener o aumentar la rentabilidad del negocio. Obtener mayor productividad. Ofrecer un excelente servicio al cliente. Atraer y retener al capital humano.

### **Subobjetivos:**

- **Expansión internacional**

La expansión internacional es el **proceso de ampliación de una empresa a nuevos países, territorios o sectores**. El objetivo de la expansión internacional es llegar a nuevos clientes y aumentar los beneficios

Un proceso de expansión internacional es una decisión estratégica que le permitirá a un empresario o a una organización crecer, minimizar riesgos y optimizar recursos. Adicionalmente, podrán exportar sus productos y servicios más allá de sus fronteras, conquistando nuevos clientes, lo que incrementará sus ventas al mismo tiempo que reducirá sus costos operativos. También, a través de esta iniciativa obtendrá bases de datos de clientes provenientes de los nuevos mercados que se van abriendo, lo que facilitará llegar a lugares con los que no tenía ninguna relación comercial anteriormente.

- **Deslocalización**

Trasladar una producción industrial de una región a otra o de un país a otro, normalmente buscando menores costes empresariales.

La deslocalización permite abaratar costes de producción y reducir los precios, aumentando así el consumo y favoreciendo el desarrollo de otros sectores económicos. Por eso, aunque en los países desarrollados se reduce el empleo industrial, esto se ve compensando con creces por el crecimiento del sector servicios.

- **Fomento del empleo**

El fomento del empleo consiste en desarrollar políticas que favorezcan el acceso de la ciudadanía al empleo.

- **Relevancia de una gran empresa en una ciudad. Aportación a la sociedad.**

Elegir correctamente la **localización de la empresa** influye en diversos factores, como la visibilidad de la empresa, el tipo de proveedores y clientes a los que se tiene acceso, y la accesibilidad al negocio.

Los factores que debemos considerar a la hora de **elegir la ubicación del negocio** son los siguientes:

- **Proximidad a los clientes:** es importante saber dónde se encuentran los clientes y clientes potenciales cuando elegimos la ubicación del negocio, de forma que éstos puedan llegar a él con facilidad y el acceso al mismo sea cómodo.
- **Espacio adaptado a necesidades particulares:** se debe escoger una localización que cubra todas las necesidades del negocio.
- **Localización de la competencia:** es necesario conocer el lugar en que se encuentran situados nuestros principales competidores, puesto que en algunos casos es posible conseguir una ventaja competitiva si no existen otras empresas ofreciendo el mismo servicio en la zona.

#### **Aportación a la sociedad.**

Las compañías que tienen su actividad en España aportan empleo, productos, servicios y conocimiento. «**En todos los sectores, la actividad debe estar orientada a hacer que la sociedad sea mejor o viva mejor.** Otra cosa es la percepción que tenemos de las empresas»

Por ejemplo: Mercadona la cadena de supermercados «ha venido demostrando, con hechos, su aportación tanto directa como indirecta a la sociedad», dice la compañía, que contribuye a las arcas del Estado con 1.468 millones de euros en impuestos y tiene una plantilla de 79.000 personas. Si se suman los empleos indirectos e inducidos, computa 660.000 trabajadores (el 3,8% del total en España). Su actividad supone un 1,8% del PIB. A través de su plan de acción social ha apoyado a diversas instituciones y ha donado 6.500 toneladas de alimentos.

### 3.- Entorno de la empresa: análisis PEST y análisis de la competencia.

El **entorno empresarial** engloba a todas las variables que pueden afectar directa o indirectamente a la organización y respecto a lo cual debe desenvolverse. Este entorno además se caracteriza por ser cambiante en el tiempo y muchas veces difícil de predecir. Puede ser, por ejemplo, que ante la entrada en gestión de un nuevo gobierno, el marco legal sobre el cual trabaja la empresa varíe. Existen principalmente dos tipos de entorno empresarial: **Entorno general o macroeconómico o macroentorno** y **Entorno específico o micro entorno**

- a) **El macroentorno:** Se trata del medio externo que rodea la empresa y que afecta, condiciona e influye en el desarrollo de su actividad. Se compone de factores económicos, socioculturales, políticos y legales, tecnológicos, medioambientales e internacionales.

El objetivo fundamental del análisis del macroentorno es identificar los aspectos positivos que ofrece para procurar explotarlos, así como las amenazas que han de ser tenidas en cuenta para que se puedan superar y transformar en oportunidades.

- b) **El microentorno**, o entorno específico, es el contexto más próximo a la empresa o al sector en el que se desarrolla su actividad.

Está formado por una serie de factores que afectan de forma específica a las empresas pertenecientes a un mismo sector y sobre los que estas pueden tener capacidad de control.

Las empresas deben controlar la evolución del sector en el que actúan con el fin de conocer las fuerzas competitivas que intervienen en él, ya que esta competencia está directamente relacionada con sus beneficios y con su rentabilidad.

Un análisis **PEST**, también conocido como PESTEL, sirve para **identificar los factores externos del negocio** que pueden influir en su desarrollo.

Con factores externos nos referimos a condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas que pueden afectar a una empresa. Justamente es de ahí que proviene su nombre, de las siglas de estas variables.

El análisis PEST, a pesar de ser un método **sencillo y fácil** de manejar, trae una clara visión de las características del entorno. Esto es importante en cualquier etapa en la que se encuentre la empresa.

Desde la elaboración del proyecto al estructurar un nuevo negocio o al realizar el [plan estratégico](#) de cualquier lanzamiento o cambio de rumbo que se nos ocurra hacer.

Haciendo el análisis PEST, junto con el [estudio de mercado](#), los **riesgos se minimizan** y es posible realizar una **estrategia más eficaz**.

El **análisis de la competencia** consiste en identificar a los principales competidores directos e indirectos mediante una búsqueda para desvelar las fortalezas y debilidades que presentan con respecto a tu situación.

El objetivo de este tipo de análisis es ganar una ventaja competitiva en el mercado y mejorar la estrategia de negocios. Sin el análisis de la competencia es muy difícil saber qué hacen los demás para ganar clientes dentro de tu público objetivo. El informe de un análisis de la competencia puede incluir lo siguiente:

- Una descripción del mercado objetivo de tu empresa.
- Detalles acerca de tu producto o servicio con respecto a los de la competencia.
- La participación en el mercado, ventas y recaudación actuales y proyectadas.
- Comparación de precios.
- Un análisis de la estrategia para redes sociales y marketing.
- Diferencias de calificación de los clientes.

Compararás cada detalle de tu producto o servicio en contraposición al de la competencia para evaluar la eficacia estratégica. Al comparar las [métricas de éxito](#) de diferentes empresas, podrás tomar medidas basadas en datos precisos.

## 4.- IDEA INICIAL Y FACTOR DIFERENCIADOR

### 4.1.- ¿Cómo surgen las ideas de negocio? Fuentes de Idea Inicial.

El programa tecnológico ha marcado considerablemente la evolución del mercado de trabajo en los últimos años.

