

Le presentamos un documento con dos ideas fundamentales, como trasplantar una empresa de una ciudad a otra, de un empresario a un emprendedor, y que conceptos básicos hay que transmitirle a alguien que se inicia en el mundo de los negocios.

## TRASPLANTE DE EMPRESAS.

El trasplante de empresas consiste en identificar una empresa real procedente de otro entorno, que no existe en una comunidad, y poner en un emprendedor local los conocimientos necesarios para crearla favoreciendo la difusión de la mentalidad empresarial.

El objetivo es que este emprendedor adquiriera el know how y la confianza en el proyecto arropado por una institución.

Destinatarios;

A Desempleados que quieran emprender.

B Emprendedores típicos reincidentes, con experiencia en creación de otras empresas.

C Familiares de empresarios que quieran continuar la tradición empresarial, todos bajo el factor común de que les falte la idea sobre la que emprender( y/ o) los conocimientos necesarios para ello.

Este documento es una petición de ayuda formal para identificar el estado en que se encuentra esta cuestión por parte de las instituciones implicadas.

Asimismo integrarlo en la red de recursos existentes.

La finalidad es pedir un respaldo expreso de su organización , para poder ofrecerlo como garantía de la buena orientación del proyecto y conseguir darlo a conocer.

El proyecto podría funcionar bien como una consultora privada, o bien como una fundación con participación de empresas interesadas en la cuestión.

En cualquier caso se podría obtener un retorno de la inversión empleada, bien a través de la participación en las empresas creadas, bien a través de la colaboración en la gestión, administración , o labor de consultoría y formación sobre los emprendedores tutelados.

Se trata finalmente de localizar modelos de negocio atractivos y exitosos, y ponerlos en manos de nuevos emprendedores, ya sea a través de ferias y eventos participativos, ya sea a través de una escuela de negocios, superando el problema del no se que hacer , y ofreciendo soluciones al como hacerlo.

Introducción: Nuestra actual coyuntura económica:

El ciclo natural de las empresas es comparable al de otros seres vivos, nacen , crecen, se reproducen y mueren. Dentro de un cierto equilibrio. Que ahora, con la crisis, se ha roto.

Uno de los problemas que tenemos en nuestra economía es que la tasa de empresas por cada mil habitantes, (que ya era antes de empezar la crisis más baja que la de los países a los que queremos parecernos), ha bajado considerablemente con la crisis. Hay menos empresas, y como consecuencia hay menos empleo, lo que restringe la producción y el consumo y lleva a menos actividad con peores resultados, lo que literalmente es pan aún para hoy pero posiblemente hambre para mañana.

La renovación de la plantilla de empresas se puede dejar a cargo de los emprendedores , sin más, o facilitarles a dichos emprendedores su labor a través de asesoramiento. Necesitamos más empresas, y esto pasa por casar empresarios, con formación y actividades compatibles.

Por ejemplo, en algunos países asiáticos, es tan frecuente y asequible la comida callejera, que muchas casas carecen de cocina. Imaginemos que quisiéramos importar este modelo de distribución de alimentos a nuestra ciudad. Podemos esperar a que el azar nos vaya trayendo emprendedores Tailandeses que instalen restaurantes económicos y puede que consigamos que haya tres en la ciudad en un plazo de 5 años.

O podemos hacer una misión comercial a Tailandia, investigando los pros y contras de ese modelo de distribución de alimentos, conocer los entresijos del negocio,(hasta donde sea posible) y ver cuantas personas en paro en la ciudad estarían dispuestos, tras curso de formación y plan de negocio a aprender a cocer arroz de muchas maneras ...para ganarse la vida, ya sea por cuenta propia, ya sea con empleados a su cargo.

En este segundo caso podríamos superar ampliamente el número de negocios abiertos, la inversión, la ocupación y el empleo, que son los objetivos que debemos marcarnos como deseables para esta técnica.

Desde mi punto de vista,un super empresario se plantea un negocio en el que pueda , pagar a empleados , proveedores, hacienda y obtener beneficios, eso en a libre competencia le obliga a marcar unos precios y a correr un riesgo determinado. (entendiendo este como riesgo de amortización de la inversión)

Un simple autónomo se conforma con pagar proveedores, impuestos y ganarse el sueldo, lo que le permite competir a precios más favorables tanto para el consumidor como para el riesgo del negocio (entendiendo este como riesgo de mantenimiento del negocio)

Evidentemente ustedes saben que una economía más variada , como en el caso de una dieta alimenticia, es de por sí más rica que una economía, menos variada.

