

Empresa e iniciativa emprendedora

José Manuel Salinas Sánchez

Javier Gándara Martínez

Araceli Alonso Sánchez



Empresa e iniciativa empreendedora

José Manuel Salinas Sánchez
Javier Gándara Martínez
Araceli Alonso Sánchez

Revisión técnica
Unai Diago Santamaría



MADRID - BARCELONA - BOGOTÁ - BUENOS AIRES - CARACAS - GUATEMALA - MÉXICO
NUEVA YORK - PANAMÁ - SAN JUAN - SANTIAGO - SÃO PAULO
AUCKLAND - HAMBURGO - LONDRES - MILÁN - MONTREAL - NUEVA DELHI - PARÍS
SAN FRANCISCO - SIDNEY - SINGAPUR - ST. LOUIS - TOKIO - TORONTO

Empresa e iniciativa emprendedora • Ciclo Formativo

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.
Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Derechos reservados © 2013, respecto a la primera edición en español, por:

McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
Edificio Valrealty, 1.^a planta
Basauri, 17
28023 Aravaca (Madrid)

ISBN: 978-84-481-8540-4

Obra original: **Empresa e iniciativa emprendedora** © 2012,
respecto a la segunda edición en español, por McGraw-Hill Interamericana de España, S.L.

ISBN edición original: 978-84-481-8018-8

Editor del proyecto: Pablo Regueiro

Equipo editorial: Aurora Aguilella Asensi

Diseño de cubierta: reprotel.com

Diseño interior: dfrente.es

Ilustraciones: Rubén Jiménez | www.elrubencio.com

Composición: dfrente.es

Presentación

Empresa e iniciativa emprendedora. El título del manual ya avanza su propósito: **facilitar a los emprendedores** un esquema claro y unas pautas que les **permitan la inserción** en el mundo laboral, mediante el **autoempleo**, a través de la **creación de un negocio** propio.

La estructura y los contenidos se plantean para responder a cuestiones como: qué capacidades debe tener un emprendedor; qué debo tener en cuenta ante una idea de negocio; cuánto me costará; con quién debo contar; en qué debo basar mi decisión; qué tipo de empresa quiero; qué trámites debo seguir; qué obligaciones tengo; qué documentos deberé utilizar.

El libro está orientado al alumnado de los Ciclos Formativos, pero también a cualquier persona que quiera crear su propio negocio, bien como vocación, bien como medio de autoempleo.

La didáctica está enfocada a la **práctica** y a la **realidad actual** y sigue el orden cronológico de la creación de una empresa. Además, se trata de un libro adecuado a los objetivos y resultados de aprendizaje establecidos por el **currículo del nuevo módulo profesional «Empresa e iniciativa emprendedora»**, incluido en todos los títulos de la nueva Formación Profesional.

Cada unidad didáctica, además de una exposición de contenidos bien organizada y actualizada, cuenta con un lenguaje adecuado, claro y de redacción sencilla, e incluye diversos elementos didácticos que facilitarán tu aprendizaje, como son: los ejemplos y los casos prácticos, los textos de apoyo, las actividades y las direcciones de páginas web, así como el Centro de Enseñanza Online (CEO), donde se amplía la información y se da solución a las actividades planteadas. El libro acaba con tres supuestos de simulación en los que se aplican los contenidos trabajados anteriormente y que suponen la elaboración completa, detallada y adecuada a la realidad de un **plan de empresa**, de forma que pueda servirte de orientación cuando comiences a elaborar el tuyo.

Consideramos que estos supuestos de simulación finales, junto con los innumerables ejemplos y casos prácticos que ilustran los diferentes conceptos a lo largo de las unidades, constituyen el elemento diferenciador de este libro.

Proponemos dos itinerarios de estudio posibles. El primero, que es el modelo clásico, sigue el orden de las diferentes unidades hasta acabar con los supuestos de simulación. El segundo combina la lectura y el trabajo de cada unidad con la aplicación práctica.

Esperamos que el estudiante encuentre en este manual un instrumento útil y adecuado, como libro de texto práctico y ameno, y como guía para el autoempleo, forma de ocupación que tiene un interés creciente en nuestros días.

Índice

Quiero crear mi propia empresa

1	1. El trabajo por cuenta propia. Introducción	8
	2. Qué significa ser empresario.....	11
	3. La idea: creatividad e innovación	14
	Síntesis	22
	Test de repaso	23
	Comprueba tu aprendizaje	24
	Plan de empresa	26

Qué debo saber del entorno de mi empresa

2	1. La empresa y su entorno. Introducción.....	28
	2. Funciones básicas de la empresa.....	28
	3. La empresa como sistema	29
	4. Estructura organizativa de la empresa. Organigrama.....	30
	5. El entorno de la empresa.....	32
	6. Análisis de las relaciones de una pyme con el entorno. Análisis DAFO.....	37
	7. Cultura empresarial e imagen corporativa	39
	8. Responsabilidad social de la empresa. El balance social.....	40
	9. La ética empresarial.....	43
	Síntesis	44
	Test de repaso	45
	Comprueba tu aprendizaje	46
	Plan de empresa	48

El estudio de mercado

3	1. El estudio del mercado	50
	2. El mercado	51
	3. Nuestros clientes.....	54
	4. La competencia	55
	5. Fuentes de información.....	56
	6. Marketing estratégico y <i>marketing mix</i>	57
	7. Producto	58
	8. Precio.....	62
	9. Promoción	63
	10. Distribución	65
	Síntesis	66
	Test de repaso	67
	Comprueba tu aprendizaje	68
	Plan de empresa	70

Cuánto cuesta mi idea y con qué recursos cuento

4	1. El plan de inversiones y gastos: ¿cuánto dinero necesito para montar mi empresa?.....	72
	2. El plan de financiación: ¿de dónde voy a obtener el dinero?	74
	3. Subvenciones	79
	4. Fuentes de financiación para el día a día	80
	Síntesis	84
	Test de repaso	85
	Comprueba tu aprendizaje	86
	Plan de empresa	88

¿Será rentable mi futuro negocio?

5	1. El plan financiero.....	90
	2. El plan de tesorería.....	90
	3. La cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias	94
	4. Nociones básicas sobre el balance.....	99
	5. El balance final previsional	102
	6. Punto muerto o umbral de rentabilidad	108

Síntesis	110	
Test de repaso	111	
Comprueba tu aprendizaje	112	
Plan de empresa.....	114	
Qué tipo de empresa me interesa		
6	1. Criterios para elegir la forma jurídica.....	116
	2. El empresario individual	121
	3. La Sociedad de Responsabilidad Limitada	123
	4. La Sociedad Anónima	126
	5. Las Sociedades Laborales	128
	6. Las Sociedades Cooperativas.....	130
	7. Las Comunidades de Bienes y las Sociedades Civiles.....	133
	8. La franquicia	134
	9. ¿Qué forma jurídica es conveniente para mi empresa?.....	136
	Síntesis	138
	Test de repaso	139
	Comprueba tu aprendizaje	140
	Plan de empresa.....	142
Empezamos con los trámites		
7	1. Introducción	144
	2. Trámites para la constitución de una empresa	145
	3. Trámites de puesta en marcha	150
	4. Clasificación de los trámites en virtud del lugar en el que se realizan.....	156
	5. La Ventanilla Única Empresarial.....	157
	6. Proceso telemático para la creación de una empresa.....	158
	Síntesis	160
	Test de repaso	161
	Comprueba tu aprendizaje	162
	Plan de empresa.....	164
Qué impuestos tengo que pagar		
8	1. Impuestos que deben pagar los distintos tipos de empresas	166
	2. Obligaciones fiscales y calendario fiscal	166
	3. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).....	170
	4. El Impuesto de Sociedades	174
	5. El Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	175
	6. El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).....	177
	Síntesis	182
	Test de repaso	183
	Comprueba tu aprendizaje	184
	Plan de empresa.....	186
Qué documentos tengo que utilizar		
9	1. Los procesos administrativos en la empresa.....	188
	2. Documentos relacionados con la compraventa	188
	3. Documentos relacionados con el pago y el cobro.....	196
	4. El pagaré	207
	Síntesis	208
	Test de repaso	209
	Comprueba tu aprendizaje	210
	Plan de empresa.....	212
Plan de empresa: tres supuestos prácticos		
10	1. Instalaciones Eléctricas MiguelES	214
	2. Vendemás.com	223
	3. Autos Marsán SL	232

Unidad

Quiero crear mi propia empresa



Y estudiaremos:

- Los requisitos que debe tener un empresario.
- Los factores clave en la iniciativa emprendedora.
- La relación entre innovación y desarrollo económico.
Tipos de innovación.
- Cómo actúa un emprendedor: como empleado de una empresa y como empresario.
- La idea de negocio.

En esta unidad aprenderemos a:

- Valorar la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Analizar el concepto de empresario, sus requisitos, aptitudes y actitudes.
- Identificar los factores que contribuyen al éxito en la actividad empresarial.
- Analizar el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario.
- Definir el riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- Identificar el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento de bienestar en los individuos.
- Valorar la capacidad de iniciativa de una persona empleada en una pyme.
- Describir la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.
- Definir una idea de negocio como punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.

1. El trabajo por cuenta propia. Introducción

A

Vocabulario

Autoempleo. Actividad profesional o empresarial generada por una persona que la ejerce de forma directa.

Tejido empresarial. Conjunto de empresas que integran el sistema productivo de un país o de una zona concreta.

En esta primera unidad vamos a valorar la importancia de la **iniciativa emprendedora** como factor clave en la creación de empleo, en la mejora de la competitividad y en el crecimiento económico. Vamos a conocer el significado de ser **empresario**, las cualidades personales que debe tener una persona emprendedora y las capacidades que ha de conseguir para desempeñar con éxito la actividad empresarial.

Analizaremos la importancia de la **creatividad** y la **innovación** ante la generación de ideas de negocio y su relación con el desarrollo económico.

Aprenderemos a **analizar una idea de negocio** y a **evaluar su idoneidad** como base de un proyecto empresarial.

1.1. La cultura emprendedora

A raíz de los **profundos cambios sociales y económicos** que se están produciendo en nuestra sociedad, la creación de empresas se consolida como uno de los principales motores de la generación de empleo.

Las relaciones de trabajo tradicionales están sufriendo una gran transformación debido al **elevado desempleo** en ciertos sectores y al **descenso del empleo público**; además, cada vez es más frecuente el recurso de la **subcontratación** en todas las grandes empresas. Todo ello nos lleva a que la promoción de las **iniciativas empresariales**, entre ellas el autoempleo, se considere un factor clave del crecimiento económico.

El **autoempleo** es una vía de incorporación al mercado laboral y contribuye a la mejora de la economía general.

Esto es debido a que la creación de una empresa propia no repercute únicamente en los propios emprendedores que crean su empleo, sino que además influye en la generación del **tejido empresarial**, en la **economía** (generando beneficios, pagando impuestos, cotizando a la Seguridad Social) y en la creación de **nuevos puestos de trabajo**.

Para que esto se produzca se ha de promover en la sociedad la iniciativa empresarial, la **cultura emprendedora**, fomentando:

- La promoción del desarrollo de las **cualidades personales** relacionadas con el espíritu empresarial, tales como la creatividad, la asunción de riesgos y la responsabilidad.
- La **sensibilización** de las personas en cuanto al trabajo por cuenta propia como opción profesional: además de empleado, se puede ser empresario.
- La **formación o cualificación empresarial** necesarias para poner en marcha una nueva empresa.



Fig. 1.1. Una opción distinta al trabajo por cuenta ajena es el autoempleo.

Podemos definir la **cultura emprendedora** como un conjunto de cualidades, habilidades y conocimientos necesarios que poseen los individuos para poder gestionar su propio proyecto o itinerario profesional, o crear su propio negocio como otra opción (no como última salida) frente al trabajo por cuenta ajena.

El espíritu emprendedor o **iniciativa emprendedora** no se debe considerar únicamente como un medio para crear una empresa, sino como una actitud general que puede ser de utilidad en la vida cotidiana o en el desarrollo de cualquier actividad profesional.

La cultura emprendedora está estrechamente ligada a la iniciativa y a la acción. Las personas dotadas de espíritu emprendedor poseen la capacidad de innovar, tienen voluntad de probar cosas nuevas o de hacerlas de manera diferente. Estas capacidades se pueden desarrollar tanto en los empresarios como en los trabajadores de las empresas.

Hay personas que nacen con estas **capacidades emprendedoras**; todos tenemos algún conocido que siempre tiene la ocurrencia oportuna en el momento concreto, que es el que más arriesga ante cualquier situación, que tiene capacidad para mediar en cualquier conflicto, etcétera.

Pero también debemos considerar que una **actitud empresarial** se puede **fomentar y formar**:

- Se puede fomentar la **aptitud para resolver problemas**, lo que supone mejorar la capacidad de planificación, toma de decisiones y comunicación; así como la voluntad de asumir responsabilidades, es decir, los aspectos típicos de las competencias de **gestión empresarial**.
- Es posible fomentar las características propias de las **competencias sociales**: cooperar, trabajar en equipo, asumir nuevos papeles, etcétera.
- Es factible fomentar distintos **aspectos de las competencias personales**, como desarrollar la confianza en uno mismo y la motivación por actuar, aprender a pensar de un modo crítico e independiente y, en particular, adquirir la voluntad y la capacidad de aprender de forma autónoma.
- Se puede adquirir el afán de creatividad e iniciativa personal, así como prepararse para asumir riesgos al llevar a cabo las ideas propias, es decir, se pueden fomentar las **cualidades específicas del empresario**.

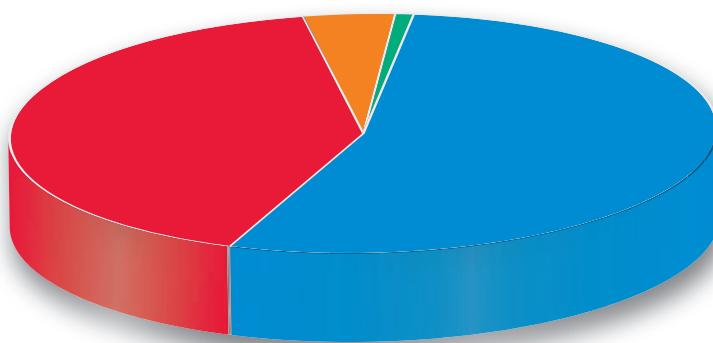
¿Sabías que...?