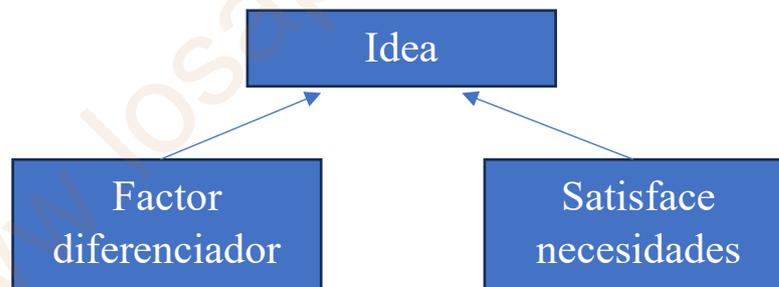
A pesar de las políticas de reactivación económica y de las medidas específicas de promoción de empleo, son muchos los factores que dificultan la generación de puesto de trabajos y, por consiguiente, la incorporación de los desempleados a la vida laboral.

Una de las vías que quedan abiertas, y que se muestra como más capas de contribuir a la solución de este gran problema es la **creación de pequeñas empresas, el autoempleo**.

El proceso de generación de un proyecto empresarial tiene como punto de partida la elección del tipo de negocio que se pretende poner en marcha, es decir **la idea**, y ésta puede surgir de los conocimientos personales que se tengan sobre el producto o servicio, de la existencia de un mercado especialmente interesante y desabastecido, del hallazgo del entorno, o puede tener otro origen.

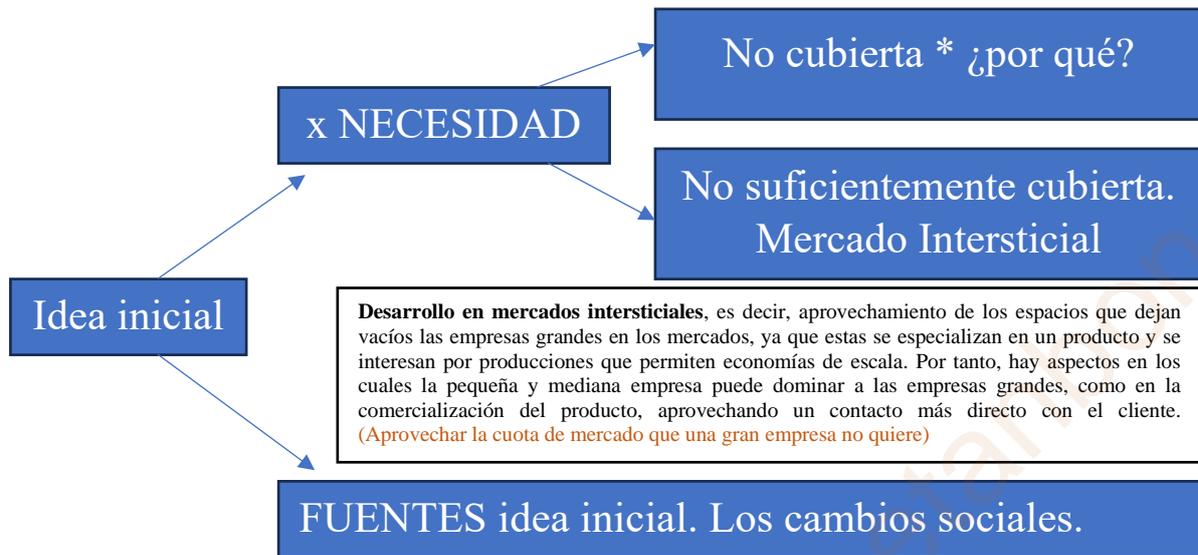
No podemos olvidar de que un gran número de los proyectos que se ponen en marcha fracasan a lo largo del primer año de vida de los mismos. Para evitar esto, en la medida de lo posible, la idea debe basarse en los siguientes principios:

- Que nuestro producto o servicio **satisfaga necesidades** de los futuros clientes.
- Que nuestro producto o servicio sea **innovador, distinto** de los productos que se ofrecen en el mercado.



**Satisface necesidades:** Para afrontar con éxito una empresa, se debe partir de una idea que satisfaga las necesidades particulares de su futura clientela, dirigiendo todos los esfuerzos hacia área de mercado que no han sido atendidas.

La **idea inicial** puede ser por necesidad o por fuentes de idea inicial por los cambios sociales, tenemos:



Si observamos los cambios sociales que se han producido en los últimos tiempos, nos será fácil obtener una larga lista de posibles oportunidades de negocio, basándonos en las nuevas necesidades que tales cambios generan o cambios sociales que pueden generar nuevas necesidades o **fuentes de idea inicial**:

**Los cambios sociales** que pueden generar nuevas necesidades o **fuentes de idea inicial**:

- **Cambios en el nivel de ingresos:** Un aumento significativo de los ingresos personales del conjunto de la población, o de un segmento de la misma, puede generar, en sociedades desarrolladas como la nuestra, nuevas necesidades del siguiente tipo:
  - Actividades relacionadas con el cuidado personal: gimnasios, centro de estética, clínicas de cirugía estética, comercialización de productos dietéticos, vestuario, peluquerías, etc.
  - Preocupación por un mayor confort en la vivienda: calefacción, aire acondicionado, electrodomésticos más sofisticados, decoración.
  - Compra o alquiler de segunda vivienda; mantenimiento y abastecimiento de jardines.
  - Restaurantes, cafeterías.
  - Informática y robótica personales.
- **Cambios en el nivel cultural:** El aumento del nivel educativo de una población genera necesidades de actualización y adquisición de conocimientos (idiomas, adquisición de libros, revistas, periódicos, etc.).

Las sociedades con un nivel cultura elevado suelen ser más sensibles respecto al medio ambiente y al entorno, lo que puede originar empresas dedicadas a nuevos procesos de reciclaje o de fabricación de productos ecológicos.

- **Cambios en el tiempo libre:** Un tercer factor de cambio observado, es la constatación de que la gente tiene cada día más tiempo libre y confiere mayor importancia a las actividades desarrolladas durante el mismo. De aquí pueden surgir nuevos negocios: centros y tiendas especializadas en ropas y elementos deportivos, centros de aprendizaje de artes plásticas, teatro, bricolaje, música, baile, espectáculos, jardinería, etc.
- **Cambios en la esperanza de vida:** Con el aumento del nivel económico de nuestra sociedad, unido a los avances científicos, se ha conseguido alargar la vida de las personas, lo que ha generado nuevas necesidades orientadas hacia la tercera edad: servicios médicos especializados, residencias, viajes y actividades recreativas para personas mayores, etc.
- **Cambios en las formas de vida:** El desarrollo económico y cultural de un país unido a un incremento notable del porcentaje de mujeres que trabajan fuera de casa. Este factor de cambio genera numerosas necesidades nuevas, como guarderías, servicio doméstico, nuevos productos alimenticios de fácil preparación (precocinados, congelados...), etc.