Cada autónomo que inicia actividad supone un beneficio social tanto por lo que produce, como por la ayuda que deja de necesitar (sobre todo en el caso de los desempleados emprendedores) pero además hace que baje la presión fiscal ( es uno más para compartir el esfuerzo) y aumenta un activo social tan importante como la cultura empresarial.

El empresario es un bien social, y ustedes se encargan de su promoción, por que a menor tasa de empresarios menor desarrollo para todos. Así que tiene cierta lógica analizar si es posible la el crecimiento provocado o favorecido del número de empresarios, esto es; el trasplante de empresas.

Imaginemos que ya hemos identificado una empresa real, que no existe en nuestra comunidad local, ¿Cuáles son los pasos necesarios para poder inaugurarla en nuestra ciudad y a ser posible, cerrar el primer ejercicio? ( no les abundaré en datos sobre supervivencia de la activad empresarial para no ponerles tristes)

Primero ;

Acopio de información procedente de la empresa y su entorno.

Esta empresa tendrá un balance, donde aparezcan los datos económicos fundamentales de la actividad, dentro de un entorno social donde se desenvuelve, y tendrá una experiencia acrisolada por su dirección y en su caso empleados. Es un know how, que posiblemente sirva para repetir la experiencia en otros entornos, y el primer análisis de ambos, balance, y entorno nos deberá orientar para aceptar o desechar la empresa como candidata a un trasplante.

Sobre como hacemos con esta información, evidentemente la condición más favorable es la colaboración del dueño, que podremos lograr con diversos incentivos, tales como vacaciones o pernoctaciones en nuestra ciudad, un contrato de franquicia, participación en acciones en el nuevo negocio, colaboración para la adquisición de materias primas en mayor escala, o finalmente dinero. Los problemas derivados de la falta de colaboración de los empresarios donantes, se pueden por otra parte superar con diversos métodos.

Respecto a la compatibilidad de la localidad receptora, también es cuestión de valorar su magnitudes económicas y sociales para poder hacer un análisis, siempre posible de completar con la experimentación.

Lo que nosotros podríamos hacer como asesores, es en primer lugar, sistematizar método de análisis de las empresas donantes, y ordenar los datos para favorecer su difusión, en segundo lugar sistematizar el análisis de las competencias de los

emprendedores, y completarlas con un proceso de formación complementario a la transmisión del know how, de manera que el emprendedor quedase arropado bajo la dirección del proyecto y no se viese solo.

Tengan en cuenta un aspecto de esta cuestión, si mañana, 100 personas abren 100 empresas, al año el resultado medio total de explotación será x, nuestro trabajo es conseguir que eso pase a ser x mas uno. Solamente, es decir muchos de los negocios saldrán adelante solo por que alguien ha decidido ponerse a trabajar en ellos. Pero nuestro trabajo debe ser optimizar esas oportunidades.

¿Cual es nuestro reto y premio?

Cada vez que identifiquemos una nueva empresa implantable en un modelo de ciudad, por un tipo de emprendedor, estaremos en condiciones de aumentar las probabilidades de éxito empresarial, para todos los emprendedores que reúnan los requisitos en distintas ciudades homólogas.

Cada vez que casemos a un emprendedor con una idea, habremos puesto ilusión y razón de ser a un proyecto de empresa y quizás de vida.

Esto sería tanto como decir que el desarrollo es exportable e importable, y ese descubrimiento tendría consecuencias muy importantes para la globalización del desarrollo económico, tan necesario.

Factores a tener en cuenta.

Capital medio necesario de 0 a 50.000 de 50.000 a 100.000 ó más de 100.000 E.

Podríamos tener una base de datos con empresas con requerimientos de capital de distintas categorías, lo que nos facilitaría a la hora de la difusión del proyecto organizar la mente de los emprendedores según sus capacidades de inversión, ofrecerle el asesoramiento para crear la empresa sería algo parecido a venderles un coche; habría que valorar entre otras cosas, cual quieren, cual necesitan y cual pueden pagar.

Número de empleados, inicial, medio u óptimo.

Podríamos identificar desde qué número de empleados es posible iniciar la actividad. Cómo son de media ese tipo de empresas en su sector y finalmente cual es la mejor interpretación de ese rubro para el lugar adonde la vamos a trasplantar.

Tamaño de la ciudad origen del negocio y área de influencia del mismo.

Negociar con empresas más amplias, la creación de un departamento, o un subsector independiente integrado en la misma, cuando ello le suponga beneficios. De la misma

manera podrían crearse bolsas de servicios auxiliares donde se negociase la contratación accesoria procedente de las empresas ya existentes.

