

# Resumen (UD 6 apartado 2) - Unidad 2

## Unidad 6 (apartado 2)

### 2. Tramites para la constitucion de una empresa

Hay que diferenciar si se trata de una empresa **individual** o de una **sociedad**.

Tipo	Tramites a realizar
Empresario individual	Solo realiza los tramites generales para todas las empresas.
Sociedad	Primero tiene que construir la sociedad y registrarla. En segundo lugar, realizara los tramites generales para todas las empresas

#### A) Tramites para construir una sociedad (SL, SA)

Tramites de empresas SL o SA por ser las mas frecuentes:

##### Certificacion negativa del nombre

- Buscar un **nombre que no exista**.
- Solicitar **certificacion negativa** de denominacion social en el registro mercantil social.
- Presentar hasta **5 nombres distintos**. (*Tarda entre 5 a 10 dias en responder*).

##### Apertura de la cuenta bancaria

- En **SL** necesitan **3.000 euros** y en **SA 60.000**, esto hay que **justificarlo** que lo han entregado como capital a la empresa y en **SA al menos el 25%**.
- **Abrir** cuenta bancaria y **obtener certificado** como que existe y dispone de ese dinero.

##### Estatutos de sociedad

- Parte de la escritura donde **se establecen las normas** de funcionamiento de la sociedad (*Datos como el objeto social, domicilio, capital, como se divide el capital, etc*).
- Existen **modelos de estatutos** por lo que los socios deben tener en cuenta que se incluyen aquellas **clausulas especificas** para su tipo de empresa.

##### La escritura publica ante notario

- Con toda la documentacion anterior **acudir a un notario** para que **constituya la sociedad** y **redacte la escritura**.
- Constara ademas de los estatutos, el **nombre, aportacion y participacion** de cada socio, **administrador /es**, y **pactos** entre socios que sean **legales**.

##### Pago del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos juridicos documentados

- **Impuesto** que se paga al **construir** la sociedad en la consejería de economía.
- Cuando los socios entregan el capital a la empresa, esta es la **transmisión de su patrimonio personal a la empresa**.
- El % actual de este impuesto es del **1,20%** del valor del capital social (*Esta exento de su pago de forma temporal*).

### Solicitud del CIF

- Código de identificación fiscal.
- Se solicita en **hacienda** a través del **modelo 036 o 037** (*A través de esta solicitud se puede realizar la declaración censal mas adelante*).
- Primero dan un CIF **provisional** para comenzar, a la espera de la tarjeta con el CIF **definitivo** al domicilio (*Puede tardar 1 mes*).

### Registro mercantil de la provincia

- Por ultimo se **registra el nacimiento de la sociedad** en el registro mercantil de la provincia.
- El registro mercantil pondra en la ultima pagina de la escritura el **tomo, folio y hoja** donde se encuentra registrada la sociedad. Esto debe aparecer en toda la documentacion de la empresa.

## B) Tramites generales para todas las empresas

### Hacienda

#### Alta de I.A.E

- Impuesto de **actividades economicas**, se tramita en la delegacion de hacienda **junto** con la **petición del CIF** en el caso de sociedad. (*Solo se paga si se factura mas de 1.000.000 de euros*).
- Para **empresarios individuales** el alta en el I.A.E es un documento que **justifica** que puede ejercer una actividad empresarial.

#### Declaración censal

- Trámite en **hacienda** para darse de **alta** en unos **impuestos concretos**.
- Para empresarios **individuales** tendrá que darse de alta en el **IRPF**, para **sociedades** será en el **impuesto de sociedades**, además se dará de alta también del **IVA** (*según actividad*).

### Ayuntamiento

#### Licencia de actividad

- Licencia municipal para que un **local, nave u oficina** pueda ejercer una **actividad comercial, industrial o de servicios**.
- Existen 3 tipos:
  - Comunicación previa para **obras de pequeña entidad**.
  - Declaración responsable: el **titular** manifiesta que **cumple con los requisitos urbanísticos**.
  - Licencia de **funcionamiento para actividades calificadas** (*Molestas, insalubres, nocivas y/o peligrosas*).

- **Pago** de un **proyecto tecnico visado** por arquitectos o ingenieros y las tasas municipales.

### Licencia de obras

- Para **modificar el local** debera adjuntarse el **presupuesto de las obras y planos del local**, asi como el **visado** en caso de hacer obras que afecten la **estructura** del local.

## Seguridad Social

### Inscripcion de la empresa en la seguridad social

- Toda empresa que **realice contrataciones** de trabajadores debera **inscribirse** en esta, para pagar la **cuota de la empresa** asi como la **seguridad social** de los trabajadores.

### Alta en el regimen de autonomos

- Tanto **empresarios individuales** como *administradores de SL/SA* y **profesionales** deben estar dados de alta en el **regimen de autonomos**.

### Alta en el regimen general

- **Todos** los trabajadores contratados deben **darse de alta** en la **seguridad social** antes del inicio de su actividad, sino en asi habra que **afiliar** al trabajador.

### Comunicacion de apertura

- Es **obligatorio** comunicar la **apertura** de la empresa a la **consejeria de empleo o trabajo** de su comunidad autonoma.

## Registro mercantil

### Registro mercantil

Se registraran los libros obligatorios que son:

- Libro de **actas** donde constan los acuerdos de las juntas de socio.
- Libro de **registro de socios** en la SL.
- Libro de **registro de acciones nominativas** en las SA.
- Documentacion contable: **Libro diario, inventarios y cuentas anuales**.