Por otra parte, podemos observar que la estructura de las familias ha variado con respecto a épocas anteriores: hay menos miembros en la unidad familiar, aumento del número de personas que viven solas (desplazados por razones profesionales, aumento del número de divorcios y separaciones, etc.). Estas nuevas situaciones generan unas necesidades específicas: apartamentos amueblados, agencias matrimoniales, centro de organización de actividades recreativas, etc.

- **Cambios en los “miedos” de la población:** Un aspecto que se muestra creciente en nuestra sociedad es la inseguridad. Ésta provoca nuevos miedos y, por tanto, nuevas necesidades que pueden dar lugar a nuevas empresas: puertas blindadas, guardas personales (de parking, edificios, empresas, almacenes), sistemas de alarma, nuevas modalidades de seguros, etc.
- **Cambios en el mercado de trabajo:** Las sociedades que ven aumentar de forma importante la cifra de desempleados sufren nuevos problemas que generan necesidades. Empresas de trabajo temporal, centros privados de enseñanza de cualificación profesional en actividades específicas, centros de orientación profesional, o trabajo autónomo a domicilio son algunos de los ejemplos de las múltiples empresas que pueden surgir antes estos cambios.
- **Cambios en el entorno energético:** La escasez creciente de los recursos energéticos tradicionales plantea nuevas necesidades que pueden dar lugar a iniciativas empresariales en campos tales como fuentes de energía alternativa (solar, termal, eólica, etc.) o búsqueda de métodos novedosos para reducir el consumo energético.

## 4.2.- EL FACTOR DIFERENCIADOR

Las pequeñas empresas que realmente triunfan explotan, con muy pocas excepciones, alguna ventaja competitiva distinta y comunicable. Una ventaja competitiva determinante se obtiene normalmente suministrando bienes o servicios que son un poco diferentes o mejores que los de la competencia. Precisamente las pequeñas empresas son las que mejor pueden adaptarse y responder a los matices y necesidades de grupos de clientes específicos.

A la hora de plantearnos la idea de un negocio no podemos perder de vista el objetivo principal de toda empresa, que es la obtención de un beneficio empresarial, y la única forma de conseguirlo es haciendo que los consumidores compren nuestro producto o servicio, que se decidan por él, que lo elijan de entre todos los que se ofrecen en el mercado con similares características.

En la decisión de compra intervienen una serie de condicionantes de tipo económico, práctico, estético, técnico, psicológico o social.

En función de los motivos que intervienen en la decisión de compra podemos hacer la siguiente división de factores diferenciadores:

- **Económicos:** El precio puede ser determinante a la hora de que un cliente se decida por un producto: podemos hacer un producto de bajo precio y que llegue a un amplio sector de la población o, por el contrario, seleccionar la clientela en función del precio del producto o servicio. Podemos encontrar ejemplos de estos dos casos en los negocios de hostelería: aquellas cafeterías que ofrecen servicios a precios asequibles con el fin de atraer un gran número de clientes y aquellas otras que ante el mismo servicio multiplican el precio con el fin de seleccionar una clientela determinada.

Otra consideración de tipo económico pueden ser las condiciones de pago que se ofrecen -tal es el caso de determinadas empresas que ofrecen el producto diciendo “compre hoy y pague dentro de tres meses”-, o desarrollar técnicas promocionales para los mismos bienes o servicios existentes en el mercado.

- **Prácticos:** Pueden influir en la decisión de compra determinados factores de comodidad, confianza, ahorro de tiempo y de trabajo, etc., aunque esto suponga que el producto sea relativamente más caro. Por ejemplo, tiendas de cercanía, de reparto de domicilio, de alimentos precocinados, empresas que prestan servicios en una hora (revelados, limpieza en seco y hasta el sector del automóvil podemos ver determinados servicios rápidos), o bien aquellos establecimientos que saben ofrecer al consumidor fiabilidad y confianza.
- **Estéticos:** Se puede introducir un factor diferenciador haciendo que el envase sea atractivo a la clientela. El color, la forma, el tamaño, el diseño del envase, etc., puede ser el factor clave que determine la compra de un producto y no el de la competencia.
- **Técnicos:** Valorando las características técnicas de las que carecen otros productos existentes e incorporando las ideas y necesidades de los usuarios, se puede llegar a introducir una innovación o diferenciación del producto que los consumidores pueden apreciar especialmente.
- **Psicológicos o sociales:** La decisión de compra de algunos clientes pueden estar motivada por el deseo de obtener un prestigio o un estatus, por ir a la moda, o simplemente por satisfacer su identidad individual o colectiva.

## 5.- FIGURAS AFINES.

### 5.1.- Empresario frente a Servicios Públicos (Administración Pública) y Asociaciones.

#### ¿Qué es la administración pública?

La **administración pública** es un sistema que comprende un conjunto de órganos que están concebidos para la administración y gestión de organismos, instituciones y entes que pertenecen al Estado, tanto a nivel regional como local.

La función de esta hace que se ponga en **contacto directo a los ciudadanos con el poder político**. Para ello se hace a través de los servicios públicos, teniendo la finalidad de satisfacer los intereses colectivos.

La administración pública se encuentra principalmente regulado por el **Poder Ejecutivo** y los organismos que se encuentran permanentemente en contacto. Esta administración comprende el conjunto de comunicaciones del Gobierno público de la ciudad, una manera en la que se relaciona con la ciudadanía y la dinámica sujeta a cambios.

Esta administración alcanza a diferentes **funcionarios públicos**, como maestros y trabajadores de la educación pública; centros estatales de salud; agentes de policía; fuerzas armadas; servicios de parques nacionales; o el servicio postal, entre otros. No obstante, ampliando el concepto se puede considerar que es **administración pública** toda entidad o sector que genere o reciba recursos de alguna fuente de financiamiento del Estado.

En España la Administración Pública está dividida, a nivel territorial, en tres niveles diferentes, que son:

- **Administración General del Estado.** Es la administración central de todo el Estado, que vela por satisfacer intereses generales y llevar a la práctica el programa del Gobierno
- **La administración autonómica.** Compuesta por los organismos que gestionan las competencias de las regiones
- **Administración local.** Comprende las competencias que se transfieren a municipios, diputaciones forales o provinciales y cabildos insulares.

#### ¿Qué es la administración de empresas?

La **administración de empresas** es un método y práctica de organización que se encuentra fundamentado en la gestión de las sociedades mercantiles. Su finalidad es la de hacer que estas puedan estar lo más optimizadas posible. Dicho de otra forma, su objetivo es el de obtener el máximo rendimiento.

La administración de empresas se ha convertido en toda una ciencia en sí misma gracias al desarrollo y evolución del concepto de empresa propiamente dicho y la llegada de nuevos modelos. A través de ella se busca que cada compañía **logre funcionar de la manera más eficiente y óptima posible**. Para ello debe buscar la gestión de sus recursos y capacidades de la manera apropiada.