Bolsas de renovación de negocios por cierre no económico. ( por ejemplo ofertar los negocios cuyos dueños van a jubilarse para que los retome otra persona joven)

Bolsas de recuperación de viejos negocios ya extintos , pero que pueden volver a tener utilidad.

Puesta en valor de las infraestructuras de negocios abandonados.

Necesidad de formación de los trabajadores. Contando con un fondo de trabajadores profesionales auxiliares.

Fracmentación de la cadena de valor. Es decir descomponer una tarea entre varias empresas.

Fondo de empleo para financiación por remuneración;

Facilitar empleos temporales a los emprendedores en paro para que trabajando, ganen el dinero necesario para montar su empresa. Sería muy adecuado combinar este elemento con intercambios laborales, de modo que nuestro emprendedor, vaya a trabajar un tiempo en la empresa origen, donde completaría su formación.

Ampliación del horario de servicios; facilitar la complementación de las diversas empresas prestadoras de servicios para que a cualquier hora sea posible conseguir lo que necesitamos.

Elemento fundamental que vamos a transmitir a los emprendedores con la formación.

Se trata de un lenguaje empresarial, con el que los emprendedores aprendan a conocer y manejar los principios técnicos de la empresa. Mostramos un apunte de lo que significaría esto a través de este pequeño diccionario de términos técnicos descritos de manera coloquial.

Conocimientos previos, para que ellos mismos puedan completarlos luego con su experiencia , pido disculpas por tanto si no se ciñe a la ortodoxia académica.

Se trata de fomentar un dialogo respecto a estos conceptos que junto con la aplicación a ejercicios prácticos logre la familiarización con estos temas, mejorando la capacidad necesaria para la planificación de esos negocios.

ECONOMÍA BÁSICA.

Este curso está dirigido a personas que quieren montar una empresa, pero no tienen experiencia, ni saben nada de los trámites que hay que hacer,  
Sirve para tomar unos conocimientos mínimos sobre el mundo de los negocios que habrán de ser de utilidad para plantear la empresa correctamente.  
Y sirve para poner al alumno en contacto con un profesor con experiencia empresarial, que debe servirle de apoyo.

Para tomar decisiones económicas es conveniente conocer un mínimo de ideas que nos servirán para tener más oportunidades de acertar. Practicar un poco con ellas es necesario para poder entenderlas, manejarlas con soltura y poder comunicarnos con ellas . Y para entender bien el sistema hay que saber que todas las partes , incluida la nuestra dependen unas de otras.

## CONCEPTOS GENERALES.

### **Balance, ingresos y gastos;**

Para valorar un balance hace falta saber sumar y restar, y comprender la diferencia entre un gasto y un ingreso, aunque todo el mundo piensa que sabrá hacerlo, solo después de haber hecho unos cuantos balances se adquiere esta capacidad.

### **Saldo de balance .Perdidas y ganancias;**

Las pérdidas o las ganancias son el resultado final de un balance, y hacen que un negocio marche bien o mal. Hacer un negocio y echar cuentas al final es un error de base, las cuentas hay que hacerlas antes de emprenderlo, eso nos ofrecerá una visión sobre las diversas alternativas de afrontar el negocio, y la posibilidad de dejar para el final la comprobación.

**Volumen de facturación;** Es el total de dinero que maneja la empresa la suma de todas sus ventas.

**Porcentaje de beneficios;(O de pérdidas)** La proporción del dinero que se mueve en el negocio que se convierte en beneficios, llevados a los extremos hay dos tipos de negocios los que tienen margen de beneficios altos y volumen de ventas pequeños y los que tienen margen de beneficios bajos y grandes volúmenes de ventas.

Si nos encontramos con un negocio de mucho volumen y mucho beneficio lo normal es que no sea estable.

**Riesgo en la operación;** Es la probabilidad de que salga mal y acabe en pérdidas, normalmente el riesgo total será la suma de los riesgos parciales que componen cada una de las partes de la operación.

**Compensación de riesgos;** Cuando tenemos un riesgo en una operación que puede salir mal, hay una técnica conocida como compensación de riesgos que consiste en combinarla con otras operaciones de carácter complementario que puedan absorber los costes de una posible pérdida.

**Costes de producción: fijos, variables;** El coste fijo es aquella parte de los gastos de un negocio que no varía sea cual sea el volumen de facturación , es decir que hacer el negocio cuesta un mínimo de dinero que no variará según los ingresos. El coste

variable supone que por cada producto que vendamos en el negocio se producirá un coste añadido, es decir que los costes van aumentando conforme el funcionamiento del negocio hace que vayan llegando más ingresos.