## Unidad 2

### 1. El mercado

El mercado tiene varios significados:

- Es el lugar donde acudimos a comprar un producto.
- Son los consumidores que nos compran un producto o que nos pueden llegar a comprar en el futuro.

En definitiva podemos entenderlo como los **consumidores reales y potenciales** de un **producto**.

## A) Tamaño, cuota y estructura del mercado

Tamaño de mercado:

- Es la **cantidad total vendida** de un producto en un **sitio** (*geografico*) concreto y durante un **tiempo** concreto.

Cuotas de mercado:

- **Cantidad de ventas** de un producto **por una empresa** respecto al total de ventas.

***Cuota = ventas empresa / ventas del sector***

Agentes que intervienen en la estructura de un mercado:

### Fabricantes de bienes y empresas de servicios

- No es lo mismo un mercado donde **solo hay una empresa** ejerciendo de **monopolio**, que uno en el que hay **varias empresas** con el **mismo producto**.

### Intermediarios o canal de distribucion

- **Cadena de intermediarios:** fabricante-mayorista-minorista-consumidor.
- **Venta directa:** fabricante-consumidor.

### Prescriptores

- Son aquellos que **influyen en la decision de comprar** el producto, no vende ni fabrica, solo **influye en que se compre**.

### Consumidores

- Es el **demandante del producto**.

## B) Equilibrio de mercado

Un mercado esta en equilibrio cuando la **oferta es igual a la demanda**. Si el precio es **demasiado barato**, habra **mas demanda que oferta**. Si el precio es **demasiado caro** habra **mas oferta que demanda**.

## 2. Tipos de mercado

### Monopolio

- Solo **existe una empresa**, de modo que **todos tienen que comprarle a esta**.
- La empresa que actua en **monopolio** establece **las condiciones que cree oportuna**.

### Oligopolio

- Hay **pocas empresas** que ofrezcan ese bien en el mercado.
- Suele pasar en sectores que requieren **grandes cantidades de inversion** y no pueden entrar pequeñas empresas.

- **Oligopolio con pacto:** Las empresas **pactan precios y condiciones** en lugar de competir (*gasolineras*).
- **Oligopolio sin pacto:** Las empresas **compiten con precios y ofertas** entre ellas (*Telefonia movil*).

### Competencia perfecta

- **Muchas empresas** que ofrecen el **mismo producto**.
- La **agricultura y alimentos basicos** vienen bajo este modelo y el **precio viene dado por el mercado**.
- Los **consumidores** valoran mas aspectos **a parte del precio: atencion al cliente, cercania de la tienda...**

### Competencia monopolistica

- **Muchas empresas que ofrecen el producto**, pero buscan **distinguir su producto** de los demas por la **calidad y marca**.
- Al ser percibido como **producto unico**, la empresa tiene mas **margen** para **subir el precio**.

## 3. La segmentacion del mercado

Para que nuestro proyecto **sea viable**, hemos de **especializarnos** y **centrarnos** en algunos **clientes** y **productos**. Lo que nos va a permitir realizar lo anterior es la **segmentacion del mercado**.

Segmentar el mercado:

- Significa **dividir el mercado** de clientes **en grupos o tipos de clientes** que tienen **algo en comun**.
- Cada **segmento** es cada **grupo que comparten características**.

### A) Como segmentar el mercado

Tenemos que pensar que clientes van a **necesitar/comprar** el producto. Son los que ya **nos compra** el producto o **potenciales clientes**.

#### Algunos criterios para segmentar un mercado de clientes

Geograficos	Provincia, localidad, zona, paises, etc.
Demograficos	Sexo, edad, estado civil, nacionalidad, etc.
Economicos	Renta alta, media, baja, o renta media-baja, etc.
Profesion	Los que tengan una determinada profesion o no la tengan.
Psicologicos	Rasgos de personalidad: Va a la moda, es tradicional, innovador, etc.
Gustos	Para cada producto hay unos gustos de consumo distintos.
Empresa	No es empresa, es un autonomo, empresa pequeña, grande, etc.

## 4. Estudio del mercado: los clientes

Hay que realizar un estudio de mercado para no fracasar, hay que **conocer** como son los **clientes**, la **competencia**, **productos sustitutivos**, **proveedores**, etc.

Estudio de mercado:

- Cliente objetivo.
- Competencia.
- Proveedores.
- Productos sustitutivos.

## A) Analisis de nuestro cliente objetivo o "target"

¿Que necesito saber de mis clientes objetivos?

- Datos **basicos**
  - Sexo, edad, estado civil, nacionalidad, lugar donde vive, etc.
- Datos **economicos**
  - Nivel de renta, precio que esta dispuesto a pagar, etc.
- **Gustos y preferencias**
  - ¿Que le gusta del producto?, ¿Como preferiria que fuese el producto?
- **Habitos de compras**
  - ¿**Quien compra**? A veces el comprador no es el mismo que el consumidor (*regalos*)
  - ¿**Donde compra**? En que tipo de tiendas suele comprar.
  - ¿**Cuando lo compra**? Todos los días, una vez a la semana, mes, etc.
  - ¿**Cuanto compra**? Grandes cantidades de una vez o muchas veces en pocas cantidades.
- **¿Por que lo compra**
  - Por el precio.
  - Por la seguridad que le da la marca.
  - Por habitos.
  - Por experiencias anteriores.
  - Por seguir modas.
  - Por imitar a otras personas.
  - Porque les gusta cambiar e innovar.
  - Porque lo compro de forma impulsiva sin pensarlo.
  - Por sus valores y convicciones personales.