En base a unas características que tiene una empresa, se pueden tratar de establecer caminos para tratar de alcanzar unas metas. Para poder alcanzarlas es imprescindible que exista una administración adecuada para esas condiciones en particular.

Un punto a tener en cuenta es que, la **administración de empresas** no solo tiene por qué darse cuando hablamos del sector privado, sino que se desarrolla de manera habitual también en el público. Tanto la administración como la dirección pueden ser totalmente aplicables en ambos sectores.

Asimismo, conviene recordar el plan de acción básico de toda administración de empresas:

- En primer lugar, hay que tener en cuenta la **planificación**. Esta se refiere a la declaración de los diferentes objetivos que se buscan con el desarrollo de la actividad económica de la empresa.
- Se debe definir la forma en la que se hará uso de la estructura de la empresa y de los recursos que tiene a su disposición para tratar de lograrlos. En este punto hay que tener en cuenta todos los departamentos que integran la empresa. Este es el caso de producción, ventas, marketing, recursos humanos... Estos deben estar debidamente organizados y dirigidos.
- También es necesaria la **supervisión** continuada del funcionamiento de la empresa. De esta manera, en el caso de que sea necesario, se aplicarán cambios o correcciones para tratar de lograr la meta marcada.

### ¿Qué diferencia hay entre administración pública y administración de empresas?

La principal diferencia entre la administración de empresas y la administración pública se encuentra principalmente en las **organizaciones y los objetivos** de cada una de ellas.

Por un lado, la **administración pública** infiere servicios que están enfocados al público, es decir, a todos los ciudadanos de una comunidad. Su finalidad es la de proporcionar servicios que les ayuden en sus necesidades y estilo de vida. Además, se encuentre generalmente financiada por impuestos.

La **administración de empresas**, por su parte, se centra en tratar de lograr beneficios para los propietarios, los inversores, o ambos. Se centra, para ello, en la toma de decisiones que les ayuden a lograr su objetivo, que es el de tratar de lograr recursos de forma eficiente y con el menor costo posible; además de producir bienes y servicios y comercializarlos de forma eficaz. También implica la gestión del personal, la producción, distribución y todo tipo de asuntos de índole empresarial, como se puede deducir de su nombre.

### ¿Qué es una asociación?

Una **asociación** es una agrupación de personas que se unen y se constituyen para realizar una actividad en común sin ánimo de lucro de una manera estable y a largo plazo. Internamente, se organizan democráticamente y funcionan de forma independiente del Estado, los partidos políticos y las empresas.

Las hay de muchos tipos, pero principalmente destacan: las de servicios humanitarios y ayudas a personas desfavorecidas, las de proyectos participativos y las de defensa de derechos humanos. En Mediolanum Aproxima colaboramos con asociaciones con alma solidaria y con fundaciones (ONG).

Principales funciones de una asociación. De entre todas las funciones de una asociación, destacan estas tres:

- Prestan servicios de utilidad pública de manera local o nacional. A pesar de que son organizaciones que no están vinculadas con el Estado, su trabajo está orientado hacia lo público, ya que su labor involucra a distintos miembros de un grupo o sector de la sociedad.
- Trabajan por un beneficio o utilidad común. Lo recaudado se invierte en los proyectos sociales o solidarios que llevan a cabo.
- Fomentan la participación de toda la sociedad. Su objetivo fundamental es el de implicar y concienciar a los diferentes sectores de la población para que todas las personas puedan aportar su granito de arena a sus causas sociales.

## 5.2.- Figuras afines:

### **Diferenciación con el trabajo por cuenta ajena: Requisitos para ser trabajador:**

Un trabajador por cuenta ajena es una **persona que voluntariamente presta unos servicios retribuidos bajo la dirección de otra persona, denominada empleador o empresario**. El empleador puede ser una persona física (un autónomo) o jurídica (una empresa).

Tienen que darse tres requisitos:

1. Tener la edad mínima legalmente establecida (16 años).
2. Prestar tus servicios voluntariamente y de forma retribuida.
3. Hacerlo dentro del ámbito de la organización y dirección de otra persona, física o jurídica, denominada empleador o empresario.

Los tramites que debe realizar:

En primer lugar, el empleado debe disponer del Número de Seguridad Social (NUSS) que le identifica en sus relaciones con la Seguridad Social española. Este número pasa a denominarse Número de Afiliación, en el momento que inicie su primera actividad retribuida.

Si el trabajador no dispone de él, la empresa debe solicitarlo a través del Sistema RED. También lo puede solicitar el propio empleado a través del Portal de la Tesorería General de la Seguridad Social Import@ss, en el servicio [Solicitar el número de Seguridad Social](#). Si no dispone de identificación electrónica, puede [presentar una solicitud](#) . Para ello necesitará su documento de identidad, un correo electrónico, un dispositivo electrónico con cámara y adjuntar el [modelo TA.1](#).

A continuación, debes tramitar el alta del trabajador a través del Sistema RED en el régimen de la Seguridad Social correspondiente, General, Minería del carbón o de Trabajadores del Mar.

### **Diferenciación con la subcontratación: empresa que contrata a otra empresa. Ventajas e inconvenientes.**

**Contratar** implica que la empresa realice por sí misma, a través de su equipo, las tareas que necesita para desarrollar su actividad empresarial. Es la forma más común de trabajar. Por otro lado, **subcontratar** significa externalizar ese servicio a una empresa o proveedor que lo lleve a cabo.

La **subcontratación** es el acuerdo entre dos empleadores con el fin de que uno de ellos (contratista o subcontratista) preste servicios al otro (principal o mandante) por su cuenta y riesgo y con sus propios trabajadores. El contratista o subcontratista ejerce el mando, control y fiscalización de sus trabajadores.

#### **¿Cuáles son las ventajas de la subcontratación?**

La subcontratación conlleva una serie de ventajas, entre las que se incluyen:

- **Ahorro de costes:** La subcontratación puede ayudar a reducir los costes de equipos, salarios, instalaciones, impuestos y formación.
- **Experiencia:** Mediante la subcontratación, las empresas pueden acceder a personal experto y a las últimas tecnologías y equipos.
- **Productividad:** La subcontratación puede mejorar los resultados y agilizar los tiempos de respuesta.

#### **Es decir:**

- No hay necesidad de contratar empleados.
- Acceso a un mayor grupo de talentos.
- Menor costo de mano de obra.

La subcontratación también puede ofrecer a las empresas la flexibilidad de ampliar o reducir fácilmente sus actividades, en función de sus necesidades cambiantes. Permite a las empresas centrarse en las actividades esenciales de su negocio y subcontratar otros servicios a proveedores externos especializados en ese servicio concreto.

#### **¿Cuáles son las inconvenientes de la subcontratación?**

- Falta de control.
- Problemas de comunicación.
- Problemas con la calidad.