**Productividad;** La productividad se mide en función de las horas de trabajo de un hombre que son necesarias para terminar un producto.

**Alteraciones de los costes de producción relacionadas con la evolución del mercado;** En la economía real, todas las cosas cambian de precio, para un negocio estable es importante analizar cuales de los precios de los suministros van a variar ( y en que sentido) y cual será la influencia que eso tendrá sobre la competencia dentro de ese mismo negocio.

**Limites en la viabilidad y rentabilidad;** Si un negocio deja de ganar dinero no sera rentable y sus dueños pensarán en cerrarlo, pero si pierde el dinero suficiente cerrarlo será la única opción, ya que de lo contrario sus dueños se arruinarán.

Esto es muy importante para la competencia ya que si consigues hacer inviables los negocios de otras personas, te quedarás con su cuota de mercado y tus beneficios aumentarán ( siempre que tu capacidad productiva esté preparada para hacer frente a la demanda)

**Posición dominante;** Es aquella situación que se produce en un mercado en el que una de las empresas cuentan con ventajas practicas para mantenerse en la primera posición y con capacidad para dificultar que las otras le hagan una competencia real.

**Desinversión;** Consiste en dejar de participar en una inversión de la manera más rentable posible, es decir sacar rendimiento de una actividad que vamos a abandonar.

## MARQUETING.

**Marca;**Es el mecanismo para que los consumidores conozcan tu producto,de el depende que te compren de una manera consciente o no.

**Publicidad;** Es la actividad que persigue que conozcas a la marca y que quieras comprar una marca en concreto.

**Imagen de marca;** Es la impresión de la marca que hay en la mente del consumidor.

**Producto;** Es un elemento terminado e independiente que sirve para ser consumido, no nos hace mantener mas relación con la empresa que el hecho de comprárselo y recibirlo.

**Servicio;** Es el conjunto de actividades de la empresa destinados a solucionar las necesidades del cliente, es como un producto continuado, y en realidad es la clave de la relación con los clientes, ya que aun pensando en un producto que no necesite un servicio de post venta (por ejemplo las cerrillas) siempre será necesario un servicio de reposición para cuando se gaste el producto.

**Estructura del proceso de comercialización;** Desde que se crea algo, hasta que se fabrica , distribuye y vende, hay una cadena de personas que intermedian en el proceso para hacer llegar el servicio al cliente, como esta estructura tiene unos costes, contribuye decisivamente a situar el servicio en el mercado, tanto en cuanto a precio como en cuanto a disponibilidad.

**Cadena de elementos con capacidad de decisión y criterios de decisión;** Son las diversas personas que en principio son ajenas al negocio pero cuya colaboración es

necesaria para que se produzca, y los criterios de decisión son las razones por las cuales estas personas colaboran o no; ejemplo para que un supermercado venda unas fregonas que fabricamos nosotros, lo primero será hablar con el jefe de compras del supermercado.

**Precio;**Es lo que pagamos por un producto, el precio tiene que estar equilibrado en los dos sentidos ( compra y venta) ya que lo contrario genera un desequilibrio que se traslada a todo el circuito económico, ya que cada transacción influye en las otras.

**Calidad real y percibida;**Un producto puede ser más bueno de lo que parece o viceversa, el caso es que el consumidor medio paga por lo que cree que va a recibir, sin saber muchas veces que es exactamente lo que compra.

**Evolución técnica;** Un producto es fruto de un determinado momento histórico y se debe a unas determinadas técnicas, así mismo como los otros con los que está en competencia, la previsión lógica hace que al variar las condiciones técnicas varíen los productos y por lo tanto su situación competitiva relativa.

Si no inviertes siempre en mejorar, te aseguras que otro te quitará el sitio.

**Relación calidad precio;**Es la combinación entre el conjunto de prestaciones de un producto y el coste que hay que afrontar para disfrutarlo.

**Limites de adherencia;** Las condiciones de competencia hacen que entre varios productos haya igualdad competitiva aunque sean diferentes, (todos pueden competir) esto se rompe si se superan ciertos límites de manera que alguno de estos productos se quedará fuera del mercado y por tanto obsoleto.

**Alteraciones del mercado relacionadas con su evolución;** El conjunto del mercado es cambiante, y de nada sirve tener un buen producto si no hay personas a quien vendérselo que tengan el dinero para pagarlo.

**Periodo de vida del producto;** Un producto dura algún tiempo, y luego es necesario substituirlo, pero los componentes básicos de dicho producto se deben reciclar reincorporándolos al ciclo productivo.