El **Libro verde** de la cultura emprendedora en Europa, de la Comisión Europea, trata sobre el espíritu empresarial en Europa, su importancia y las recomendaciones para su fomento.



Vocabulario

Competencias. Conjunto de conocimientos, destrezas, habilidades y actitudes.



- Sin asalariados: 1 772 355 empresas.
- Microempresas: 0-9 trabajadores, 1 352 363 empresas.
- Pequeñas empresas: 10-49 trabajadores, 136 843 empresas.
- Mediana y gran empresa: + 50 trabajadores, 25 813 empresas.



Actividades

1. Busca en la página del Directorio Central de Empresas del INE los datos de empresas por número de asalariados correspondientes a tu provincia y determina si su estructura se ajusta a la estructura empresarial española.

Fig. 1.2. Estructura empresarial española según el nº de trabajadores. Datos INE 2010 (Directorio Central de Empresas).



Caso práctico 1

Desde que finalizó su formación profesional como peluquera, Ana ha estado trabajando en un salón de peluquería y estética de su ciudad.

Durante este tiempo ha detectado que la población es suficiente para la implantación de otra peluquería. Ella siempre deseó tener su propio negocio, pero no sabe si podría ser una buena empresaria.

¿Qué debe analizar para decidir si se pone manos a la obra o no?

Solución

Debe valorar sus capacidades emprendedoras: creatividad; iniciativa personal; capacidad para asumir riesgos; capacidad de planificación, de tomar decisiones y de comunicación; voluntad de asumir responsabilidades; capacidad de trabajo en equipo; confianza en sí misma; pensamiento crítico e independiente, y voluntad y capacidad de aprender de forma autónoma.

Es posible que no posea estas cualidades, pero, como sabemos, las capacidades empresariales pueden adquirirse.



Fig. 1.3. Los trabajadores con visión empresarial son un factor decisivo para cualquier empresa.

● 1.2. La actuación de los trabajadores emprendedores en las empresas

Decíamos que la **iniciativa emprendedora** no se debe considerar únicamente como un medio para crear una empresa, sino como una **actitud general** que puede ser de utilidad en la vida cotidiana o en el **desarrollo de cualquier actividad profesional**.

Dentro de las empresas hay trabajadores con **visión empresarial**, que generan y aprovechan ideas innovadoras, y las desarrollan como oportunidades de negocio rentable, comprometiendo su tiempo y esfuerzo en investigar, crear y moldear esas ideas en negocios para su propio beneficio y para el crecimiento de la empresa en la que prestan sus servicios. Son un factor decisivo para cualquier empresa.

Esta actitud se ve recompensada con asignaciones económicas, reconocimiento personal (por ejemplo, premio a la innovación), ascensos, etcétera.

Es frecuente referirse a ellos como **intraemprendedores**, **intraempresarios** o **empresarios internos**.

Sus **características individuales** son:

- **Espíritu emprendedor.**
- **Capacidad creativa** e innovadora.
- **Necesidad de superación.**
- **Constancia** y dedicación en el desarrollo del proyecto de la empresa.
- **Capacidad de trabajo en equipo.**
- **Capacidad de liderazgo.**

● 2. Qué significa ser empresario

Un empresario es una persona capaz de **identificar una necesidad, reunir los recursos** precisos y **emprender una acción** para satisfacer la necesidad identificada.

Para emprender con éxito una actividad empresarial hay que partir de **tres requisitos** básicos:

Una **idea** válida

Un **capital** inicial

Unos **conocimientos** profesionales y de gestión

Además, el **empresario ha de reunir una serie de cualidades personales o actitudes** necesarias, o al menos muy convenientes, para iniciar una actividad empresarial. Entre otras, podemos destacar las siguientes:

- Capacidad para **asumir riesgos**.
- Facilidad para **tomar decisiones**.
- Capacidad para **asumir responsabilidades**.
- **Capacidad creativa e innovadora**.
- Capacidad de **organización y dirección**.
- Capacidad para **adaptarse a situaciones nuevas**.
- Capacidad de **observación y previsión**.
- **Habilidades sociales**.
- **Confianza en sí mismo**.
- **Perseverancia**.

En cuanto a las **aptitudes** de la persona emprendedora, cabe destacar la necesidad de partir de un **conocimiento profesional de la actividad** que va a desarrollar y del sector en el que piensa competir. Además de esto, el ejercicio de la actividad de empresario requiere unos **conocimientos sobre la organización y la gestión empresarial**.

A diferencia de las actitudes del empresario, que están necesariamente unidas a la persona emprendedora, la falta de aptitudes o de conocimientos puede suplirse o complementarse bien mediante la contratación de personas especializadas, la búsqueda de socios o la contratación de servicios externos.

De entre todas las características del empresario enumeradas, cabe destacar la **capacidad para asumir riesgos**, ya que este aspecto es consustancial a cualquier decisión empresarial, si bien los riesgos deben ser calculados.

Ser empresario significa **correr riesgos**, por lo que debe trabajar bajo la presión de la necesidad de asumirlos y comprender que siempre existe la posibilidad de un fracaso.

Existe riesgo cuando se tienen dos o más posibilidades entre las que se puede optar, sin conocer de antemano los resultados a que conducirá cada una. Todo riesgo encierra la posibilidad de ganar o de perder; cuanto mayor sea la posible pérdida, tanto mayor será el riesgo.

A

Vocabulario

Actitud. Tiene que ver con la forma de actuar de los individuos. Es una predisposición adquirida para conducirse de una manera determinada ante las situaciones que se presentan.

Aptitud. Es la capacidad de aprovechar toda enseñanza, capacitación o experiencia en un determinado ámbito de desempeño.

@

Web

www.emprendiendo.com



Herramienta que permite valorar objetivamente al emprendedor a partir de un test de personalidad empresarial en el que se valora la motivación, liderazgo, capacidad de asumir riesgos, creatividad e innovación, capacidad de planificación, adaptabilidad y flexibilidad, capacidad de trabajo y motivación e intereses.



Claves y consejos

Ventajas del empresario:

- Ser tu propio jefe.
- Crear empleo y riqueza.
- Obtener beneficio económico.
- La satisfacción por el trabajo bien hecho.
- La posibilidad de desarrollar libremente tus iniciativas.
- Obtener prestigio social y reconocimiento profesional.

Desventajas del empresario:

- Asumir riesgos económicos y personales.
- La dedicación de todo tu tiempo, incluso el de ocio.
- La obligación de hacer de todo.
- La necesidad de aprender continuamente.
- La responsabilidad de resolver todos los problemas.

Consecuencias de ser empresario

El empresario o directivo deberá tomar **decisiones de resultado incierto**, evaluando las posibilidades de ganancia en relación con las posibilidades de pérdida. Ahora bien, en la disposición a aceptar posibles pérdidas influye tanto la capacidad psicológica de asumirlas como la capacidad patrimonial para afrontarlas.

Por ejemplo: no es lo mismo perder 20 000 € para quien posee un patrimonio de un millón de euros, que para quien posee 50 000 €. Tampoco es lo mismo fracasar en un negocio cuando se poseen varias empresas, que perder el negocio en el que hemos invertido todo nuestro patrimonio y que concentra toda nuestra dedicación.

Por tanto, ser empresario comporta una serie de ventajas e inconvenientes que es preciso analizar antes de iniciar la tarea de emprender un negocio, ya que en los inicios va a necesitar de todo su esfuerzo personal para afrontar con éxito el reto.

Tendrá que sacrificar, sobre todo, tiempo, y habituarse a una dedicación casi absoluta. Habrá momentos de **gran tensión**, ya que se arriesga mucho. Además, el mundo empresarial se mueve en un entorno variable y difícil de prever.

Sin embargo, puede ser una experiencia gratificante que siempre resultará enriquecedora. Luchar por algo propio puede ser una sensación que pocas veces se experimenta trabajando por cuenta ajena. Si las cosas funcionan bien se obtendrán **más beneficios** que trabajando en la empresa de otro.

Además, el **buen emprendedor** está alentado por la motivación de trabajar para sí mismo, desarrollar un proyecto que cree que puede generar riqueza y puestos de trabajo y proporcionar calidad de vida y bienestar social.



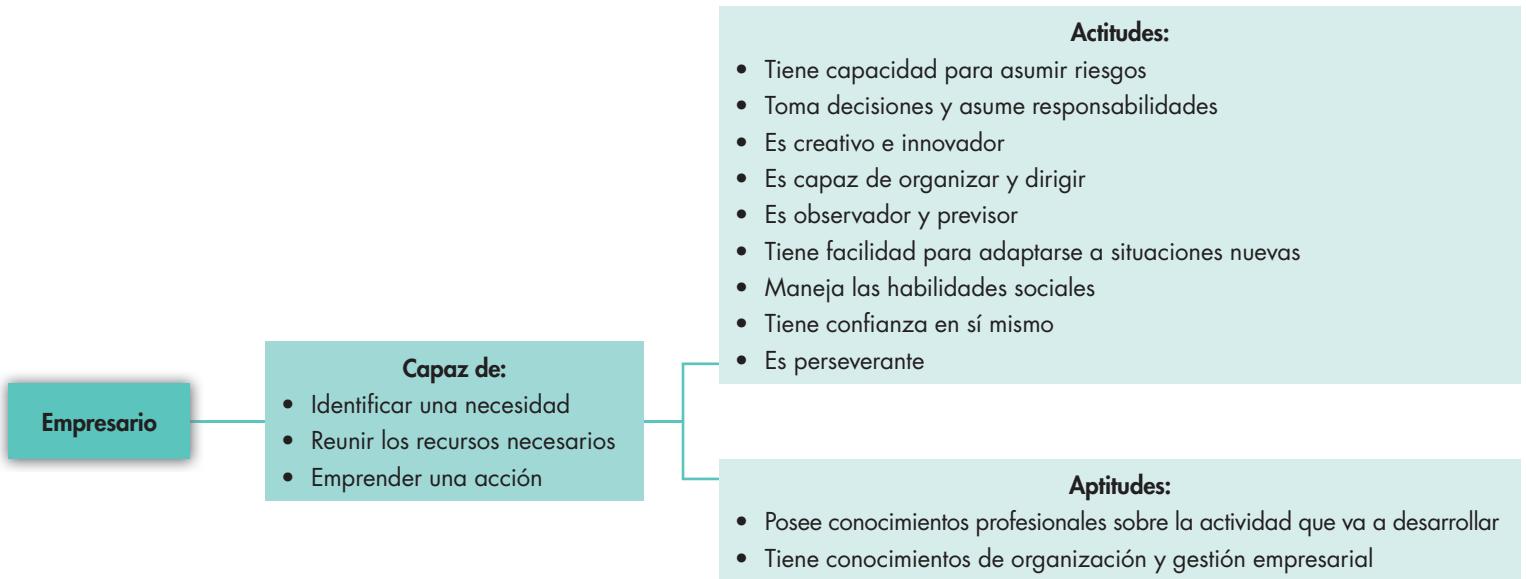
¿Sabías que...?

La capacidad de un empresario para asumir riesgos aumenta si:

- Tiene confianza en sí mismo.
- Está dispuesto a poner en juego toda su capacidad para incrementar al máximo sus probabilidades de éxito.
- Sabe evaluar con realismo tanto los riesgos como su propia capacidad para influir en dichas probabilidades.
- Considera los riesgos desde el punto de vista de las metas que se ha propuesto.



Fig. 1.4. El arte de emprender.



Caso práctico 2

.com

Juan y María están interesados en montar una empresa dedicada al desarrollo técnico de sitios y páginas web.

Su pregunta es: ¿con qué requisitos básicos deben contar para emprender la actividad? ¿Disponen de ellos?

¿Qué deben analizar para decidir si emprenden su aventura empresarial?

Solución

Para emprender con éxito una actividad empresarial hay que partir de unos requisitos básicos:

- Una idea válida.
- Un capital inicial.
- Unos conocimientos profesionales y de gestión.

Vayamos paso a paso:

- Tienen la idea: diseño de páginas web.
- El capital inicial lo afrontarían con unos ahorros personales procedentes del tiempo que han trabajado para una empresa del ramo y acudiendo a un banco para que financie su inversión.
- Los conocimientos profesionales los han adquirido con la formación recibida en la materia y la experiencia profesional.

Por tanto, consideran que están en condiciones de seguir adelante con la idea.

Web

www.ipyme.org

La Dirección General de Política de la Pyme del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha elaborado una serie de herramientas que ayudan al emprendedor en su proyecto.

La primera es el *Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras*, que se complementa con las herramientas *Plan de empresa*, *Simulación empresarial* y *Autodiagnóstico para acceso a nuevos mercados*.

3. La idea: creatividad e innovación



Vocabulario

Creatividad. Generación de ideas.

Innovación. Implantación de nuevas ideas. La innovación puede ser aplicada a un producto, a un proceso o a una tecnología.

Podemos definir la **creatividad** como la generación de ideas nuevas, y la **innovación** como la implantación de ideas novedosas y útiles para crear un nuevo negocio o establecer nuevos sistemas de producción de bienes y/o servicios.

La creatividad puede contribuir a la generación de ideas que originen nuevos productos o procesos innovadores. Sin embargo, ser creativo no significa necesariamente ser innovador; más bien se trata de procesos diferenciados. Se podría decir que **la innovación es la creatividad aplicada** a un determinado aspecto.

El punto de partida de un proyecto empresarial es la **idea** de negocio que un emprendedor puede ser capaz de generar.



Fig. 1.6. «En los momentos de crisis solo la creatividad es más importante que el conocimiento» (Albert Einstein).



Actividades

2. ¿Qué entiendes por cultura emprendedora?
3. ¿Cuáles son los rasgos característicos de los trabajadores emprendedores?
4. ¿Qué cualidades ha de reunir un empresario?
5. ¿Por qué consideras que es importante la capacidad de asumir riesgos para un empresario?
6. Entra en la página www.ipyme.org, de la Dirección General de Política de la Pyme y, en la sección *Herramientas para el emprendedor*, utiliza la herramienta definida como *Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras*. A continuación, determina si tus características personales se corresponden con las que debe tener un emprendedor.