Lo más importantes son que la empresa subcontratada pueda convertirse en competidora, la pérdida del contacto directo con el cliente, incumplimientos de plazos de la subcontratación y selección inadecuada de proveedores.

### 5.3.- La FRANQUICIA

La franquicia es un sistema de comercio asociado entre empresas financieras y jurídicamente independientes, pero ligadas por un contrato en virtud del cual, una de ellas (la franquiciadora) concede a la otra u otras (franquiciados), a cambio de unas contraprestaciones económicas, el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial materializada en unos signos distintivos, asegurándole la ayuda técnica y los servicios regulares necesarios destinados a facilitar dicha explotación.

¿De qué elementos se compone una franquicia?

En primer lugar, y son fundamentales en una franquicia, se encuentran el **franquiciador** (o franquiciante) y el **franquiciado**, o lo que es lo mismo, **el dueño de la marca** (y el que tiene la potestad de “ofrecer” la franquicia) y **la persona que la adquiere** y, con ella, monta el negocio en un lugar en concreto.

Una franquicia se caracteriza, en segundo lugar, por **tener un modelo de negocio que está definido**, lo que significa que **sabe, por ejemplo, los productos o servicios que comercializa o cuál es su público objetivo**. En base al modelo de negocio, y de cara a aplicarlo en las franquicias, **se elaboran los manuales de operación**. En ellos, y con detalle, se explican los procesos a seguir, con respecto al producto o servicio que se ofrece, de forma que las franquicias, en su totalidad, mantengan un mismo nivel de calidad. **Y para que estos últimos (los manuales de operación) se apliquen de manera óptima**, es importante la **capacitación, o transmisión del conocimiento, del franquiciador al franquiciado**, con el objetivo de enseñar y/o reforzar sus habilidades (relacionadas con la franquicia) y conseguir, así, que la puesta en marcha del negocio sea, a todas luces, un éxito.

En tercer lugar, y es clave en una franquicia, son los **acuerdos** (por escrito y en forma de contrato) que se establecen entre el franquiciador y el franquiciado, en los que **se establecen los compromisos del primero y las responsabilidades del segundo** (respecto a la relación empresarial que van a comenzar). Con todo firmado, y antes de comenzar a “funcionar”, es importante que **se le proporciona a la franquicia una buena logística**, es decir, que **disponga de las herramientas y el personal que necesita para el buen funcionamiento de su cadena de suministro**.

Por último, y no menos importante, una franquicia **tiene que valorar**, de entre todas las opciones, **su ubicación**, ya que es uno de los factores clave del éxito. El ‘dónde’ se establece la franquicia, en la mayoría de los casos, **va a determinar en el corto-medio plazo su futuro**.

Elementos clave:

a) Canon de entrada

El canon de entrada de las franquicias es el pago inicial al [franquiciador](#), que otorga al [franquiciado](#) el derecho exclusivo de explotar su concepto en un área geográfica y temporalidad definidos. El franquiciador luego, transfiere su know-how y capacita a su [franquiciado](#) en la operación del negocio. La materialización de la transmisión del saber hacer (Know-how), el producto de la experiencia se plasma en forma de documentos y manuales de operaciones con todos los conocimientos de la marca que el franquiciante posee.

b) Royalties

El royalty de una franquicia responde a la cantidad que el franquiciado abona al franquiciador como pago por los servicios que este segundo presta. Es un tipo de cobro que suele realizarse de manera mensual, aunque hay franquicias que lo realizan por trimestre o una vez al año.

Es importante no confundir los royalties con el [canon de entrada de una franquicia](#). Esta cuantía es única y se realiza al inicio del contrato entre franquiciador y franquiciado.

**Cabe destacar que el porcentaje del royalty de una franquicia oscila normalmente entre el 0 y el 10%.** Pero también se pueden apreciar casos de franquicias que no cobran ni el canon ni los royalties. En este sentido, el pago se obtiene por otras vías como la instalación del negocio o en el margen de producto.

c) Requisitos exigidos por la marca.

### Requisitos legales para el franquiciado

#### 1. Persona física o jurídica

En ocasiones, el franquiciador da libertad de elección al franquiciado sobre la forma empresarial que desea darle a su negocio. Por tanto, tendrá que analizar si le interesa más ser persona física o jurídica. En otras ocasiones, este factor viene determinado de forma obligatoria por la empresa franquiciadora y, el franquiciado, simplemente, se limita a acatarlo.

#### 2. Canon de entrada

Hay franquicias que lo exigen a sus franquiciados y otras que no. Recomendamos informarse bien al respecto, para elegir qué franquicia es más interesante según el sector donde se desee emprender el negocio. Antes de tomar una decisión, hay que valorar todo en su conjunto ya que, a veces se ofrecen otras ventajas mucho más favorables, aunque se cobre el canon de entrada.

### 3. Pago de royalties

Una franquicia tiene la ventaja de estar invirtiendo en un modelo de negocio ya validado. Esta es la razón por la que hay que pagar unos royalties que pueden consistir en un porcentaje de los beneficios obtenidos como franquiciado o sobre, la cifra de ventas (suele ser, entre un 3% y un 5% de la facturación mensual o anual). Esto no siempre es exigido por todas las cadenas y es un aspecto que se deberá tener en cuenta al formalizar una franquicia.

### 4. El franquiciado puede exigir por ley el Know how del franquiciador

Según el Real Decreto 201/2010, el derecho a la explotación de la franquicia implica la comunicación por parte del franquiciador al franquiciado de unos conocimientos técnicos o un saber hacer, que deberá ser propio, sustancial y singular. Por ello, el franquiciado puede exigir al franquiciador facilidades para el buen funcionamiento de la empresa como asistencia comercial o asistencia técnica, durante el tiempo que dure el acuerdo.

### 5. Hay que tener claros los conceptos exigibles del contrato

En el contrato, debe quedar clara la relación jurídica que se va a establecer con la firma del mismo para evitar problemas posteriores. Por ello, es recomendable previamente entender a la perfección todas y cada una de sus cláusulas y textos. Un contrato de franquicia debe incluir: la concesión de las licencias de fabricación, la cesión de marca registrada en determinada zona y su imagen comercial, y la transferencia de tecnología. Además, también es recomendable, antes de firmar, supervisar conceptos como los precios con proveedores y otras facilidades y ventajas.

### 6. Registro de la franquicia

Después de abrir la franquicia, hay un plazo de tres meses para comunicar los datos al registro de cada comunidad autónoma (en el caso de que esta los requiera). Los datos que hay que proporcionar al registro son los siguientes: **datos generales** (nombre o razón social de empresa, domicilio, datos de inscripción en el Registro Mercantil, si se es persona jurídica, y número o código de identificación fiscal); **relación de los derechos de propiedad industrial o intelectual**; acreditación de tener concedida y en vigor la titularidad; y derechos de licencia de uso sobre los mismos, así como su duración. Una vez registrados los datos, se obtiene el **Identificador Registral** que certifica y acredita que la franquicia ha sido registrada.