**Situación relativa de la marca;** Cada marca ocupa un lugar en el mercado con relación a las otras marcas, esto se mide en cuota de mercado, en beneficios y en valoración del consumidor, siendo todos estos factores interdependientes.

**Criterios de compra;** Son las razones por las cuales se adquieren los suministros necesarios para fabricar nuestro producto, o bien los que hacen que la gente escoja nuestro producto frente a otros.

**Coste de gestión;** La realización de una actividad tiene unos costes de decisión , es preciso valorarlos adecuadamente e introducirlos en el precio del producto , ya que de lo contrario una mala atribución económica para este concepto puede perjudicar al resultado.

**Valor de adquisición;** Es lo que pagamos por un bien, creo que no es correcta la manera de pensar que cuanto menos paguemos por un bien mejor será el negocio, por que ese pago inferior al precio de producción terminará por perjudicar la calidad del producto, ya que si no se paga adecuadamente a sus proveedores estos no podrán rentabilizar su inversión o finalmente se les volverá inviable.

**Utilidad de uso y productiva;** Podemos valorar un bien por lo que nos sirve a nosotros mismos, o por lo que puede significar para producir otros bienes, sobre todo



en el segundo caso es muy importante escoger correctamente cual compramos, ya que lo contrario tendría consecuencias negativas en cadena.

**Costes asociados;** El precio es el dinero por el que se vende una mercancía, y los costes asociados son los otros pagos que hay que hacer para que podamos usarla, por ejemplo , coche, gasolina, seguro, carnet de conducir, impuesto de matriculación y circulación.

**Riesgos asociados.;** Distinto del coste asociado es el riesgo asociado, dos maquinas pueden costar igual, pero ser una más segura que otra en cuyo caso habrá que optar por la más segura.

**Coste de sustitución;** Es el dinero que nos costará poner otro elemento en el lugar de uno que desaparezca.

**Valor residual;** El valor residual es el que tiene un elemento al final de su vida productiva, es decir lo que vale cuando ya no vale.

**Amortización;** Es una cantidad de dinero que debemos ir ahorrando para tenerla disponible cuando haya que sustituir algún bien productivo.

**Elasticidad de los precios en función del volumen de contratación;** Se supone que comprar cien manzanas juntas es más barato que comprar una sola. Pero si seguimos necesitando manzanas en grandes cantidades llegará un momento en que la estructura productiva no será suficiente y habrá que acometer nuevas inversiones lo que puede terminar por encarecer el producto.

**Alteración de los precios en función de la evolución del mercado;** Las cadenas de coste y las necesidades de financiación de todas las empresas hacen que los precios de cada producto varíen, lo que puede hacer que si no variamos el nuestro, quedemos desplazados de nuestra posición en el mercado.

**Repercusión en la situación general del mercado;**

Las empresas en su conjunto son las que crean las condiciones del mercado, de manera que todas repercuten en el total.

**Criterios de contrato;** Un contrato es el acuerdo entre varias personas y las garantías sobre que ese acuerdo se cumplirá, si no se entiende esto en su conjunto o no es estable, no sirve para nada.

**Valor añadido por cliente;** Cada cliente que se añade a una empresa genera un valor añadido para la misma, por tanto a más clientes más valor, esto es así siempre que el nuevo cliente no genere unos costes añadidos que sean mayores que el ingreso que aporta.

**Coste marginal;** Es el precio que hay que pagar por fabricar una unidad más, cuando ya están cubiertos los costes fijos.

**Valor decreciente;** Al fabricar más y más elementos el coste unitario va siendo menor.

**Relación con asignación de valor al trabajo comercial;**

Si nos movemos en un entorno en el que las cosas primero se venden, luego se crean y luego se fabrican y se distribuyen, nos damos cuenta de que el saber vender, en especial algo que no existe es la clave que da valor al resto del sistema productivo, tiene que tener por tanto su valor y su precio.

**Descenso del margen al madurar el negocio;** Un negocio que se inicia con poca inversión y grandes beneficios tenderá a ver reducido su margen comercial cuando el resto de los competidores se ponga a trabajar en el mismo servicio, y eso hace que la mayoría de los negocios no lo sea tanto pasado un tiempo.

## KNOW HOW

### **La actividad eficaz como manera del conocimiento;**

Hacer algo es una cosa, y hacerlo bien y rápido es otra, en el primer caso tenemos eficacia. En este segundo caso tenemos eficiencia

### **El análisis de la actividad como instrumento de la eficiencia;**

La manera más económica de obtener la eficiencia es analizar un proceso racional y logicamente, de ahí sale la optimización. Dicha optimización tiene una consecuencia económica fundamental, aplicada a escala convierte la manera simplemente eficaz primero en no rentable y luego en inviable económicamente.