3.1. Búsqueda de ideas de negocio

Las fuentes de oportunidades de negocio pueden ser de origen muy diverso. Podemos agruparlas en función de los siguientes criterios:

- **Repetir experiencias ajenas.** La mayor parte de las ideas generadoras de nuevos negocios parten de la observación atenta del mercado, de lo que han hecho los que ya están instalados en él.
- **Aprovechar la propia experiencia como trabajador por cuenta ajena o la formación en un campo específico.** El conocimiento de un sector puede proporcionar ideas de negocio y dar la seguridad necesaria para independizarse de la empresa de la que se forma parte como trabajador asalariado.
- **La innovación en los productos, servicios o procesos.** La gran mayoría de las ideas innovadoras no surgen de grandes descubrimientos tecnológicos, sino más bien de algo que ya existe al que se añade un factor diferenciador, como puede ser dar un nuevo uso a un producto que ya existe en el mercado.
- **Percibir una necesidad no satisfecha en el mercado.** 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.

Además de todas estas fuentes clásicas de oportunidades de negocio, y gracias a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, es posible encontrar en Internet infinidad de referencias sobre ideas de negocio, unas referidas a proyectos que ya se han puesto en marcha y otras que proponen ideas totalmente novedosas.



Caso práctico 3

Carmen y Alberto han decidido crear su propio negocio. Disponen de un local bastante bien ubicado en el que pueden instalarse. Se plantean varias iniciativas: tienda de ropa, comida para mascotas, complementos.

Juan propone un comercio de objetos para zurdos. La idea la llevaba madurando desde que en un viaje a Londres conoció un negocio de estas características.

A ambos les gusta la idea, pero quieren asegurarse de que podría salir bien antes de emprenderla.

¿Qué pasos han de seguir?

Solución

Comprueban en el ayuntamiento de su ciudad que el mercado está desabastecido de estos productos, ya que no existe un negocio de estas características.

Según los estudios a los que han tenido acceso, cerca del 30% de la población es zurda, por lo que podrían tener clientela suficiente.

Siguiendo el estudio de mercado que habían realizado y analizando esta experiencia en otros países, satisfacer una necesidad que no se ha cubierto puede ser el punto de partida de una empresa con grandes posibilidades de éxito.

Esto es lo que pensaron los promotores de un proyecto de venta de objetos para zurdos.

Valorada la idea, decidieron iniciar la actividad.



CEO

En el Centro de Enseñanza Online (CEO) puedes encontrar información sobre los cambios sociales que pueden generar nuevas necesidades y los factores diferenciadores que intervienen en la decisión de compra.



¿Sabías que...?

Internet ha revolucionado el mundo empresarial en muchos de sus campos. La utilización de esta herramienta en la promoción de ventas abre nuevas posibilidades e ideas de negocio. Tal es el caso de un productor de naranjas que vende su producto a través de la web a precios muy competitivos, ya que se acortan los eslabones de la cadena de distribución, y además garantiza la frescura del producto, porque lo pone en casa del cliente al día siguiente de su recolección.

3.2. Innovación y desarrollo económico



Web

www.bcn.cat/innova



Dentro de esta página, encontrarás el enlace *BCNinnova*.

La aplicación *¿Qué es innovar?* permite comprender los diversos aspectos de la innovación mediante un contenido estructurado y una presentación visual.

Los cambios económicos, sociales y culturales que se están produciendo en las últimas décadas están variando nuestra forma de entender la gestión empresarial y las iniciativas emprendedoras. En el centro de todos estos cambios están las **nuevas tecnologías** y su capacidad para posibilitar o facilitar el desarrollo económico y social.

La **innovación** es un factor clave para el desarrollo económico. Una cultura emprendedora o innovadora junto con una organización social adecuada son la base a partir de la cual se desarrolla la **pirámide de riqueza** de una nación. Los otros puntos clave del desarrollo son la **formación** de la población y las **infraestructuras** en lo referente a las telecomunicaciones y el transporte.

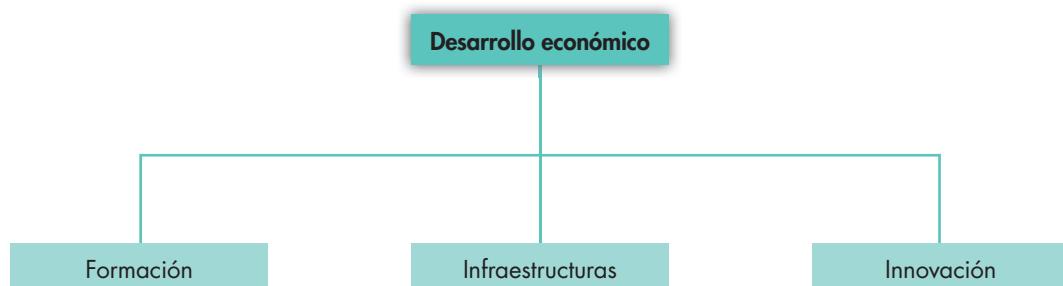


Fig. 1.7. Factores clave del desarrollo económico.

A lo largo de la historia el bloque básico de la construcción de la pirámide de riqueza ha ido cambiando. En un principio era la tierra dedicada a la agricultura el factor generador de riqueza y desarrollo. Con la Revolución Industrial, los recursos energéticos reemplazaron a la tierra como fundamento de riqueza. Actualmente, el **conocimiento**, que genera avances tecnológicos, y la **innovación**, ocupan la posición que anteriormente habían tenido la tierra y la energía.

Ese desarrollo debe entenderse no solo en términos puramente económicos, sino también desde una perspectiva enfocada hacia la calidad de vida de las personas que conviven en el territorio donde se ubican las empresas, es decir, desde el concepto de **desarrollo integrado** o, lo que es lo mismo, haciendo compatibles **competitividad económica** (desarrollo económico), **bienestar social** (desarrollo social) y **sostenibilidad ambiental** (desarrollo sostenible).

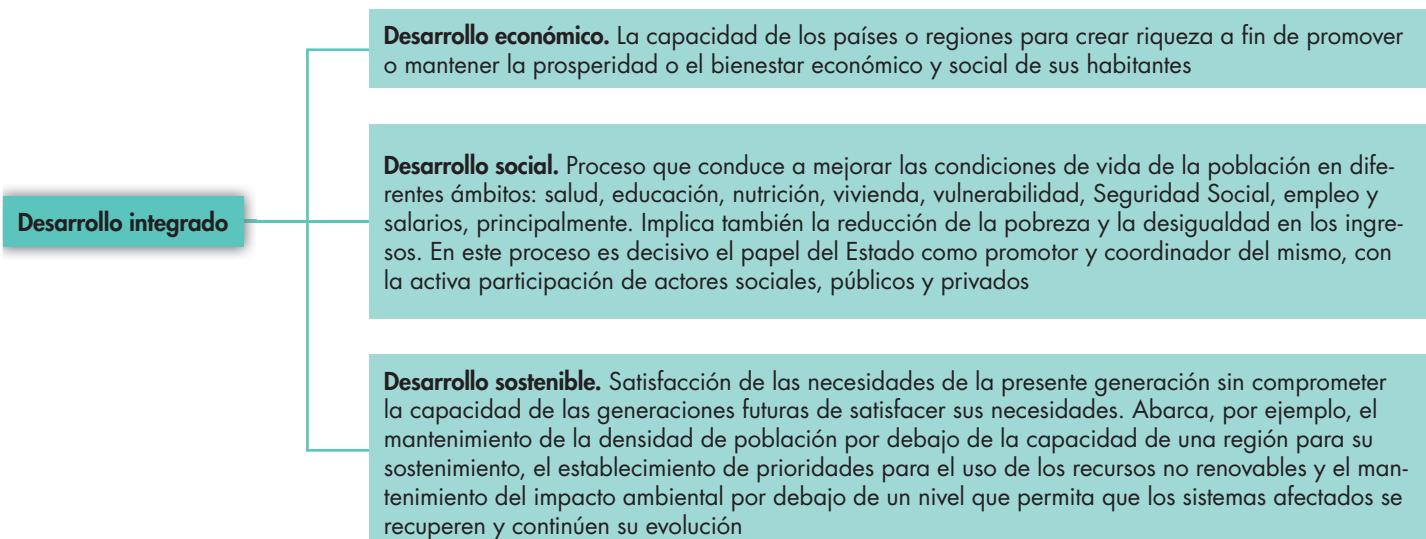


Fig. 1.8. Conceptos que se agrupan dentro del desarrollo integrado.



Caso práctico 4



Javier y Manuel quieren dar un aire diferente a su taller de mecánica del automóvil. Desean ofrecer un servicio que sea novedoso y diferente.

¿Se puede hacer algo nuevo en un taller mecánico?

Solución

Deciden añadir una particularidad al negocio existente, que es ofrecer un espacio en el que el cliente puede disponer de una zona de trabajo, piezas y herramientas para hacer pequeñas reparaciones a su propio coche. Su negocio consiste en asesorar, vender los productos (aceite, piezas, etc.) y cobrar un alquiler por el uso de la maquinaria.



Web

www.barcelonanetactiva.com



En esta web puedes encontrar información sobre cómo innovar: casos de éxito, entrevistas, test de innovación, normativa, más enlaces, etcétera.

● 3.3. Tipos de innovación

La innovación puede conseguirse creando nuevos productos o mejorando los ya existentes; puede ir ligada al proceso de producción o a la aplicación del conocimiento científico a la actividad de la empresa. **Según la clase de innovación** de que se trate, distinguimos los siguientes tipos:

○ A. Innovación de producto

Puede entenderse como la creación de un **nuevo producto**, o bien añadir a uno ya existente una característica que haga que los consumidores lo perciban como novedoso. Un ejemplo de este tipo de innovación es el cepillo de dientes eléctrico.

Las **innovaciones** de producto pueden ser agrupadas en tres apartados:

- **Innovación total.** Cuando se crea un producto único. No existe en el mercado ninguno como él. Este tipo de innovación es el más escaso. Un ejemplo de este tipo de innovación sería la creación de la televisión.
- **Innovaciones que aportan algo nuevo al producto.** Se da en aquellos casos en que se mejora un producto ya existente. Por ejemplo, cuando se introdujo en el mercado la televisión en color ya existía la televisión en blanco y negro, pero el hecho de emitir en color la convertía en un producto nuevo. Este tipo supone la mayor parte de las innovaciones.
- **Innovaciones que no aportan nada nuevo.** Se produce cuando una empresa quiere entrar en un mercado y fabrica un producto que ya existe. En realidad supone una innovación para la empresa, no para el producto. Por ejemplo, una panadería que solo fabricaba pan y quiere producir pastas de té, lo que hace es innovar dentro de la empresa al elaborar también pastas, producto que podemos encontrar fabricado por otras empresas del sector.



Vocabulario

I+D: investigación y desarrollo.
I+D+i: investigación, desarrollo e innovación.

○ B. Innovación de proceso

Este tipo de innovación introduce una **manera diferente** de realizar las cosas. Se puede producir en cualquiera de los niveles de la empresa: producción, comercialización, gestión.

Un ejemplo de innovación de proceso es la introducida por McDonald's cuando aplicó el concepto de línea de producción a un restaurante; utilizó trabajadores con poca experiencia para fabricar grandes cantidades de alimento de una calidad estándar y de forma muy rápida, inventando la industria del *fast food* («comida rápida»).



Claves y consejos

¿Cómo puedo innovar?

Siendo observador. Saber qué pasa en nuestro entorno, qué hace la competencia, qué piden los clientes, estar al día sobre publicaciones del sector, buscar en Internet, etcétera.

Siendo creativo. Generando ideas y gestionándolas para poder crear proyectos innovadores.

C. Innovación tecnológica

Consiste en la **aplicación** del conocimiento científico, la investigación y la experimentación a la actividad de la empresa.

La innovación tecnológica puede ser aplicada en la generación de un producto nuevo, en la introducción de mejoras en los sistemas de producción, en la introducción de sistemas de gestión más efectivos o de menor coste para la empresa, o en la aplicación de nuevas formas de comercialización.

Así, determinados descubrimientos científicos permitirán desarrollar nuevos productos anteriormente desconocidos, la incorporación de nuevas máquinas permitirá mejorar los sistemas de producción de un modo más efectivo o más barato, lo mismo que las nuevas tecnologías aplicadas a la gestión o a la comercialización permitirán una mayor efectividad o menores costes.

La innovación tecnológica reporta unos **beneficios** a las empresas, pero, por otra parte, supone unos **costes** que los gestores han de tener muy en cuenta. Por esa razón, la introducción de la innovación tecnológica requiere la adquisición de patentes, licencias, marcas registradas, servicios científicos y técnicos relacionados con la implantación de la innovación, así como la compra de paquetes de software, maquinaria y equipos.

Un ejemplo de innovación tecnológica es la introducida en la industria hotelera con la utilización de las nuevas tecnologías. Gracias a Internet es posible la reserva de plazas hoteleras a través de las centrales de reservas.

En resumen, para saber cómo y en qué se puede innovar es necesario saber qué necesitan los clientes, qué hace la competencia, conocer el sector, e identificar el modo de introducir las nuevas ideas.

La innovación **se puede conseguir**:

- **Creando cosas** totalmente nuevas.
- Inventando **nuevos usos** para cosas viejas y conocidas.
- Concibiendo **nuevas formas** de hacer las cosas.