## Requisitos legales para el franquiciador

### 1. Registro de la marca

Es esencial que el nombre de la franquicia tenga la marca registrada. Es decir, se debe tener en cuenta la importancia de proteger la marca para evitar que otros puedan aprovechar su idea, nombre o imagen. Por tanto, los primeros pasos como franquiciador deben ser los de asegurarse de tener **registrada la marca, el logotipo, el eslogan** y cualquier aspecto de imagen corporativa y actividad original de la empresa.

## 2. Inscripción de la empresa

Hay que asegurarse de que en la comunidad autónoma donde se va inscribir existe el requisito legal de **inscribir una empresa como franquicia en el Registro de Franquiciadores**. Antes era obligatorio en todo el país, pero con la entrada en vigor del Real Decreto Ley 20/2018 de 7 de diciembre quedó derogada la obligación de las empresas que quisieran desarrollar una actividad franquiciadora en España a comunicarla al Registro de Franquiciadores. Ahora solo se deben realizar las comunicaciones que exijan las normas de las comunidades autónomas donde se desarrolla la actividad.

## 3. Derechos y obligaciones del contrato con franquiciados

Se debe poner especial atención en el contrato a firmar con los franquiciados y los asuntos que debe tratar: derechos y obligaciones por parte de ambos, duración del contrato, cesión de derechos, localización, renovaciones, sanciones, cesiones, relaciones con proveedores y cualquier ventaja y condición de ser franquiciado de la empresa.

## 4. Información precontractual veraz

Veinte días antes de firmar el contrato, **el franquiciador debe facilitar al franquiciado cierta información**: datos del franquiciador (nombre y razón social, domicilio...); acreditación del registro de la propiedad y uso de la marca; descripción del sector de actividad; ubicación exclusiva elegida para el desarrollo de la actividad, exigencia del deber de confidencialidad; información económica prevista a obtener con la apertura del establecimiento etc.

## 5. Valores del sistema financiero

Deben definirse correctamente los valores del sistema financiero que hacen referencia a la **cuota inicial, los royalties y otros gastos**. Estos deben ser coherentes y sólidos.

### **Actividades del tema:**

6.1.- Nombre de la empresa “**MANTENIMIENTO Y REPARACIONES EQUIPOS ELECTRÓNICOS**”

Idea Inicial.

Las empresas dedicadas a **MANTENIMIENTO Y REPARACION DE EQUIPOS ELECTRONICOS** se dedican a satisfacer las siguientes necesidades:

- Atención al cliente en oficina, vía telemática, internet o por teléfono para uso comerciales.
- Asistencia técnica post venta de aparatos y equipos electrónicos.
- Mantenimiento preventivo y correctivo de aparatos y equipos electrónicos.
- Reparación en taller de aparatos y equipos electrónicos.

Para cubrir esas necesidades voy a montar un negocio de **REPARACIONES ELECTRÓNICAS**, que se va a dedicar a las siguientes actividades:

- Reparaciones de equipos de climatización de uso doméstico en domicilio.
- Reparaciones de placas de equipos de climatización de uso doméstico en taller.
- Mantenimiento y puesta a punto de los equipos de climatización fuga de gas.
- Ofertar la venta de equipos de climatización cuando el coste de la reparación es mucho mayor a una nueva instalación, por falta de recambios.

La empresa va a prestar sus servicios en la localidad de **ROTA** debido a los siguientes motivos:

- Las empresas existentes solo se dedican a la venta de equipos de climatización.
- Las empresas existentes solo se dedican la instalación de equipos de climatización.
- Las empresas existentes no se dedican a la reparación de las tarjetas o placas electrónicas.

Aspectos innovadores o de futuro relacionados con mi actividad son:

- Asesorar a los clientes de las condiciones idóneas para conseguir el confort adecuada con la climatización (paredes, ventanas, etc) en la reforma o nueva construcción.
- Instalación inteligente de los sistemas de climatización.
- Ahorro energético con las instalaciones de climatización.

Formación complementaria:

- La formación complementaria para este tipo de trabajo son trabajos de albañilería, electricidad, fontanería y domótica.

### FACTOR DIFERENCIADOR

Mi negocio se caracteriza por presentar como factores diferenciadores los siguientes:

- Estético; muy buena terminación de los trabajos ejecutados.
- Práctico; cercanía al cliente, garantía y fiabilidad en los trabajos.
- Económico; precio del producto o servicio dentro de los estándares de mercado con facilidades de pago en tres meses.
- Técnico; utilización de primeras marca y suministro de primera calidad.
- Psicológico; satisfacer las condiciones de confort dentro del uso doméstico como empresarial.

### ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En la localidad donde voy a instalarme prestan los mismos servicios las siguientes empresas:

- De Layce Servicios
- Instalaciones Naranjo Ruiz, S.L.
- Fontaneroexpress
- Hidrofenro
- ClimatecRota Handyman
- Climatizaciones Poquet
- Talleres Martinez y Delgado, S.L.
- Mantenimiento Medina, S.cC.
- Frinieve
- Gama Rota, S.L.

**Todas estas empresas se dedican a la venta e instalaciones de equipos de climatización e incluso reparación, pero no ofrece un servicio de reparación de tarjetas o placas electrónica.**

Aspectos positivos a considerar de la competencia:

- Los años de experiencia en la instalación de equipos de climatización.
- 
- 
- 

Aspectos de la competencia que puedo mejorar:

- Atención al cliente personalizado con propuesta recomendadas de instalación de climatización, marcas, garantías y post venta.
- En temporada de verano instalación de equipos según existencia en 24 horas
- Reparación de equipos en menos de una semana según suministro.
-

6.2.- Busque 5 negocios (al menos 2 en Rota) y explique la base de su idea inicial y sus factores diferenciadores.

### **Empresas de Rota:**

- **Trasportes Internacionales Ferris:** es una empresa de transportes, mudanzas y guardamuebles situada en la localidad de Rota. Se ocupa del sector del transporte nacional e internacional y ofrece servicios de mudanzas. Es una empresa que se esmera y cuida desde el servicio más pequeño hasta el más grande, porque para ellos no existen clientes grandes ni pequeños, para ellos tan solo existe la profesionalidad del día a día.

*Su factor diferenciador* más importante es práctico, estético, técnico y psicológico o social. El **práctico** es por la cercanía a los clientes para su atención en oficinas, en **estético** se caracteriza al cuidado y buen trabajo de embalaje, en **técnico** en cuando a los medios necesarios de equipos y maquinarias para la realización adecuada de los trabajos (grúas, montacargas, etc.), y **psicológico o social** es el estatus de llevar a cabo el trabajo por una empresa de gran reconocido prestigio nacional e internacional.

- **Datono:** es una compañía u operador de internet y telefonía nacida en Rota, aunque en la actualidad opera también en varios municipios del entorno con un servicio que ofrece la máxima calidad al mejor precio de internet de fibra óptica, telefonía fija, móvil, televisión.