**Coste de oportunidad;** Para obtener un beneficio normalmente necesitamos invertir un esfuerzo, por aprovechar cada oportunidad hay que pagar un precio.

**La cadena de valor;** Es el conjunto de las actuaciones que producen un resultado económico y se puede analizar paso por paso, de manera que cuando el análisis va mejorando unas , se produce automáticamente la falta de rentabilidad de las otras y a largo plazo su falta de viabilidad.

**El análisis de mercado;** Supone comparar las diferentes cadenas de valor presentes y sus resultados conjuntos, normalmente se usa para crear nuevas cadenas de valor más eficientes, pero también puede usarse para predecir cuales triunfarán y cuales desaparecerán.

**Cuota de mercado;** Dentro de un sector del mercado hay varias marcas y cada una tiene un porcentaje del mercado total, a nivel de análisis personal , cada una de las personas posee una cuota de mercado, desde el pobre total que no posee nada, hasta el trabajador que posee su trabajo y el rico que posee empresas cuyas marcas dominan un sector.

**la teoría de a segmentación;** En cada mercado hay unos clientes que compran unos determinados productos a unos determinados precios, conocer la capacidad de compra disponible por la clientela de nuestro producto nos permite prever su comportamiento y provocarlo haciendo proyectos a su medida.

**Incoterms;**Definiciones internacionales de la contratación.

**Masa crítica;** Es el total de actividad necesaria para que un proyecto salga adelante y sea viable y o rentable.

**Inercia;** Es el comportamiento reiterado de los consumidores que genera un habito en el que están instalados y tiene por tanto consecuencias económicas permanentes.

**Flujos del mercado;** Es el total de dinero que se mueve en el mercado en unas direcciones u otras, y por tanto el total de mercancías que corresponden a ese dinero, es decir el conjunto de actividad productiva dotado de un cierto orden, lo que genera finalmente una situación económica de todos los interesados.

**Costes de adquisición del conocimiento, investigación y desarrollo;** Aprender a hacer algo tiene un precio, pero aprender a hacerlo mejor tiene otro que es superior,

sin embargo cuando se trata de hacer algo muchas veces pagar el precio inferior y hacerlo menos bien es totalmente antieconómico.

**La patente;** Consiste en un derecho del gobierno a prohibir a todos los ciudadanos menos a uno a usar un procedimiento de actuación para producir bienes. Normalmente termina por suponer un abuso ya que se limita el derecho de muchas personas que no tienen acceso a dicho bien.

**Asesoramiento;** Es la puesta en circulación económica del resultado de haber pagado los costes de adquisición del conocimiento la investigación y el desarrollo, poniendolo al servicio de otros, normalmente facilitando un coste de aprendizaje inferior al que tendría para el usuario de manera individual e independiente.

**La formación del personal, formación continua;** Para poder aprovechar la capacidad productiva de una persona hay que formarla, y para mantener esta capacidad actualizada hay que hacerlo de manera continua, la falta de inversiones en este sentido produce falta de adecuación de la persona al mercado y por tanto genera dependencia y paro.

**Retención de personal;** Una vez que tenemos que invertir en conseguir mantener formado al personal, se hace necesario invertir en que este no se marche de la empresa, lo que supondría tener que afrontar el coste de sustitución.

**El control de calidad;** Supone hacer las cosas siempre igual de bien ( o de mal) para que la imagen de marca del consumidor no se vea afectada.

**Velocidad del cambio;** Los fenómenos pueden tardar siglos, décadas o años, en suceder, hay que valorar en cada operación cual es la velocidad de la actuación propia y cual la de los cambios en las actuaciones ajenas.

**Comportamiento del consumidor;** Se dividen fundamentalmente en comportamientos conscientes e inconscientes, y ambos son determinantes.

**Adaptación y consecuencias;** Si se tienen en cuenta todos los posibles motivos de cambio en una relación empresarial se tendrá la convicción de que una falta de adecuación suficiente siempre termina con la falta de rentabilidad o la inviabilidad económica.