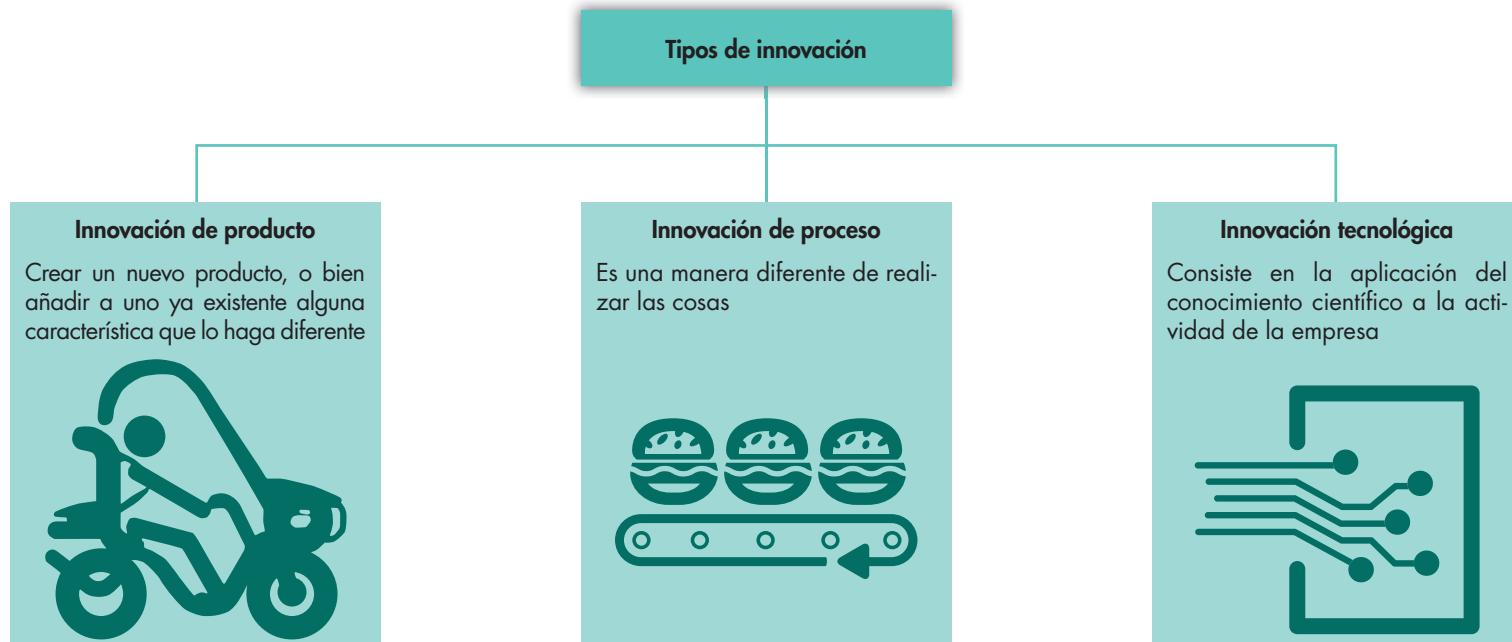


Fig. 1.9. Tipos de innovación.



Caso práctico 5



La empresa MiguelES se dedica al montaje de instalaciones eléctricas para naves industriales, bloques de viviendas, locales comerciales y otros edificios, como ayuntamientos, polideportivos, etc. Con los

ayuntamientos ha establecido un sistema de cobro mensual fijo, independientemente de los trabajos que se efectúen.

Ha contactado con distintas empresas de seguros para atender las urgencias de los asegurados en servicios eléctricos, ya que no existe ningún electricista en la zona que haga este tipo de servicios.

¿Se ha aplicado algún tipo de innovación en esta empresa?

Solución

Podemos identificar una innovación en servicios, la atención a urgencias, y una innovación de procesos en relación con la gestión de cobros a los ayuntamientos.

● 3.4. Proceso de valoración de la idea inicial

El éxito de la empresa dependerá de la originalidad de la **idea**, de la capacidad creativa e innovadora del emprendedor, de las necesidades que pueda satisfacer y de los **huecos de mercado** que pueda cubrir.

○ A. Estudio inicial

Es necesario hacer un **estudio inicial** sobre las posibilidades que ofrece el mercado, detectar los huecos existentes, conocer las fuentes donde poder obtener la información sobre las posibles oportunidades de negocio, y hacer un gran despliegue de imaginación para que nuestra empresa pueda tener grandes posibilidades de éxito, pero sin dejar de lado la prudencia que debe guiar todo proyecto empresarial.

Por todo ello hay que hacer una **valoración inicial** de la idea, teniendo en cuenta que esta debe **satisfacer alguna necesidad** de los futuros clientes y/o **añadir algún factor diferenciador** a los productos o servicios existentes en el mercado. Estas valoraciones nos ayudarán a decidir el inicio de la aventura empresarial.

La **primera decisión** que hay que tomar es concretar **qué negocio se quiere montar**.

Un proyecto de empresa puede tener su origen en la **experiencia profesional** del individuo emprendedor: la experiencia y el conocimiento siempre facilitan las cosas y además hacen que nos sintamos más competentes. Pero no estaría de más que nos planteáramos otras cuestiones antes de tomar la decisión.

Hay que valorar si lo que más nos conviene es continuar con la actividad que se conoce o es conveniente arriesgarse con otras **tareas desconocidas** pero que pueden ofrecer grandes posibilidades.

Hay que pensar que la experiencia profesional no es lo único en lo que se puede ser competente. Se pueden haber adquirido **habilidades en tiempo de ocio** (jardinería, bricolaje, decoración, etc.). También se pueden haber adquirido determinados conocimientos profesionales practicando un deporte concreto (por ejemplo, un negocio de reparación y comercialización de bicicletas).

Otra posibilidad con la que contamos para obtener ideas de negocio es observar el entorno y descubrir las **necesidades insatisfechas** o insuficientemente cubiertas.



Recuerda

La **idea** es el punto de partida de cualquier proyecto empresarial.

El éxito de la empresa dependerá en gran medida de su originalidad, de las necesidades que pueda satisfacer y de los huecos de mercado que pueda cubrir.



CEO

En el Centro de Enseñanza Online puedes encontrar fuentes generadoras de ideas de negocios:

- Ideas que satisfacen necesidades.
- Ideas que introducen un factor diferenciador.
- Ideas surgidas de los nuevos yacimientos de empleo.

○ B. Fase de consulta

Es en este momento, mientras se está gestando la idea, cuando debemos **buscar apoyo**, formación o asesoramiento por parte de expertos de confianza. Habrá que resolver los problemas técnicos, asegurarse de que las características técnicas del producto se ajustan a las normas establecidas, y de que sus posibilidades técnicas son reales y viables desde el punto de vista económico.

Una vez que se ha tomado la decisión de cuál va a ser nuestro negocio, conviene **expónerlo** a nuestros **amigos, familiares y expertos** de confianza para ver qué acogida tiene.

Es recomendable escuchar las **críticas** y los **consejos** y valorarlos de forma objetiva. A veces las personas más próximas pueden tener una reacción condicionada por el temor a una aventura. Hay que dejar claro que la opinión que se busca es sobre el proyecto y no sobre la conveniencia o no de instalarse por cuenta propia.

Una vez que hayamos mejorado el proyecto con las opiniones de los más allegados, habrá que buscar las de los posibles proveedores y clientes, los organismos oficiales y los servicios de apoyo, información y asesoramiento oficiales. Estos tendrán unas reacciones más profesionales y se basarán en su conocimiento del medio en el que vamos a actuar, del mercado, etcétera.

○ C. Periodo de decisión

Según la respuesta obtenida, se tomará una **decisión**:

- Si la idea tiene una **acogida positiva general**. La viabilidad es grande, aunque no olvidemos que hay que actuar con cautela, profundizar en el proyecto y definirlo minuciosamente para abordar la empresa.
- Si la idea tiene una **acogida moderada**. Tendremos en cuenta las reacciones suscitadas, tomando buena nota de las que nos sean favorables y de las que nos den ideas para mejorar. Deberemos reestructurar el proyecto y, una vez hecho esto, volveremos a consultar.
- Si la idea tiene una **acogida negativa**. Habrá que mejorar sustancialmente el proyecto o cambiarlo completamente. Siempre será mejor esto que el fracaso.



Fig. 1.10. Contrastar la idea puede ayudarnos a tomar la decisión.

En la siguiente figura podemos ver resumido de forma esquemática el proceso de valoración de la idea inicial.

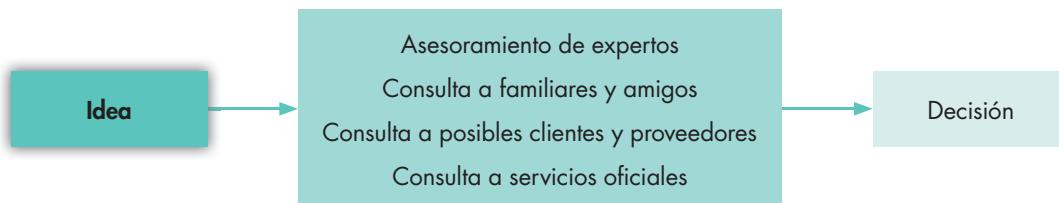


Fig. 1.11. Proceso que debe seguirse para la valoración de la idea.



Caso práctico 6



Cuando Juan y María determinaron que contaban con los requisitos básicos para emprender la actividad (Caso práctico 2), valoraron el hecho de disponer de una idea de negocio, pero ahora se han dado cuenta de que no han analizado dicha idea.

¿Cómo deben llevar a cabo el análisis de la idea?

Solución

En primer lugar, explorando en Internet encuentran la siguiente página, que contiene un test-idea que tiene como finalidad ayudar a los emprendedores a reflexionar sobre su idea de negocio: <http://testidea.barcelonanetactiva.com>.

En segundo lugar piden la opinión de sus familiares y amigos sobre el proyecto.

Con anterioridad, han ido contactando con posibles clientes.

Por último, han acudido a algunos organismos oficiales que se dedican a asesorar a emprendedores.

Tanto la puntuación resultante del test como las opiniones recibidas sobre la idea proyectada han sido positivas, por lo que deciden avanzar en el proyecto.

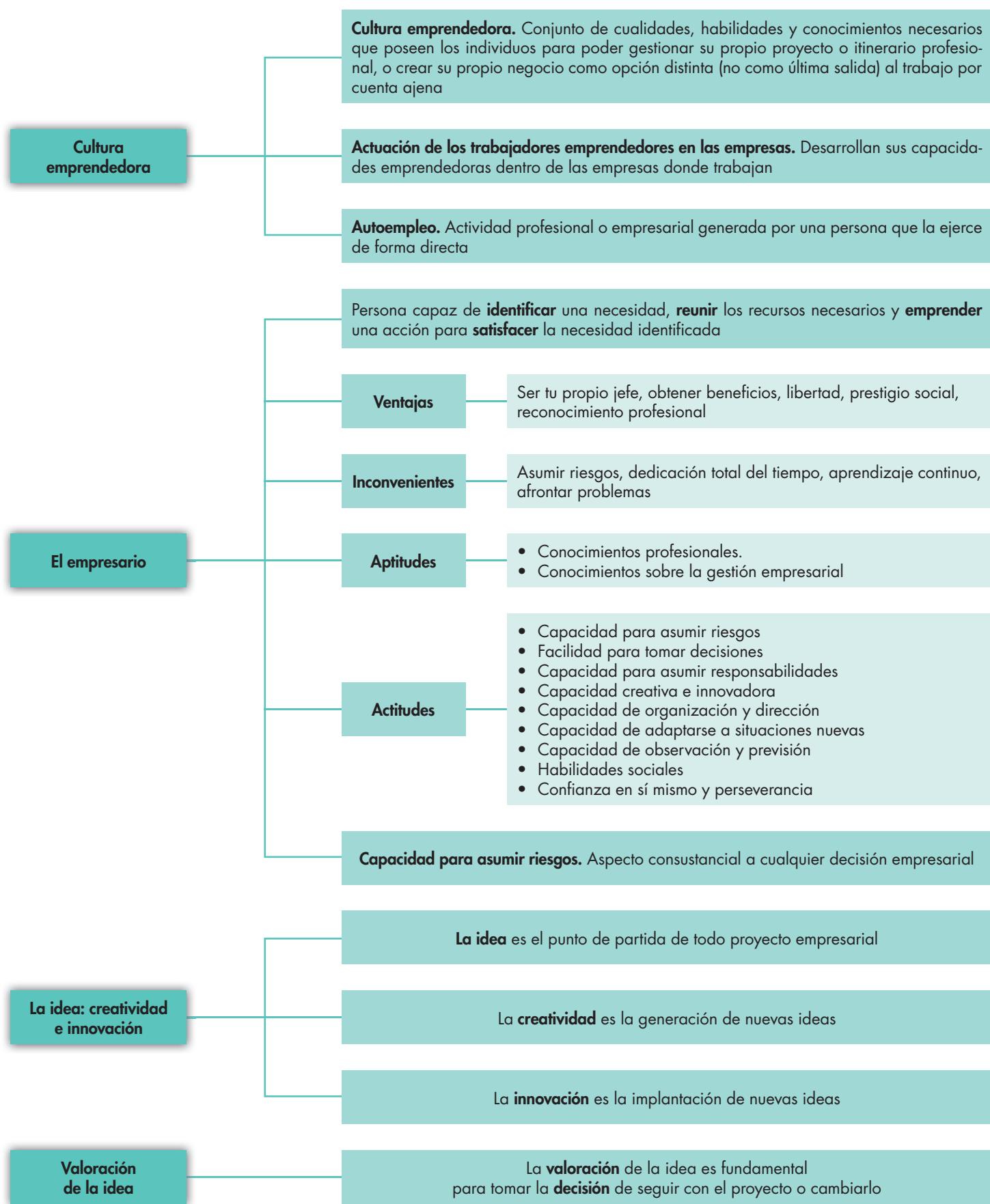


Actividades

7. ¿Qué fuentes de oportunidades de negocios conoces?
8. ¿Qué es la innovación y en qué se diferencia de la creatividad?
9. ¿Cómo se puede innovar?
10. ¿Qué significa desarrollo integrado?
11. Explica las diferencias entre innovación en productos, innovación en procesos e innovación tecnológica.
12. ¿Por qué consideras que es importante la valoración inicial de la idea?
13. Señala posibles ideas de negocio relacionadas con el ciclo formativo en el que estás. Determina cuál de ellas es la más innovadora. Razona la respuesta y explica el tipo de innovación aplicada.
14. Entra en la siguiente página web: <http://testidea.barcelonanetactiva.com>. Utilizando la guía para la evaluación de la idea, analiza el proyecto que propones como un futuro negocio, razonando las respuestas a cada pregunta formulada.



Síntesis





Test de repaso

1. Al conjunto de cualidades, habilidades y conocimientos necesarios que poseen los individuos para poder gestionar su propio proyecto o itinerario profesional, o crear su propio negocio como opción (no como última salida) al trabajo por cuenta ajena, lo llamamos:

- a) Cultura emprendedora.
- b) Cualidades del empresario.
- c) Capacidad creativa.