*Su factor diferenciador* más importante es económico, práctico, técnico, y psicológico o social. **Económico**, dispone de precio muy competitivos con respecto a la competencia de operadores nacionales, configurando la tarifa acorde a lo que te haga falta, sin tener que estar pagando de más por aquello que no usas. **Práctico**, siempre que lo necesites puedes acudir a cualquiera de las sedes u oficinas repartidas por la provincia, ofreciendo la mejor atención personalizada, de la manera más cercana y sencilla. **Técnico**, el equipo técnico está a su disposición ante cualquier duda o sugerencia que quieras realizarnos, le atenderán de verdad, gente de aquí como tú, y **Psicológico o social**, para satisfacer las necesidades individual o colectiva de los medios de comunicación o de la información como es internet.

### **Empresas de fuera de la localidad:**

- **Oetiker en Polígono Industrial Salinas de San José, C. Puente, 18, Puerto de Santa María.** "Oetiker brinda a sus clientes la tranquilidad de saber que sus componentes de misión crítica están conectados de forma fiable. Son líder mundial en soluciones de conexión de gama alta para la industria de automoción y para aplicaciones de alta calidad en diferentes sectores industriales. Su experiencia en la fabricación de abrazaderas, anillos, correas y conectores rápidos de alta calidad abarca desde aplicaciones en el tren motriz y el sistema de transmisión hasta aplicaciones médicas. Ofrece asesoría y apoyo en las áreas de ingeniería, realizando prototipos y pruebas para una rápida solución integral con el fin de resolver problemas de sujeción y conexión."

*Su factor diferenciador* más importante es económico, estético, y técnico. **Económico**, las condiciones de pago que se ofrecen a los 30, 60 o 90 días. **Estético**, la finalización de producto de alta gama de las abrazaderas, anillos, correas y conectores rápidos de alta calidad, así como la forma de cierre y rapidez en la conexión en los equipos o maquinarias, y **Técnico**, su innovación en el agarre, cogida y sistema de cierre.

- **Dentista Juan José Hidalgo Lavie, en Av. Bahía Blanca, 9, 11007 Cádiz.** Odontología y Estomatología con años de experiencia, pacientes satisfechos, técnicas y tecnología que ofrece, nuevas instalaciones y con el material con el que trabaja es uno de los dentistas con mayor reconocimiento y profesionalidad.

*Su factor diferenciador* más importante es económico, práctico, estético, técnico y psicológico o social. **Económico**, facilidades en las condiciones de pago en un tratamiento de larga duración. **Práctico**, ahorro de tiempo en espera de la consulta, fiabilidad y confianza. **Estético**, buena terminación en el acabo dental o sonrisa. **Técnicos**, dispone de los medios necesarios para el desarrollo de la actividad (radiografías, sala habilitada para niños, etc.), y **Psicológicos o sociales**, para satisfacer la imagen de una bonita sonrisa de la persona.

- **Restaurante Osborne Toro Tapas en C/Los Moros, el Puerto de Santa María.** Este restaurante está situado en pleno corazón de Bodegas Osborne, en El Puerto de Santa María. Es una adaptación de una bodega de vino de Jerez a restaurante, cuidada hasta el mínimo detalle. Su cocina está basada en productos frescos y de temporada típicos de la gastronomía de Andalucía occidental. Cortes 100% ibéricos de bellota, atún rojo de almadraba, ternera de la Janda, pescado frito de la Bahía de Cádiz y recetas de la zona.

*Su factor diferenciador* más importante es económico, práctico, estético, técnico y psicológico o social. **Económico**, seleccionar la clientela en función del precio del servicio y producto. **Práctico**, garantía en el servicio y consumo de los productos del restaurante. **Estético**, el establecimiento destacan por su decoración atrevida, su fantástica cocina internacional, su animado servicio y su horario ininterrumpido. **Técnicos**, apoyado en cuatro valores, que son los pilares que han forjado lo que hoy es Osborne: autenticidad, maestría, espíritu visionario y compromiso, y **Psicológicos o sociales**, motivado por el deseo de obtener un prestigio o un estatus en consumir en este tipo de establecimiento.

6.3.- Busque y aplique los elementos clave de las franquicias en la web <https://www.franquicias.es/> - Guía de franquicias en España.

*“La franquicia es un sistema comercial que se basa en la cesión, regulada a través de un contrato, del derecho de explotación de una marca, un producto o un servicio, a cambio de determinadas contraprestaciones económicas y bajo el cumplimiento de una misma disciplina de actuación común”.*

La franquicia es seguridad y su fortaleza la proporciona el apoyo de cada uno de los componentes de la red con los otros, todo ellos, por simples razones lógicas consiguen mayor fortaleza en el mercado.

**La calidad del producto de la marca, su originalidad, su sistema de fabricación, elaboración, distribución,** etc. sumados a los conocimientos que ya posee del sector el franquiciador, son **argumentos importantes para incorporarse al sistema de franquicias**, supone un menor riesgo comercial debido especialmente al sistema contrastado por el franquiciador. Está demostrado que los **Emprendedores en régimen de franquicia** se aseguran unos mínimos de rentabilidad, y consigue alcanzar antes el punto de equilibrio en el negocio.

Las Ventajas del modelo de Franquicia o elementos clave de la franquicia son:

- El prestigio de que goza la marca, imagen comercial y notoriedad, ya con adeptos a la misma le asegura una clientela desde el inicio de la actividad.
- Será propietario de un negocio seguro y con resultados contrastados.
- Mercado ya experimentadas a través de la red de la cadena franquiciadora.
- Menor riesgo que cualquier otro inicio comercial, y esto con unas inversiones económicas muy similares.
- Se beneficiará de la experiencia y know how del franquiciador.
- Tendrá exclusividad de zona.
- Seguridad en el aprovisionamiento y ventajas económicas de compra ya que se beneficia de la economía de escala en cadena.
- Aun tratándose de una actividad local, se aprovechará de campañas y estrategias de marketing a nivel nacional.
- Recibirá una formación inicial con un soporte formativo e informativo permanente y acorde con las últimas técnicas.
- Se aprovechará en su zona del fondo de comercio que tiene el franquiciador.
- Le proporcionarán programas informáticos acordes a sus necesidades y estandarizados para la cadena.

En definitiva, podemos decir que **la gran ventaja que tiene el elegir el modelo de franquicia** es la de **obtener los beneficios** de las grandes empresas debidamente organizadas, **sin perder su condición de ser pequeño**, siendo incluso su propio jefe y **pertenecer a una gran red.**

## ¿Cómo financiar mi negocio?

Lo más recomendable es pensar en una franquicia en la **que la inversión inicial más la cuota de franquicia no excedan del 80% de tus recursos disponibles**, ya que necesitarás liquidez para enfrentar cualquier eventualidad.