**Valor decreciente del coste marginal y asignación al precio del trabajo;** En las escuelas económicas que proponen dar al trabajo el precio equivalente a su utilidad marginal es decir pagar solo por lo que se produce, valorando lo que se produce como el importe del ultimo producto terminado, no se tiene en cuenta que el trabajo es necesario para todo el proceso productivo, y por lo tanto el trabajo debe estar pagado por su participación en todo el proceso y no solo por la aportación al coste marginal. Superando esa tendencia hay que tener en cuenta que solo se podrá vender aquello que se pueda comprar , por lo que pagar salarios por el valor del coste marginal supondrá no disponer de capacidad de compra para todo lo que se puede producir. Es decir hablando en palabras sencillas **genera pobreza.**

**Apalancamiento;** Para emprender una empresa es necesario tener ciertos elementos disponibles, no todos están al alcance de todo el mundo, pero si que está al alcance de la mayoría prepararse a pequeña escala o participar en alguna parte de la cadena productiva, esa es la manera de introducirse en el mundo empresarial y sirve para todo el mundo.

## IMPUESTOS Y OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

**Impuesto de actividades económicas;** Es un trámite que nos obliga a comunicarle a la administración que vamos a desarrollar una actividad, a partir de dicho trámite nacen para nosotros obligaciones tributarias con la administración, así que si es posible, y por tanto tiempo como sea posible hay que evitar este trámite.

**Personas físicas irpf y jurídicas IS;** Las personas físicas pagan entre un 18 y un 45 por ciento de sus ingresos. Las personas jurídicas pagan entre un 25 y un 35 por ciento, teniendo derecho además a amortizar sus inversiones. Eso genera una competencia económica desleal por parte de las sociedades contra los ciudadanos.

**Iva modulos o contabilidad;** El iva supone el 16 por ciento del total del precio añadido al producto en nuestro proceso productivo, es posible pagarlo según la contabilidad real, o en algunos casos hacer un pago calculado según el local, maquinas y empleados que utilicemos para el mismo. Al incluir el pago sobre la seguridad social es un impuesto sobre un impuesto, algo que es ilegal.

**Seguridad social;** Es un impuesto que hay que pagar por trabajar, y por tener personas trabajando a su cargo, provoca que sea caro contratar a la gente y por tanto provoca paro, ya que el despido o la no contratación es más barato que pagar el impuesto por trabajar.

**Documentación sobre los trabajadores contratos seguridad social, libros de registro;** La gestión del cobro de los impuestos esta atribuida a las empresas que se obligan a una carga administrativa bastante cara de mantener, pero que no genera seguridad jurídica suficiente. Algo que es cosa del estado se pasa a las empresas que se ven en más dificultades cuanto más gente tengan trabajando.

**Normativa sobre locales de trabajo;** Forma parte de las obligaciones de la empresa evidentemente, pero hasta que punto es posible condicionar al cumplimiento de algo para lo que no hay medios???

Este documento sirve para valorar como se le mete mano a un mercado para obtener beneficios.

ESQUEMA PARA LA FORMULACIÓN DE PRESUPUESTOS A PRESENTAR A LOS CLIENTES.( dentro de una campaña comercial para difundir un producto o servicio)

**-Cada presupuesto para los clientes tiene un coste de presentación.**

Es propiamente el coste de gestión comercial, localizar al cliente, visitarle, obtener con el una entrevista y conseguir que encargue el producto.

No se trata de conseguir un cliente para un producto, sino de llegar al mercado con una oferta y colocarse en posición de lider.

Yo puedo asumirlo si se me proporciona un modelo claro de precios en función de las

características del producto que tenga en cuenta todas las posibles cuestiones que influyan en el precio, de modo que la realización me resulte sencilla e inequívoca, y la empresa se compromete a hacerse cargo de la responsabilidad del cumplimiento de las ofertas.

La otra opción es que yo me encargue de facilitar los datos de interés y la empresa se encargue de calcular los presupuestos y a hacerse cargo de la responsabilidad del cumplimiento de las ofertas. La empresa deberá transmitirme cuales son los criterios de atribución de los gastos realizados para la obtención de estos presupuestos.

La última opción es que la empresa misma se encargue de la toma de datos y elaboración del presupuesto y la responsabilidad del cumplimiento de la oferta. La empresa deberá transmitirme cuales son los criterios de atribución de los gastos realizados para la obtención de estos presupuestos.

**-En cada servicio se realizará un esquema de tendencias en relación con la competitividad...**

Siempre falla falla mucho falla poco nunca falla.

La empresa se hace o no responsable de las consecuencias.

Si se hace bien este análisis, debe servir para prever el comportamiento final del consumidor, puesto que al final la gente solo apoya aquello que funciona, independientemente del precio que tenga que pagar por el.

**-Responsabilidades y garantías.**

La empresa debe indicarme quien asume en cada momento las responsabilidades que procedan de cada uno de los contratos y quien se hace cargo del pago de los impuestos.