2. El autoempleo es:

- a) Cuando una empresa es autónoma para contratar trabajadores.
- b) La actividad empresarial generada por una persona y ejercida de forma directa.
- c) El punto de partida de todo proyecto empresarial.

3. ¿Con qué identificas la palabra «intraemprendedores»?

- a) Con las personas que satisfacen necesidades no cubiertas de los futuros clientes.
- b) Con los empresarios que generan ideas novedosas dentro de sus empresas.
- c) Con los trabajadores con iniciativa emprendedora.

4. Di cuál de las siguientes no es una actitud propia del empresario:

- a) Los conocimientos profesionales.
- b) La capacidad de asumir riesgos.
- c) La perseverancia.

5. Di cuál de las siguientes es una aptitud propia del empresario:

- a) Los conocimientos profesionales.
- b) La capacidad de asumir riesgos.
- c) Las habilidades sociales.

6. La capacidad de un empresario para asumir riesgos aumenta si:

- a) Tiene confianza en sí mismo y está dispuesto a poner en juego toda su capacidad para incrementar al máximo sus probabilidades de éxito.
- b) Sabe evaluar con realismo tanto los riesgos como su propia capacidad para influir en dichas probabilidades.
- c) Las dos respuestas anteriores son ciertas.

7. Una empresa tendrá mayores posibilidades de éxito si la idea generadora del proyecto empresarial:

- a) Satisface necesidades no cubiertas de los futuros clientes.
- b) Introduce un factor diferenciador en su producto o servicio que ejerza una atracción sobre la clientela.
- c) Las dos respuestas anteriores son correctas.

8. ¿En qué se diferencian creatividad e innovación?

- a) Creatividad es la generación de ideas nuevas e innovación es la implantación de ideas nuevas.
- b) Son la misma cosa.
- c) La creatividad es propia de los empresarios, y la innovación, de los trabajadores.

9. ¿Qué consideras que es la innovación tecnológica?

- a) La que introduce una manera diferente de realizar las cosas.
- b) La aplicación del conocimiento científico a la actividad de la empresa.
- c) La creación de un nuevo producto o uno que añade a los ya existentes una característica que haga que los consumidores lo perciban como novedoso.

10. ¿Qué consideras que es la innovación de proceso?

- a) La que introduce una manera diferente de realizar las cosas.
- b) La aplicación del conocimiento científico a la actividad de la empresa.
- c) La creación de un nuevo producto o uno que añade a los ya existentes una característica que haga que los consumidores lo perciban como novedoso.

11. ¿Qué consideras que es la innovación de producto?

- a) La que introduce una manera diferente de realizar las cosas.
- b) La aplicación del conocimiento científico a la actividad de la empresa.
- c) La creación de un nuevo producto o uno que añade a los ya existentes una característica que haga que los consumidores lo perciban como novedoso.

12. ¿Qué significan las siglas I+D?

- a) Iniciativa y Desarrollo.
- b) Investigación y Desarrollo.
- c) Innovación y Desarrollo.



Comprueba tu aprendizaje

Valorar la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social

1. ¿Cómo definirías la cultura emprendedora?
2. ¿Por qué crees que la creación de empresas genera bienestar social?
3. ¿Qué entiendes por autoempleo?
4. El ayuntamiento de tu ciudad ha puesto en marcha una iniciativa para fomentar el autoempleo entre los jóvenes. Para ello ha iniciado una serie de líneas de actuación, como:
 - Taller de iniciativa emprendedora.
 - Taller de ayuda a la elaboración de un plan de empresa.
 - Concurso de ideas de negocios innovadoras.
 - Subvenciones al autoempleo para jóvenes.
- a) ¿Cuál de las líneas puestas en marcha por tu ayuntamiento puede ayudar a fomentar la cultura emprendedora?
- b) ¿Crees que las subvenciones son fundamentales para fomentar la iniciativa emprendedora?
- c) Razona tus respuestas y contrástalas con tus compañeros.

Analizar el concepto de empresario, sus requisitos, aptitudes y actitudes

5. ¿Cómo crees que debe ser un empresario?
6. Identifica los puntos de partida para emprender con éxito una actividad empresarial.
7. ¿En qué se diferencian las actitudes y las aptitudes de un empresario?
8. Inés ha decidido crear su propia empresa de restauración. Es una persona emprendedora, creativa y previsora. No le asusta la aventura y tiene una gran capacidad de adaptación a cualquier situación nueva. Siempre toma la iniciativa en cualquier reunión y tiene una gran habilidad para mediar en los conflictos que surgen entre sus compañeros.

Además, tiene una gran formación en esta especialidad y le encanta el mundo empresarial, por lo que ha hecho un curso de gestión de empresas.

Diferencia, entre los rasgos definidos en esta emprendedora, cuáles son sus aptitudes y cuáles sus actitudes.

9. ¿Cuáles son las principales actitudes de una persona emprendedora?

Valorar la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración

10. ¿Crees que la iniciativa emprendedora es una característica que solo poseen los empresarios, o puede haber trabajadores con este tipo de iniciativa? Razona la respuesta.
 11. Los cambios sociales provocan nuevas necesidades de las personas. Piensa en tres de ellas, surgidas de los cambios producidos por la incorporación de la mujer al trabajo, y describe posibles ideas de negocio que puedan satisfacerlas.
 12. Javier y Manuel se conocieron en el taller en que Javier realizó las prácticas de empresa al finalizar su formación profesional en Mecánica del Automóvil. Manuel era oficial en ese taller en el que entró a trabajar a los 18 años y estuvo en la empresa durante 22 años. El dueño del taller traspasaba el negocio por jubilación y decidieron aprovechar sus conocimientos y su experiencia profesional, que se complementaba, y quedarse con el negocio.
- Como vimos en la unidad, cuando están madurando la idea deciden añadir una particularidad al negocio existente, ofrecer un espacio en el que el cliente pueda disponer del lugar, de piezas y de herramientas para hacer pequeñas reparaciones a su propio coche. Su negocio consiste en asesorar, vender los productos (aceite, piezas, etc.) y cobrar un alquiler por el uso de la maquinaria.
- ¿Cómo ves tú su iniciativa?
 - ¿Crees que han sido creativos e innovadores?
 - ¿Consideras que tienen la formación suficiente?

Analizar el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario

13. ¿Qué capacidades emprendedoras se pueden fomentar en aquellos empresarios que carecen de ellas?
14. Alejandro quiere montar su propio negocio porque lo que realmente desea es ser su propio jefe, no tener que depender de nadie, ponerse su propio horario, fijar su nivel de ingresos, hacer vacaciones cuando quiera, etcétera.
 - ¿Crees que las consideraciones que Alejandro ha hecho sobre la actividad empresarial son propias de un emprendedor?
 - ¿Cuáles de ellas consideras acertadas y cuáles erróneas?
15. De las cualidades que debe reunir un emprendedor, ¿cuáles son las de mayor relevancia para el desarrollo de la actividad empresarial?



Comprueba tu aprendizaje

Definir el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora

- 16.** Identifica las cualidades empresariales que aumentan la capacidad de un empresario o emprendedor para asumir riesgos.

17. María es una persona responsable, muy creativa y organizada, con una gran capacidad de adaptación ante cualquier cambio. Tiene madera de líder y siempre lleva la voz cantante en los grupos de trabajo que se organizan en la clase.

Sin embargo, cuando tiene que tomar la decisión final para decidirse a seguir un camino u otro tiene dudas, le da miedo arriesgar y que no salga bien, que haya otros trabajos mejor presentados que los de su grupo. En esos momentos echa marcha atrás y vuelve a repasarlo todo.

- ¿Cómo ves a María como empresaria?
 - Analiza los puntos que tiene a favor y en contra. Puedes elaborar y llenar una tabla como la que te proponemos a continuación para apoyar tu análisis:

Identificar el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento de bienestar de los individuos

- 18.** Además del económico, existen otros dos tipos de desarrollo que conforman lo que se conoce como «desarrollo integrado». ¿Cuáles son y en qué consisten?
 - 19.** Además de la innovación, ¿cuáles son los otros dos factores clave para el desarrollo económico?
 - 20.** ¿Cómo definirías una idea innovadora?
 - 21.** Diferencia entre creatividad e innovación.
 - 22.** Refiriéndote a empresas relacionadas con tu idea de negocio o con tu sector, pon un ejemplo de innovación del producto, un ejemplo de innovación del proceso y un ejemplo de innovación tecnológica.
 - 23.** En estos últimos meses, en tu comarca ha habido un cambio en el sistema de recogida de basuras. Se han sustituido los contenedores tradicionales por otros de recogida selectiva de residuos.

Valores la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona.

Valorar la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pyme

24. Has visto en el periódico una oferta de empleo que se ajusta a la formación que has recibido. Además del

- 24.** Has visto en el periódico una oferta de empleo que se ajusta a la formación que has recibido. Además del requerimiento de conocimientos profesionales, el anuncio añade que «se valorará la iniciativa emprendedora de los candidatos». ¿Crees que posees esta característica? ¿Cómo se lo vas a demostrar al entrevistador?

Describir la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa

25. Entendiendo «competencia» como el conjunto de conocimientos, destrezas, habilidades y actitudes, enumera tres aspectos típicos de las competencias de gestión empresarial.
 26. De entre todas las actitudes que debe reunir un empresario, ¿cuál destacarías? ¿Por qué?
 27. Realiza una lista de necesidades que creas que existen en el mercado donde se vea la necesidad y el sector de la sociedad que la necesita. ¿Por qué crees que todavía ningún emprendedor se ha atrevido a montar una empresa para satisfacerla?



Plan de empresa

El diseño de un **plan de empresa** consiste en plasmar en un documento las ideas principales de un proyecto empresarial.

Este documento tiene una importancia fundamental por dos razones:

- Os permitirá aclarar todos aquellos aspectos que es necesario planificar antes del inicio de la actividad, de tal forma que nada quede al azar, asegurando así mayores probabilidades de éxito.
- De cara al exterior, un plan de empresa bien elaborado os ayudará a conseguir financiación, a atraer nuevos socios, subvenciones estatales, etcétera.

En esta sección iréis desarrollando, a lo largo de todo el curso, un plan de empresa que elaboraréis vosotros mismos.

Lo primero que debéis hacer es formar un equipo con vuestros compañeros, siguiendo las indicaciones del profesor. Este equipo se mantendrá estable durante todo el curso y sus integrantes tendrán el rango de socios.

Una vez formado el equipo, pensad en una idea para emprender un negocio dentro del sector en el que os estáis formando. A continuación, realizad una primera valoración del proyecto: pensad si es o no válido, si debéis seguir adelante o plantearos buscar una alternativa.

Vuestra valoración inicial seguirá los siguientes pasos:

1. Responde al siguiente cuestionario y reflexionad sobre las respuestas.

a) ¿Vuestro producto o servicio responde a una necesidad existente en el mercado?

- ¿A qué necesidad responde vuestra propuesta?
- ¿Cómo está satisfecha la demanda actualmente?
- ¿Cuál es vuestra originalidad?
- ¿Existe alguna empresa en el mismo sector que realice una oferta similar?

b) ¿Responde vuestro producto o servicio a una nueva necesidad?

- ¿Cuál es el origen de esa necesidad?
- ¿Ya existe demanda?

c) ¿Es una innovación de producto, de proceso o tecnológica?

- ¿En qué mejora la situación presente?
- ¿En qué se diferencia de la forma en que lo hacen otros?
- ¿Vuestro producto o servicio es el resultado de algún nuevo invento o de la incorporación de nuevas tecnologías al proceso?

2. En función de las reflexiones anteriores, elaborad las siguientes actividades, relativas a la presentación del proyecto.

a) Datos básicos del proyecto.

- Identificación de la empresa: debe indicarse el nombre que se ha elegido para el negocio.
- Ubicación: municipio donde va a instalarse.
- Fecha prevista de inicio de la actividad.
- Forma jurídica inicial elegida (veremos las características de cada una de ellas en la Unidad 5, cuando podremos decidirlo definitivamente).

b) Promotores del proyecto.

- Datos personales: nombres y apellidos de los promotores, NIF, edad, domicilio, teléfono-fax.
- Datos profesionales: perfil de los promotores, formación académica, experiencia profesional, otros conocimientos o experiencias relacionadas con la actividad empresarial.

c) Descripción del producto/servicio.

- Describid de una forma amplia los productos o servicios ofrecidos determinando en qué consisten y para qué sirven: sus características, ventajas que aportan, soportes tecnológicos en que se apoyan, etcétera.
- Elementos innovadores que incorporan y características que los diferencian respecto a los ya existentes en el mercado.

3. Teniendo en cuenta las respuestas anteriores, ya podéis completar el apartado 1 del modelo de plan de empresa facilitado en el Centro de Enseñanza Online.

Unidad

2

Qué debo saber del entorno de mi empresa



Y estudiaremos:

- Las funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- El análisis del entorno general de una pyme.
- El análisis del entorno específico de una pyme.
- Las relaciones de una pyme con su entorno.
- Las relaciones de una pyme con el conjunto de la sociedad.

En esta unidad aprenderemos a:

- Definir las funciones básicas que se realizan en una empresa y analizar el concepto de sistema aplicado a la empresa.
- Identificar los elementos del entorno de una pyme y describir los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa.
- Analizar la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con clientes, proveedores y competencia como principales integrantes del entorno específico.
- Valorar la cultura empresarial y la imagen corporativa y su relación con los objetivos empresariales.
- Analizar el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
- Elaborar el balance social de una empresa y describir los principales costes sociales en que incurre, así como los beneficios sociales que genera.
- Identificar aquellas prácticas que incorporen valores éticos y sociales.

1. La empresa y su entorno. Introducción



Vocabulario

Macroentorno. Se compone de todas aquellas variables que influyen en la empresa y que esta no puede controlar.

Microentorno. Está formado por aquellas variables en las que de algún modo puede intervenir la empresa.

Las empresas se desenvuelven dentro de un contexto o **entorno** en el que intervienen una serie de factores que influyen en mayor o menor medida en el funcionamiento de las organizaciones empresariales.