### Formas posibles de financiación:

#### *Ayuda del franquiciador*

**Solicita al franquiciador** si cuenta con alguna facilidad de financiación que te permita tener mayor margen de maniobra para la operación diaria de tu negocio.

Asimismo, **existen franquicias que tienen negociados acuerdos con entidades financieras** con condiciones especiales para la inversión en sus marcas ¡Consúltalo!

#### *Usar capital propio*

La forma más común para financiar la creación de un nuevo negocio es usando capital propio, es decir, haciendo uso del dinero que podamos tener. **Este tipo de financiación es el más recomendable** puesto que no estamos obligados a pagar intereses ni a tener que devolver el dinero. Siempre es recomendable **al iniciar un negocio, utilizar capital propio**, al menos en la etapa de la creación, y ya más adelante, cuando el negocio empiece a crecer, recién empezar a buscar fuentes externas de financiamiento. Sin embargo, cuando nuestro capital propio no es suficiente, es posible combinar éste con otros tipos de financiación que veremos a continuación.

#### *Familiares*

Si no contamos con suficiente capital propio, **una buena alternativa para financiar la creación de un negocio es pedir dinero prestado a familiares**, los cuales es muy probable que acepten si es que son conscientes de nuestra capacidad y responsabilidad.

#### *Socios*

Esta forma de financiación **implica buscar una persona que quiera compartir el riesgo de la creación del negocio**, e invertir junto con nosotros. Lo recomendable es buscar un socio con las mismas motivaciones y aspiraciones que nosotros. Lo recomendable también, es buscar **un socio que invierta el mismo capital que nosotros**, y que aporte, además del dinero, otros recursos que sean complementarios a los que poseemos como, por ejemplo, experiencia en algún aspecto del negocio. **La desventaja** de tener un socio es que más adelante puede haber desacuerdos, disputas, diferencias, etc., especialmente si el negocio empieza a no lograr los objetivos esperados.

#### *Bancos*

La forma más usual de financiación para la creación de un negocio, es **solicitar dinero prestado al banco**. Para este tipo de financiación es un tanto complicado de acceder por la situación económica actual, pero sin embargo **es la más usual y lógica, acceder a un crédito bancario para iniciar un nuevo negocio no es imposible**, si contamos con **buena reputación crediticia, buenas referencias comerciales, o una atractiva idea de negocio con un sólido plan de negocio** que la respalde.

## *Subvenciones y Ayudas Públicas*

Otras fuentes de **financiación a través de Entidades Públicas o Comunidades Autónomas.**

### **Unos enlaces de interés:**

- *Líneas de financiación para la creación de empresas.*
- *Préstamos ICO iniciar un negocio.*

También podemos solicitar esta información de subvenciones y ayudas a Asesorías/Consultorías especializadas, las cuales nos pueden informar de a qué tipo de ayudas podemos acceder con nuestro modelo de negocio a invertir.

<https://www.losapuntes.netanbone.es>

## **WEBGRAFIA**

### **¿Qué es una empresa? Características, departamentos y tipos**

<https://www.ceupe.com/blog/que-es-una-empresa.html>

### **¿Qué es un Emprendedor?**

<https://www.ceupe.com/blog/que-es-un-emprendedor.html#:~:text=Ser%20emprendedor%20es%20una%20actitud,en%20pr%203%A1ctica%20las%20nuevas%20opciones%20E2%80%A6>

### **Riesgos económicos y financieros en la empresa**

<https://www.eoi.es/sites/default/files/savia/documents/componente45902.pdf>

### **Lucro**

[https://conceptodefinicion.de/lucro/?utm\\_content=cmp-true](https://conceptodefinicion.de/lucro/?utm_content=cmp-true)

### **Las 8 cosas más caras del mundo que existen en este momento**

<https://www.revistagq.com/la-buena-vida/articulo/cosas-mas-caras-del-mundo>

### **Oferta y demanda: así afectan al mercado**

<https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>

### **Excedente del consumidor**

<https://www.sdelsol.com/glosario/excedente-del-consumidor/>

### **Excedente del consumidor y del productor**

<https://es.khanacademy.org/economics-finance-domain/microeconomics/consumer-producer-surplus/consumer-producer-surplus-tut/a/lesson-overview-consumer-and-producer-surplus>

### **Estas son las empresas que más devuelven a la sociedad**

<https://www.elmundo.es/economia/empresas/2018/01/28/5a6b28dde2704e62788b4656.html>

### **La importancia del comercio para el desarrollo de las ciudades.**

<https://musashi.es/blog/la-importancia-del-comercio-para-el-desarrollo-de-las-ciudades/>

### **La localización de la empresa y su importancia**

<https://centrodenegocioszaragoza.es/localizacion-empresa-importancia/>

## **Entorno de la empresa**

<https://www.ilep.mx/post/ambiente-empresarial>

## **Mercados intersticiales**

<https://www.xuletas.es/ficha/mercados-intersticiales-1/>

## **Descubre qué es un Análisis PEST y los beneficios que aporta a las empresas**

<https://rockcontent.com/es/blog/analisis-pest/>

## **Cómo hacer un análisis de la competencia con un ejemplo práctico**

<https://asana.com/es/resources/competitive-analysis-example>

## **Oetiker**

<https://www.oetiker.com/es-es>

## **Oetiker: el gigante discreto con fábrica en El Puerto de Santa María**

[https://www.diariodecadiz.es/noticias-provincia-cadiz/Oetiker-gigante-discreto-fabrica-Puerto-Santa-Maria\\_0\\_1420658328.html](https://www.diariodecadiz.es/noticias-provincia-cadiz/Oetiker-gigante-discreto-fabrica-Puerto-Santa-Maria_0_1420658328.html)

## **Diferencia entre administración pública y administración de empresas**

<https://diferenciasjuridicas.com/administracion-publica-y-administracion-de-empresas/>

## **Descubre las tres funciones principales de una asociación**

<https://mediolanumaproxima.org/asociacion-sin-animo-lucro.html>

## **Quiero dar de alta un trabajador por cuenta ajena, ¿Qué tengo que hacer?**

[https://administracion.gob.es/pag\\_Home/Tu-espacio-europeo/derechos-obligaciones/empresas/empleados/seguridad-social/alta-empleados.html#-1b484ca45845](https://administracion.gob.es/pag_Home/Tu-espacio-europeo/derechos-obligaciones/empresas/empleados/seguridad-social/alta-empleados.html#-1b484ca45845)

## **¿Qué es una franquicia?**

<https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/que-es-una-franquicia.html>

## **Canon de entrada en las franquicias**

<https://www.7clean.mx/blog/franquicias/que-es-canon-de-entrada-de-franquicia>

## **¿Qué son los royalties o el royalty en una franquicia?**

<https://lamafia.es/que-son-los-royalties/>

**¿Cuáles son los requisitos legales que se exigen en las franquicias?**

<https://hedillaabogados.com/requisitos-legales-franquicias/>

<https://www.losapuntes.netanbone.es>