**-Lineas generales de los servicios complementarios.**

Cuando un servicio se base en una prestación conjunta con otros prestadores, la empresa debe aclarar las condiciones de los contratos con todos ellos. y quien se hace responsable de las consecuencias de posibles incumplimientos.

**- Se actualizará el análisis esquemático funcional y orgánico de los elementos que contribuyen a la productividad.**

es decir se valorará desde el punto de vista de las estructuras de la empresa cuales de estas empresas son más competitivas y que pasará con el tiempo en la evolución de ese mercado, cuando hayamos hecho nuestra oferta, o mejor dicho que oferta es la que hay que hacer para que en el mercado pase lo que nosotros queremos.

**-Análisis del mercado local. Comparativa.**

Para cada uno de los productos se elaborará un esquema resumen de la situación de la competencia en el mercado local de modo que se especifiquen ; características competitivas, precios , y volúmenes de venta de cada prestador, además de una estadística evolutiva y una previsión.

-el análisis del mercado local se especializará para ver como afecta subjetivamente a cada uno de los que intervienen en él.

-análisis de la cadena de costes propios y la posibilidad de subcontratación.

Se comprobará la coherencia de la estructura de costes propios a través de una

comparativa con los análisis sobre otros intervinientes. Así como la procedencia de la subcontratación de servicios.

**-Coordinación de operaciones.**

Para cada operación habrá una persona responsable que tendrá formación y retribución especializada.

-la oferta de servicios de contabilidad y administración incluirá fórmulas de gestión compartida de gastos comunes. Los interesados podrán renegociar sus cuotas económicas y de responsabilidad.

En este documento han podido ustedes observar dos ideas originales, el trasplante de empresas y la formación básica económica, si les han interesado, me encantaría que me concediesen una entrevista, de seguro que de la misma sacaremos alguna idea productiva más.

Un saludo.

José Guillermo Chacón Montes.

Todas estas ideas son mías, y tu puedes aprovechar parte de ellas, solo por ponerte en contacto conmigo. Ya que yo te asesoraré en como volver a ponerlas en marcha y/ o adaptarlas a tus propias necesidades, con el curso como ABRIR EMPRESA; Yo te enseñaré algunas cosas positivas para que tu mismo crees tu propio plan de negocio y disfrutaremos de una experiencia que podemos compartir por un coste mínimo de 100 euros, que puedes pagarme incluso en acciones de tu proyecto empresarial.

Cada uno de estos títulos se corresponde con un proyecto por escrito mucho más amplio, que podemos usar para desarrollar juntos nuevas ideas de negocio.

- 1.Las fiestas de fin de año.Kolumna, Multifiesta, Azul y Hammelin.
- 2.La discoteca bobtail.
- 3.El bar Queda bien.
- 4.Equipos de salvamento profesional ( socorristas monitores de natación y mantenimiento de piscinas)
- 5.Proyecto para la escuela de socorristas.
- 6.Proyecto para asesoría jurídica con precios fijos por productos.( antes del nacimiento de legalitas)
- 7.Empresa de servicios a las comunidades como asesor de fincas.
- 8.[WWW.disemdi.com](http://WWW.disemdi.com) Periodico digital gratuito que paga por tus visitas.
- 9.Proyecto de venta por subasta de servicios energéticos por página web.
- 10.Proyecto de feria comercial del automovil de segunda mano.
- 11.Proyecto de Banco de coches, compartir tu coche para pagar su deuda.
- 12.Proyecto de Inmobiliaria por cuotas.
- 13.Proyecto sobre Banco o depósito de hidrocarburos.
- 14.Proyecto de Copia de tus zapatos a medida.
- 15.Proyecto de frutas de temporada; comercializadora de productos agrícolas con

mercado de futuros.

16. Proyecto de club de solteros.

17. Proyecto de subcontrata para piscina municipal cubierta.

18. Proyecto de buscador de precios para actuaciones de artistas en tu ciudad.

19. Proyecto de intermediador de franquicias y traspasos.

20. Empresa fourdanceweekend, escuela de baile.

21. Proyecto El tío de internet.com

22. Proyecto european boutique

23. Proyecto la nueva profesión de navegador.

24. Proyecto restaurantes españoles de carretera.

25. Proyecto servicio de conductores sustitutos.

26. Proyecto de pantallas gigantes para diseño.

27. Proyecto de peluquería rápida, Orient Express.

28. Proyecto club de los buenos pagadores.

29. Proyecto de elecciones globales a través de internet.

30. Proyecto de trasplante de empresas.

31. Proyecto de sello de productos locales.

32. Proyecto de actualizador patrimonial en directo.

33. Proyecto de Ciudadanía para todos.