Dentro de este conjunto de factores se encuentran aquellos sobre los que la empresa no tiene control, los que componen el **macroentorno**; por ejemplo, el aumento del precio del dinero. Por otra parte están los elementos que integran el **microentorno**, es decir, aquellos en los que la empresa sí puede intervenir. Una empresa puede, por ejemplo, decidir quiénes van a ser sus futuros clientes en función de las características de sus productos o servicios.

Las empresas han de identificar, evaluar y reaccionar ante esas fuerzas ajenas que pueden afectar a sus operaciones.

Para poder comprender el contexto o entorno de las empresas, en esta unidad vamos a centrarnos en el estudio de las **funciones** de la empresa, de su **estructura organizativa**, del concepto de empresa como **sistema**, de los **factores** tanto de ámbito general como específico que actúan en ese entorno y de cómo la empresa puede **influir** en él.

También nos ocuparemos de identificar aquellas prácticas que incorporan **valores éticos y sociales**, es decir, de la ética empresarial y de la responsabilidad social de la empresa.

2. Funciones básicas de la empresa

Las empresas realizan una serie de funciones básicas para lograr sus objetivos. A estas funciones también se las conoce como **áreas de actividad** o **áreas funcionales** y se hallan en relación directa con los departamentos o divisiones.

La efectividad de una empresa no depende del éxito de un área funcional específica, sino de la **coordinación equilibrada** entre las principales **áreas funcionales**:

- **Área de producción.** Estaría integrada por todas aquellas funciones relacionadas con la producción de bienes y servicios.
- **Área de ventas o marketing.** Comprendería las funciones comerciales relacionadas con la compra-venta.
- **Área de finanzas.** En ella encontraríamos las funciones relacionadas con la búsqueda y gestión de capitales, así como las funciones contables de la empresa.
- **Área de recursos humanos.** Además de las funciones propias de personal, englobaría las relacionadas con la protección de las personas y bienes que integran la empresa.
- **Área administrativa.** Se ocupa de la administración general de la empresa y comprende otras cuatro funciones: **planificar, organizar, mandar y controlar**. El objetivo de la función de control es identificar las debilidades y los errores para rectificarlos y evitar que se repitan, estableciendo los oportunos mecanismos de retroalimentación y volviendo a planificar las acciones necesarias.



Fig. 2.1. Funciones del área administrativa.

3. La empresa como sistema

Según la Teoría General de Sistemas (TGS), podemos definir un **sistema** como un **conjunto de elementos interrelacionados, diseñado para alcanzar un objetivo específico**.

La empresa como sistema se entiende como un conjunto de elementos relacionados entre sí y con el sistema económico global. El sistema empresa pertenece a **un todo unitario relacionado con el entorno** o medio en el que actúa.

Características de la empresa como sistema

- Es un **sistema abierto**, ya que recibe de su entorno una serie de entradas y envía a su exterior otra serie de salidas de diversos tipos. Al relacionarse con el entorno, todo lo que pasa fuera de la empresa le afecta e influye en sus decisiones.
- Los elementos o subsistemas diferentes interactúan entre sí **sinérgicamente**, consiguiendo con ello mejorar los resultados.
- Es un **sistema global** en el que cualquier influencia que recibe alguno de sus subsistemas o elementos repercute sobre los otros y sobre el conjunto de la empresa.
- Se **autocontrola** y adapta a cualquier cambio coyuntural.

Todo sistema está formado por **cuatro partes esenciales: entradas o inputs, procesos, salidas u outputs y control**.

La empresa **toma del exterior** los recursos que necesita: personal, máquinas, materiales, capital, etc., que entran a formar parte del subsistema operativo para que la empresa pueda cumplir sus objetivos.

Estos procesos permiten que salgan al exterior los productos, los servicios, el capital, los impuestos, etc. Como todo sistema, sus elementos están **interrelacionados**, produciéndose intercambios y relaciones entre las diferentes funciones o departamentos de la empresa.

Por último, se establece un **control** tendente a determinar el grado de cumplimiento de los planes o metas establecidos. Si las salidas generadas se apartan de ciertos límites, comienza un proceso de *feed-back* o retroalimentación, por el cual se modifican las entradas hasta conseguir que las salidas se ajusten a los límites deseados. El propio sistema se adapta o autocontrola para conseguir sus objetivos.

La Fig. 2.2 muestra un sistema empresarial simplificado con estas cuatro partes, sus interrelaciones y el entorno donde funciona.



Fig. 2.2. La empresa como sistema.



CEO

ContaPlus
Versión Educativa



FacturaPlus
Versión Educativa



En el Centro de Enseñanza Online (CEO) puedes encontrar las versiones educativas de los programas ContaPlus y FacturaPlus (Zona educativa Sage), con los que puedes aplicar lo que vayas aprendiendo en este módulo. Puedes consultar, además, las simulaciones desarrolladas, que están relacionadas con las empresas MiguelES y Autos Marsán, y utilizar la versión educativa para hacer lo mismo, por ejemplo, con la empresa Vendemás.com, o con la de tu propio plan de empresa.

En este punto, puedes ver cómo dar de alta tu empresa en ContaPlus y FacturaPlus.

	Se basa en el principio de jerarquía y unidad de mando
Organización vertical	Las órdenes provienen del primer nivel jerárquico
	Dificulta el trabajo en equipo
Organización horizontal	Se basa en el principio de reparto del trabajo, la especialización y la funcionalidad
	Se rompe la unidad de mando
	Favorece el trabajo en equipo

Tabla 2.1. Modelos de organización empresarial.



Importante

Una práctica cada vez más habitual en las empresas es la **externalización** de determinadas funciones, es decir, sacar fuera de la empresa algunos servicios. Los servicios que con más frecuencia se contratan a personas o compañías ajenas a la empresa son vigilancia, limpieza, comedores para empleados, mensajería, servicios legales y contables, entre otros.



Vocabulario

Jerarquía. Organización por categoría o grado de importancia entre diversas personas o cosas. Dentro de una organización empresarial, cada uno de los niveles o grados en la cadena de mando, que comienza con los gestores de alta dirección y continúa con los trabajadores no gestores.

Organización empresarial. Se trata de una persona o grupo de personas que se organizan para producir un bien o servicio.

4. Estructura organizativa de la empresa. Organigrama

Una de las muchas definiciones de empresa la describe como una organización que combina recursos humanos y materiales con el fin de conseguir un determinado objetivo. Para que esta organización funcione se tiene que asignar a los miembros o componentes de la misma una serie de atribuciones o jerarquías.

Podemos decir que la **estructura organizativa** de la empresa es el **esquema de jerarquización y división de las funciones** que la componen.

Existen diversos modelos de organización empresarial. Una clasificación puede establecerse en función del **principio de jerarquía y división del trabajo**, según la cual podemos distinguir:

- **Organización vertical.** Inspirada en el principio de jerarquía y unidad de mando, de modo que las órdenes provienen siempre del primer nivel jerárquico. Cada empleado recibe órdenes de su superior y se comunica con él.
- **Organización horizontal.** Se basa en el principio de reparto del trabajo, de la especialización y la funcionalidad. Se rompe la unidad de mando.

La estructura organizativa del trabajo que tenga una empresa influye directamente en la percepción que pueda tener un trabajador de sus condiciones laborales y en su rendimiento profesional. Una estructura organizativa muy vertical, con una larga cadena de mando y tramos de control cortos, dificulta el trabajo en equipo; por el contrario, las estructuras horizontales favorecen el trabajo en equipo.



Caso práctico 1

Javier y Manuel se han asociado y han puesto en marcha la empresa de reparación de vehículos Autos Marsán, SL.

Antes de nada quieren estructurar las funciones y establecer la jerarquía dentro de su empresa.

¿Cómo van a organizarse?

Solución

Aunque por el tamaño de la empresa no hay una separación muy definida de determinadas funciones, tales como la gerencia, que será compartida por ambos emprendedores, así como la organización del personal (solo contratan a un aprendiz), sí han diferenciado ciertas competencias:

- a) Manuel se ocupará de la organización del trabajo (producción) y de la relación con los clientes (ventas).
- b) Javier se hace cargo de los temas de facturación (administración) y de las relaciones con los proveedores (compras).
- c) Además, han decidido contratar los servicios de una asesoría para que se encargue de la contabilidad de la empresa, así como de los temas fiscales y laborales. También piensan contratar con una empresa externa la limpieza y el mantenimiento del taller.

○ Los organigramas

La **representación gráfica** de la estructura organizativa de la empresa se hace a través de los **organigramas**. En ellos se reflejan los diferentes departamentos, cargos, jerarquías y relaciones de apoyo y dependencia existentes entre sus miembros.

Son muy numerosos los tipos de organigramas que podemos encontrar, según se quieran reflejar con mayor o menor detalle las estructuras de la empresa. Aquí vamos a hacer una clasificación atendiendo a la **forma**:

- **Horizontales.** Se ordenan de izquierda a derecha, de modo que los superiores jerárquicos aparecen a la izquierda y los inferiores a la derecha (Fig. 2.3).

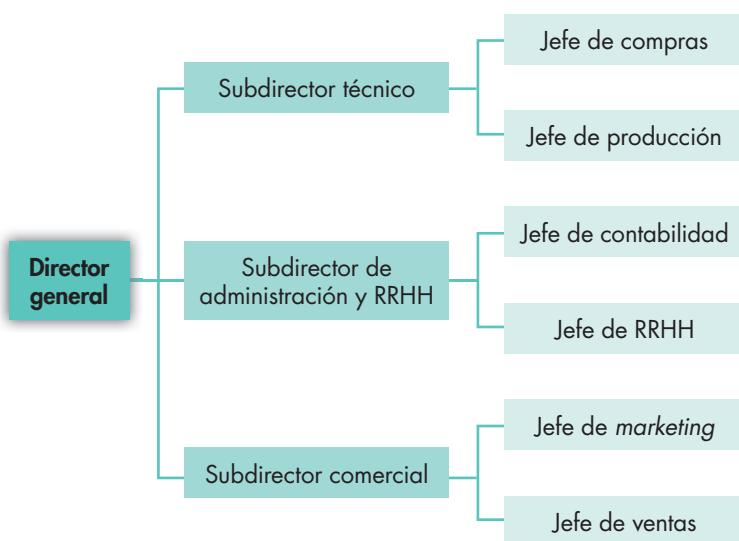


Fig. 2.3. Organigrama horizontal.

- **Circulares.** Estos organigramas se representan mediante círculos concéntricos. Se leen desde dentro hacia fuera, de tal forma que el cargo de mayor jerarquía aparece en el centro (Fig. 2.4).

- **Verticales.** La jerarquía aparece ordenada de arriba abajo. El superior jerárquico aparece en la parte superior (Fig. 2.5).

En resumen, podemos decir que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones que la componen. Se representa a través de los organigramas, que nos permiten conocer de un golpe de vista los diversos niveles de dependencia jerárquica y ubicar a las unidades administrativas o productivas en relación con sus subordinadas.

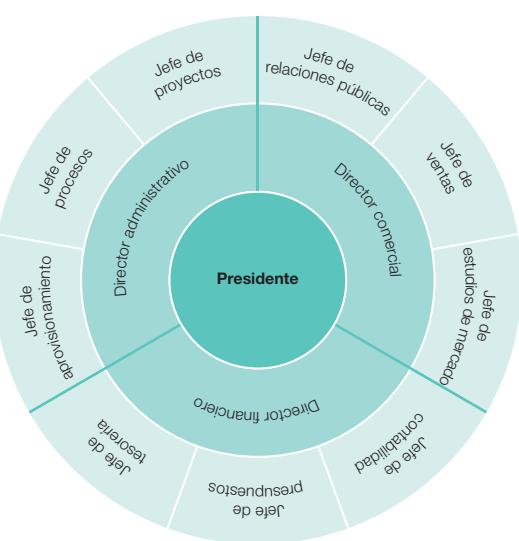


Fig. 2.4. Organigrama circular.

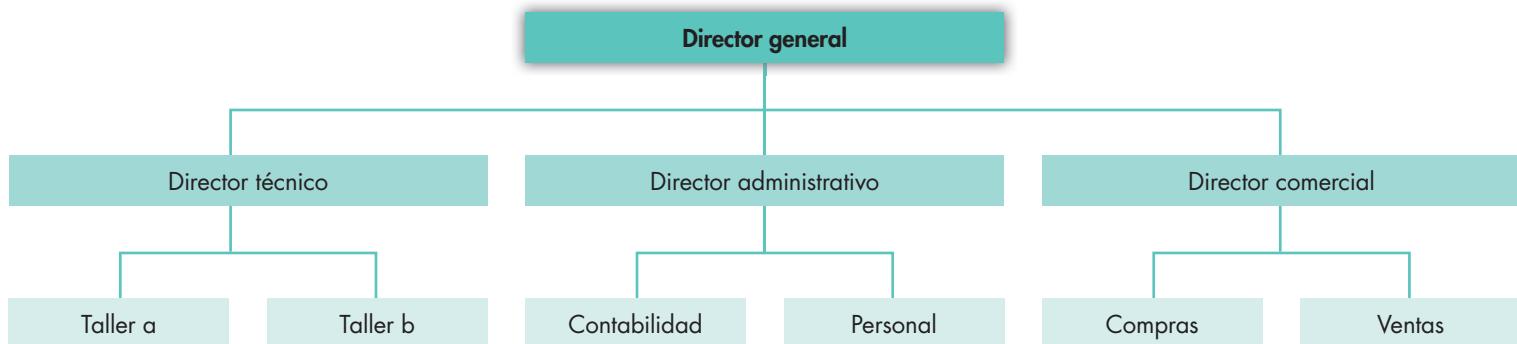


Fig. 2.5. Organigrama vertical.



Actividades

1. Enumera las áreas funcionales de la empresa.
2. ¿Cuáles son las características del sistema empresarial?
3. ¿Qué modelos de organización empresarial conoces?
4. Elabora un organigrama de una empresa dedicada a la elaboración de productos cárnicos. Además de la fabricación, comercializan sus productos y tienen una importante red de agentes comerciales. No te olvides de la sección de administración y recursos humanos.

5. El entorno de la empresa



¿Sabías que...?

La globalización se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros.

El concepto de globalización está determinado por **dos variables**:

- La globalización de **carácter financiero**, que ha tenido lugar en el mundo debido fundamentalmente a los avances tecnológicos y a la apertura de los mercados de capitales.
- La otra globalización se refiere a las **transacciones de bienes y servicios** que se realizan a escala mundial.



Web

www.ine.es

En la página del Instituto Nacional de Estadística podrás encontrar datos referentes al comportamiento de cualquiera de los factores del entorno.

Al definir la empresa como sistema, decíamos que «se entiende como un conjunto de elementos relacionados entre sí y con el sistema económico global. Este sistema económico pertenece a un todo unitario **relacionado con el entorno** o medio en el que actúa». Según esta definición, podemos llegar a la conclusión de que existe una relación fundamental entre la empresa y su entorno. La empresa depende de su entorno para lograr sus metas, por lo que es fundamental que conozca las oportunidades y amenazas que puede encontrar en él, para poder desarrollar una estrategia empresarial adecuada.

Podemos definir el **entorno** como todos aquellos factores externos a la empresa que tienen una influencia significativa en su estrategia empresarial.

En función de la naturaleza o de la forma en que el entorno se manifiesta en la empresa, podemos distinguir **dos niveles de entorno: entorno general** o macroentorno y **entorno específico** o microentorno.

5.1. El entorno general

Como ya vimos, está compuesto por todas aquellas variables que influyen en la empresa **y que esta no puede controlar**. Se refieren al medio externo que rodea a la empresa, derivado del sistema socioeconómico en el que desarrolla su actividad. Son factores **económicos, socioculturales, tecnológicos, políticos, legales, medioambientales e internacionales**.

- **Factores económicos.** Están determinados por la coyuntura y la estructura económica de cada país, región o municipio en el que actúa la empresa. Los datos económicos son de gran importancia para esta a la hora de tomar decisiones estratégicas, como puede ser la ubicación de una planta de producción o la apertura de nuevos mercados; se tendrá en cuenta el coste de la mano de obra, el precio del suelo, etcétera.

Las variables macroeconómicas tienen una repercusión total en el mundo empresarial. En la Tabla 2.2 podemos ver el comportamiento de alguna de ellas y sus consecuencias para las empresas.

- **Factores socioculturales.** Son los que se refieren a las características de la sociedad en la que la empresa se desenvuelve, como pueden ser, entre otros, los factores demográficos, el nivel educativo, los valores culturales, el envejecimiento de la población o la incorporación de la mujer al trabajo. Estos factores pueden tener una gran repercusión en los hábitos de consumo de la sociedad, unas veces por el aumento de la renta de las familias, otras por necesidades nuevas surgidas como consecuencia de los cambios producidos. Las empresas tienen que estar atentas a estas situaciones, ya que pueden suponer ventajas o desventajas competitivas.

- **Factores políticos y legales.** Los factores políticos y legales afectan a todos los aspectos de la actividad empresarial. Aspectos tan fundamentales en la actividad empresarial como la legislación fiscal, la legislación mercantil, la regulación del mercado financiero, las normas de carácter laboral, la legislación de patentes y marcas, entre otros muchos, provienen de los poderes públicos.

Variable macroeconómica	¿Qué significa?	¿Cómo repercute en la empresa?
Déficit público	Supone mayor gasto para el sector público	Menos dinero en circulación, más impuestos, menos ventas
Inflación	Aumento de los costes	Menor rentabilidad
Subida de los intereses	Aumento de los costes financieros	Disminución de la rentabilidad
Incremento del paro	Dificultad para generar nuevos empleos	Disminución de la demanda y bajada de las ventas

Tabla 2.2. Repercusión de algunas variables macroeconómicas en las empresas.

- Factores tecnológicos.** La incorporación de innovaciones tecnológicas a la empresa puede ofrecer grandes oportunidades. La tecnología influye en las empresas a distintos niveles: en la producción (nuevas técnicas de producción), en las características de los productos o servicios (introducción de productos nuevos o mejora de los existentes), en la gestión (nuevas formas de hacer las cosas, nuevas tecnologías). La empresa ha de valorar la viabilidad de introducir las innovaciones tecnológicas, ya que, dependiendo del tamaño y de la orientación de la empresa, puede suponer para ella un coste muy elevado.
- Factores medioambientales.** Están relacionados con el entorno natural de la empresa. En los últimos años se ha desarrollado una gran conciencia social en cuanto a los perjuicios medioambientales ocasionados por algunos procesos o productos industriales y se exige a las empresas mayor control en estos aspectos con el fin de disminuir las sustancias contaminantes o, en el aspecto positivo, fomentar el uso de materiales reciclables. La preocupación por la protección del medio ambiente puede suponer en un principio un encarecimiento de los procesos de producción, pero a largo plazo puede transformarse en una ventaja competitiva al proporcionar una mayor satisfacción: el bienestar social.
- Factores internacionales.** Aunque las empresas no se dediquen a la exportación o importación, de una forma u otra pueden verse afectadas por este factor. La globalización y las nuevas tecnologías afectan a las empresas a escala mundial, al facilitar la venta de los productos y disminuir la dependencia de los proveedores locales.



Importante

El **entorno** es el conjunto de factores sociales, culturales, políticos, legales, económicos y medioambientales que influyen en la vida de un individuo o de una empresa.

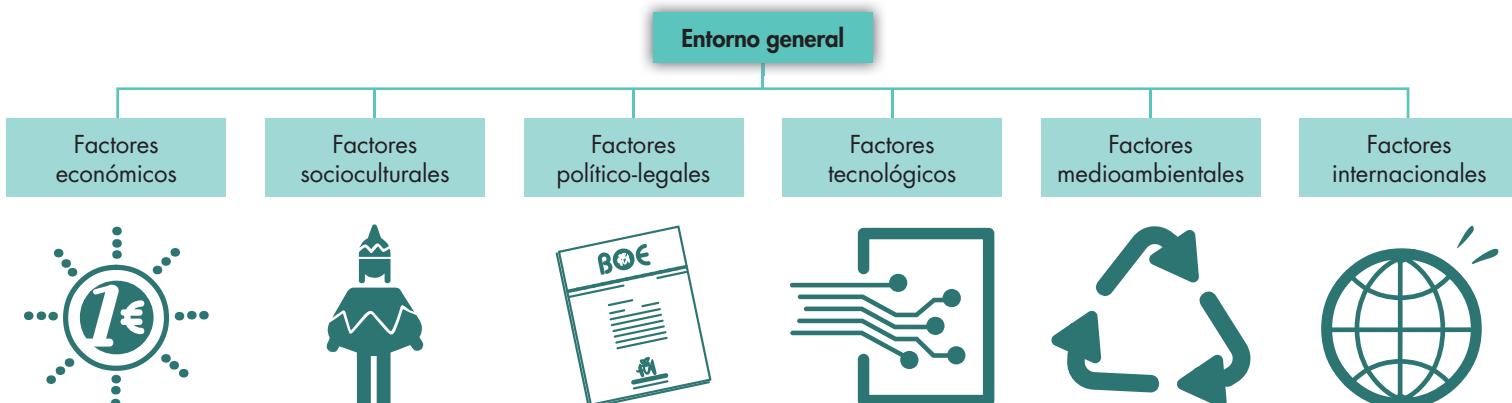


Fig. 2.6. Factores del entorno general (macroentorno).



Caso práctico 2



La empresa Vendemás.com, creada por Juan y María, se desenvuelve dentro del sector de la informática, un sector emergente y con grandes expectativas de futuro. Antes de tomar otras decisiones, se dan cuenta de que necesitan conocer el macroentorno dentro de este sector.

¿Qué factores pueden ser determinantes en el sector informático?

Solución

Han consultado la encuesta sobre el uso de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) y el comercio

electrónico en las empresas publicada por el Instituto Nacional de Estadística, a través de su web (www.ine.es). Tras ello, consideran que los factores que influyen especialmente en su sector son:

- Factores socioculturales.** El espectacular aumento de las compras por Internet hace que las empresas necesiten abrir sus escaparates en este espacio y precisen de técnicos de diseño y mantenimiento. Esto supone una gran oportunidad de negocio.
- Factores tecnológicos.** La tecnología avanza a pasos agigantados, lo que les exigirá estar al día sobre los productos y procesos, con la consiguiente inversión. Supone, por una parte, una amenaza por las inversiones continuas y, a la vez, una oportunidad por las necesidades de actualización de las empresas para las que trabajan.

A

Vocabulario

Competencia actual. Rivalidad existente entre las empresas establecidas en un sector.

Competencia futura. Nuevas empresas pueden entrar a competir en un sector y aumentar así la competencia con las empresas ya establecidas.

Cuota de mercado. Es el porcentaje que se tiene del total de mercado. Se puede expresar como un porcentaje de las ventas de la empresa dividido por las ventas totales disponibles en el mercado, o como el total de unidades vendidas por la empresa divididas por las unidades vendidas en el mercado.

5.2. El entorno específico

Se refiere al entorno más próximo a la empresa o al sector en el que la empresa 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 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 va a estar directamente relacionada con los beneficios y la rentabilidad de la empresa.

Estas fuerzas competitivas son: la **competencia actual y futura**, los **productos sustitutivos**, y los **proveedores** y los **clientes**.

A. Competencia

Cuanto más competidores existan en un sector, mayor será la **rivalidad** entre las empresas en él establecidas. La rivalidad entre los competidores actuales para mejorar su posición en el mercado llevará a las empresas a recurrir a estrategias publicitarias, intervenir en los precios de los productos o mejorar los servicios. Pero estas medidas son fácilmente observables por el resto de las empresas, lo que daría lugar a que se pusieran en marcha, por parte del resto de los componentes del sector, medidas neutralizadoras. Los **factores** que hacen que aumente esa rivalidad son:

Un elevado número de competidores

A mayor número de empresas existentes en un sector, mayor competencia entre ellas

El crecimiento del sector

La rivalidad entre los competidores de un sector es inversamente proporcional al crecimiento del mismo. Así, en un sector que crece con rapidez, en el que la demanda crece más que la oferta, las empresas rivalizarán menos que en un sector en el que la demanda estuviera estancada o decreciera

La estructura de costes

Unos costes fijos elevados influirán en la rivalidad de las empresas, ya que estas no darán en obtener una rentabilidad menor con el fin de cubrir sus costes de producción

La diferenciación del producto

Cuando la diferenciación del producto es escasa, los compradores cambiarán con mayor facilidad de proveedor, lo que hará que aumente la rivalidad entre los competidores

La capacidad productiva

Cuando las empresas de un sector tienen una gran capacidad productiva, la oferta supera a la demanda y esto hace que se dispare la rivalidad entre los competidores

Fuertes barreras de salida

La competencia es mayor en aquellos sectores en los que la dificultad de las empresas para abandonar es elevada. Algunos factores que impiden el abandono pueden ser la utilización por parte de las empresas de activos muy especializados, cuya venta o reutilización sea difícil; o barreras emocionales, como la lealtad a los empleados

La amenaza de entrada de nuevos competidores

La entrada de nuevas empresas en un sector producirá una bajada de la rentabilidad, puesto que la competencia hará que disminuyan los precios y, por otra parte, se producirá un aumento de los costes, ya que las empresas se verán obligadas a incurrir en gastos adicionales, como por ejemplo diseñar campañas publicitarias con el fin de mantener su cuota de mercado

○ B. Productos sustitutivos

Esta fuerza competitiva está muy relacionada con la innovación tecnológica. Los productos sustitutivos son aquellos que tienen el **mismo uso** o que satisfacen una misma necesidad. Por ejemplo, la mantequilla y la margarina; el azúcar y la sacarina.

La entrada de productos sustitutivos en el mercado hará que bajen los precios para hacer frente a la competencia, con lo cual bajará la rentabilidad.

○ C. Proveedores y clientes

El **poder negociador** de los clientes y los proveedores depende de factores similares. A medida que su poder de negociación aumenta, disminuye la rentabilidad del sector.

Algunos **factores** que intervienen en el poder de negociación son:

- **Grado de concentración.** Será mayor o menor en función del número de proveedores o clientes que se concentren en el sector.
- **Productos sustitutivos.** La existencia de productos sustitutivos hará que la fuerza negociadora de los proveedores frente a las empresas del sector disminuya, mientras que las empresas verán disminuida su capacidad de negociación frente a sus clientes cuando existan productos sustitutivos.
- **Diferenciación del producto.** Siempre conlleva una fidelización del cliente, lo que supone una merma en el poder de negociación.
- **Tamaño de la empresa.** Cuando la empresa, en función de su volumen de compras, deja de ser importante para el proveedor, se verá incrementado el poder de negociación de este. En el caso de los clientes sucede lo contrario: su poder negociador disminuye cuando su volumen de compras deja de ser importante para la empresa.

Los proveedores pueden suponer una **amenaza** para la empresa, sobre todo cuando se encuentran en una posición de fuerza y la empresa tiene poca capacidad de negociación. Estas situaciones surgen cuando los proveedores son escasos; no existen productos sustitutivos; estos son únicos o poco diferenciados; o cuando la empresa no es significativamente importante para el proveedor.

Los clientes, sin embargo, tendrán una mayor capacidad negociadora cuando existan productos sustitutivos, variados y diferenciados; cuando su volumen de compras sea elevado; o cuando sean numerosas las empresas que operan en el sector.



Fig. 2.7. Los productos sustitutivos son aquellos que satisfacen una misma necesidad.



Caso práctico 3

Ramón lleva al frente de su restaurante muchos años sin que hasta el momento la competencia haya supuesto un peligro para su empresa.

Recientemente han abierto un restaurante de características similares, cuya apertura ha hecho que descienda el número de clientes.

¿Qué ha supuesto la entrada de nuevos competidores? ¿Qué medidas ha tomado?

Solución

Ha supuesto una bajada de ingresos debido al descenso de la clientela y, por consiguiente, un descenso de la rentabilidad.

Ha decidido publicitarse en la radio local. Si bien de entrada esto supone un aumento en los costes, espera que la campaña publicitaria aumente su clientela, y volver a recuperar su anterior cuota de mercado.

5.3. El entorno y los cambios

Además de la clasificación del entorno en función de los elementos que lo integran, podemos hacer otra clasificación **en función de las características de los cambios** que se originan en los diferentes factores a lo largo del tiempo. Según esta clasificación, existen los siguientes tipos de entornos: **estables o dinámicos, simples o complejos y favorables u hostiles**. Cualquiera de estos aspectos va a condicionar las decisiones de la empresa.

A. Entornos estables o dinámicos

Decimos que un **entorno es estable** cuando sus características no cambian o son fáciles de predecir. Por ejemplo, en un taller mecánico los cambios que se pueden producir en los servicios que ofrece son prácticamente inexistentes: su entorno es un entorno estable; mientras que una empresa que se dedica al diseño de videojuegos está sujeta a cambios constantes, cada producto es diferente: su entorno es un entorno dinámico. El **entorno dinámico** hace que el trabajo de una empresa resulte **incierto e impredecible**.

B. Entornos simples o complejos

Podemos definir un **entorno simple** como aquel en el que los cambios que se producen son fáciles de comprender y, por el contrario, es un **entorno complejo** cuando los cambios en él producidos representan una mayor dificultad de comprensión debida a la complejidad de las variables que intervienen. Ejemplos de estos tipos de entorno serían un comercio de alimentación, como entorno simple, en el que los conocimientos requeridos son elementales, y una refinería de petróleo, en el que los cambios son difíciles de prever y los conocimientos para la producción son extremadamente complejos.

C. Entornos favorables u hostiles

La diferencia entre **entorno hostil** y **entorno favorable** está en la mayor o menor importancia que tengan para las empresas los impactos del entorno, la necesidad que estas tengan de protegerse frente a los cambios, y las consecuencias que estos cambios tengan sobre ellas. Por ejemplo, una empresa constructora se moverá en un entorno hostil, puesto que tendrá que enfrentarse a cambios desfavorables, como la subida del precio del dinero y, como consecuencia, la bajada en la demanda de viviendas; mientras que una farmacia se mueve en un entorno favorable, puesto que sus ventas están aseguradas.

El criterio de **hostilidad** depende de conceptos como la competencia, las relaciones con los grupos de poder (el gobierno, los medios de comunicación, los sindicatos, etc.), la disposición de recursos naturales o la conflictividad laboral, entre otros.

Estabilidad	Complejidad	Hostilidad
Estable	Simple	Hostil
Dinámico	Complejo	Favorable

Tabla 2.3. División del entorno en función de las características de los cambios.



Fig. 2.8. En ocasiones la mutua competencia puede crear un entorno favorable.

● 6. Análisis de las relaciones de una pyme con el entorno. Análisis DAFO

Las empresas han de poner especial atención en el análisis del entorno debido al grado de interrelación que mantienen con él. Deberán analizarlo cuidadosamente para prever las repercusiones que pueda tener sobre ellas y poder llevar a cabo las **acciones** siguientes:

- **Detectar las oportunidades y las amenazas del entorno**, lo que les permitirá aprovechar las oportunidades que les ofrece y actuar sobre las amenazas.
- **Identificar los cambios internos** que necesitarán poner en marcha para mejorar su relación con el entorno y facilitar su adaptación a él.

De esta forma, para conocer con precisión sus propias debilidades, las amenazas de su entorno, sus fortalezas y las oportunidades que les brinda el mercado, las empresas suelen utilizar una herramienta conocida como **análisis DAFO**, que pueden elaborar ellas mismas o, en algunos casos, encargar su elaboración a asesores externos especializados. El análisis de estos aspectos ayudará a la empresa a establecer su estrategia comercial.

Las siglas DAFO corresponden, por tanto, a las iniciales de **debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades**:

Internos	Externos
Debilidades	Amenazas
Puntos débiles de la empresa que pueden frenar la consecución de los objetivos	Todo aquello previsible que, en caso de producirse, afectaría gravemente a los objetivos marcados
Fortalezas	Oportunidades
Puntos fuertes con los que cuenta la empresa: liderazgos, personas, productos, conocimientos, estructura, etcétera	Aspectos positivos del entorno que, en caso de darse, favorecerían la consecución de los objetivos

Tabla 2.4. Análisis DAFO.



Caso práctico 4



La empresa de instalaciones eléctricas MiguelES ha realizado un estudio del entorno para determinar cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles, así como las amenazas y las oportunidades que este le ofrece.

Ha llegado a la siguiente conclusión:

Toni

Fig. 2.9. El análisis DAFO puede ser realizado por asesores externos especializados.

Interno	Externo
Debilidades Ser nuevo en el mercado. Necesidades financieras.	Amenazas Descenso de la construcción. Incremento del precio del dinero.
Fortalezas Preparación técnica. Preparación de gestión de empresa. Capacidad de trabajo y de organización.	Oportunidades Pocas empresas en el sector. Demanda desatendida.

**Recuerda**

- D **Debilidades**
- A **Amenazas**
- F **Fortalezas**
- O **Oportunidades**

**Web**

[www.guiadelacalidad.com/
modelo-efqm/analisis-daf](http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/analisis-daf)



En este enlace encontrarás información detallada sobre qué es, para qué sirve y qué objetivos se persiguen con el análisis DAFO. Además, dispone de plantillas y tablas para su elaboración.

6.1. Fortalezas y debilidades

Son aspectos internos de la empresa. Hacen referencia a las **ventajas o desventajas frente a la competencia** en relación con las capacidades de los promotores, como por ejemplo capacidad financiera, capacidad de gestión, conocimiento o no del negocio, ventajas o desventajas en costes, etcétera.

Su análisis nos ayudará a conocer la **posición competitiva** de nuestra empresa en el sector.

6.2. Amenazas y oportunidades

Las empresas desarrollan su actividad dentro de una sociedad con una estructura política, social, económica, cultural, etc. Este entorno cambiante establecerá el **marco de actuación** de la empresa, por lo que es fundamental observar ese entorno para detectar rápidamente las amenazas y oportunidades a las que nos enfrentamos.

Si bien **este entorno no es controlable** por la empresa, esta sí podría tomar decisiones al respecto, intentando aprovechar las oportunidades y escapando o reduciendo los efectos de las amenazas. Son aspectos relativos a la evolución del entorno, y están relacionados con aspectos legales, políticos, socioculturales, demográficos, económicos, tecnológicos y medioambientales.

Algunos aspectos interesantes que conviene tener en cuenta en el análisis de amenazas y oportunidades podemos encontrarlos en la Tabla 2.5.

Factores externos a la empresa	
Entorno medioambiental	Restricciones de suministros Asignación de recursos Degrado del medio ambiente
Entorno tecnológico	Innovaciones: en maquinaria y productos Patentes, I+D
Entorno demográfico	Tamaño de la población y estructura de la edad Tasas de natalidad y mortalidad Cambios en la población Formación de familias Movimientos de la población
Entorno legal y político	Legislación sobre actividad profesional Sistema político Autonomías Convenios con otros países
Entorno económico	Renta: renta per cápita, renta familiar, etcétera Crecimiento o recesión de la economía Desempleo Política monetaria, tipos de cambio y política fiscal
Entorno social y cultural	Cambios en los valores Incorporación de la mujer al trabajo Cambios en los estilos de vida Tendencias de la educación Grupos sociales Actitudes y comportamientos de uso de los productos

Tabla 2.5. Factores externos a la empresa.

● 7. Cultura empresarial e imagen corporativa

La cultura empresarial es lo que identifica la forma de ser de una empresa, y se manifiesta en la manera en que esta actúa ante los problemas y oportunidades y en la adaptación a los cambios. Podemos decir que es un estilo de **pensar, vivir y actuar**.

La cultura empresarial **se proyecta** hacia el exterior mediante la imagen corporativa.

La **imagen corporativa** tiene que ver con lo que se percibe de una empresa, con lo que significa. Una imagen corporativa se diseña por expertos en *marketing* y comunicación, que utilizan las relaciones públicas, las campañas publicitarias y otras formas de promoción para provocar un interés entre los consumidores, generar riqueza de marca y facilitar así las ventas del producto o atraer clientes. En la creación de la imagen de una empresa no interviene solamente la compañía, sino que existen otros factores que contribuyen a crear esa imagen, como pueden ser los medios de comunicación, los sindicatos, las organizaciones medioambientales, etcétera.

Mediante la imagen corporativa, los usuarios pueden reconocer quién factura el producto o servicio, y por tanto identificar las características y valores del mismo: **qué es, quién lo hace y cómo lo hace**.

Los elementos externos de una empresa constituyen la **identidad visual corporativa**, mediante la cual el público **reconoce** una empresa y la **distingue** de otras.

La identidad visual de una empresa consiste en la agrupación del **símbolo** con el **logotipo** y el **color**, con lo que se crea un **sistema de señales** propio.

Veamos un ejemplo: los envases, los uniformes, el mobiliario y la papelería de una empresa son elementos necesarios para su funcionamiento. Si se aprovecha para que transmitan la imagen de la misma, actuando como agentes de publicidad, se rentabilizan al máximo las inversiones que necesariamente tendrá que hacer la empresa.



Vocabulario

Logotipo (también conocido como «**logo**»). Es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras, etc., reunidas en un bloque que identifica a la empresa o entidad que representa. Se puede aplicar a toda clase de material impreso o visual.

Marketing. Conjunto de técnicas destinadas a conocer el entorno de la empresa y a identificar las oportunidades que este le ofrece.



Red Bull®

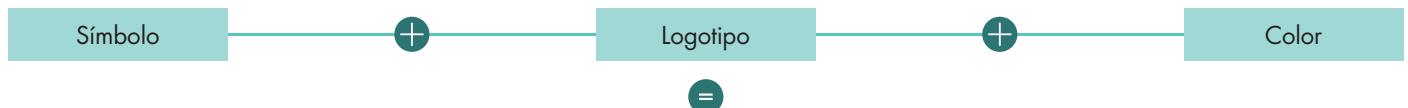


Fig. 2.10. Ejemplo de la identidad visual corporativa de Red Bull®.

8. Responsabilidad social de la empresa. El balance social

Podemos definir la **responsabilidad social de la empresa**, o responsabilidad social corporativa, como el **conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos** que tienen las empresas ante aquellos grupos de interés en los que revierten los impactos producidos por su actividad y sus operaciones.



Web

www.jussemper.org


Desde esta web podrás acceder a documentos de la UE sobre responsabilidad social corporativa (RSC).

La responsabilidad social de la empresa se asienta fundamentalmente en **tres áreas: económica, sociocultural y medioambiental**.

- Desde el punto de vista **económico**, se puede decir que una empresa tiene un comportamiento responsable cuando consigue obtener el máximo de beneficios y de producción haciendo un uso responsable de los recursos, evitando el despilfarro en el uso de la energía, reutilizando y reciclando las materias primas, usando mano de obra en condiciones justas y pagando un precio adecuado a los proveedores por sus productos, servicios o materias primas.
- Desde el punto de vista **sociocultural**, la responsabilidad social de la empresa se expresa respetando las leyes, las costumbres sociales y la herencia cultural de la sociedad en la que se desenvuelve, además de participar en la política pública, colaborando en la mejora del bienestar general de la sociedad.
- La responsabilidad **medioambiental** de una empresa ha de tenerse en cuenta en todas aquellas decisiones que puedan suponer un impacto frente al medio ambiente, ya sea a través del consumo de materias primas o en la generación de residuos contaminantes. La empresa ha de contribuir a un desarrollo sostenible, de modo que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer las de las generaciones del futuro.

Cada empresa fijará el contenido de su responsabilidad social analizando los **puntos de cruce** de las áreas de actividad de la empresa y los agentes sociales afectados por la misma. Para ello tendrá en cuenta **dos límites**:

- **Límite mínimo de responsabilidad:** cumplimiento de las normas jurídicas más restrictivas.
- **Límite máximo de responsabilidad:** aquel en el que asumir esa responsabilidad pueda suponer una pérdida de competitividad y rentabilidad para la empresa.

Económica	Desarrollo económico, actuación en el mercado, impactos económicos indirectos
Sociocultural	Derechos humanos. No discriminación, libertad de asociación, explotación infantil, seguridad
	Derechos laborales. Empleo, relación empresa/trabajadores, salud y seguridad en el trabajo, formación, igualdad de oportunidades
Medioambiental	Sociedad. Comunidad, corrupción, política pública, competencia desleal, cumplimiento de la normativa
	Impactos de/en materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, vertidos, residuos, productos y servicios, transportes

Tabla 2.6. Contenido de cada una de las principales áreas de la RSE.

8.1. El balance social

Las empresas tienen unos objetivos mucho más amplios que los estrictamente económicos para asegurar su supervivencia. Esos objetivos se traducen en acciones y programas de **beneficio común**, los cuales se evalúan periódicamente a fin de controlar su comportamiento y la continuidad de las políticas sociales que la empresa ha adoptado de forma voluntaria.

El balance social es un instrumento de gestión que permite a las empresas planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos el cumplimiento de su responsabilidad social, en un periodo determinado y de acuerdo con unas metas preestablecidas. Es una herramienta fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social libremente asumida.

Los **objetivos** del balance social son:

- **Realizar el diagnóstico** de la gestión empresarial en relación con el cumplimiento de su responsabilidad social en un periodo determinado, lo cual le permite definir políticas, establecer programas y analizar la efectividad de las inversiones sociales, de cara a sus trabajadores y a la sociedad.
- **Evaluar las acciones** en términos de coste-beneficio.
- Disponer de la información necesaria para poder **informar adecuadamente a la opinión pública** acerca de las prácticas sociales como empresa.
- Como instrumento de gestión permite a la empresa **actualizar políticas** y programas relacionados con su responsabilidad social, ya que crea instrumentos más efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos y los beneficios que se desprenden de sus acciones.

El balance social **implica**:

- **Definir los grupos** con los cuales se tiene relación y que esperan acciones de la empresa en cumplimiento de su responsabilidad social.
- **Definir los campos de actividad** relacionados con estos grupos que se van a controlar y evaluar durante el periodo, lo cual implica definir las variables e indicadores para su control.

El balance social ha de estructurarse en función de **dos grandes áreas: área interna y área externa**.



Vocabulario

Cualitativo. Hace referencia a cualidades o características de las cosas.

Cuantitativo. Los datos se miden numéricamente; se utiliza una escala numérica.



CEO

En el Centro de Enseñanza Online podrás ver un modelo de balance social y su interpretación.

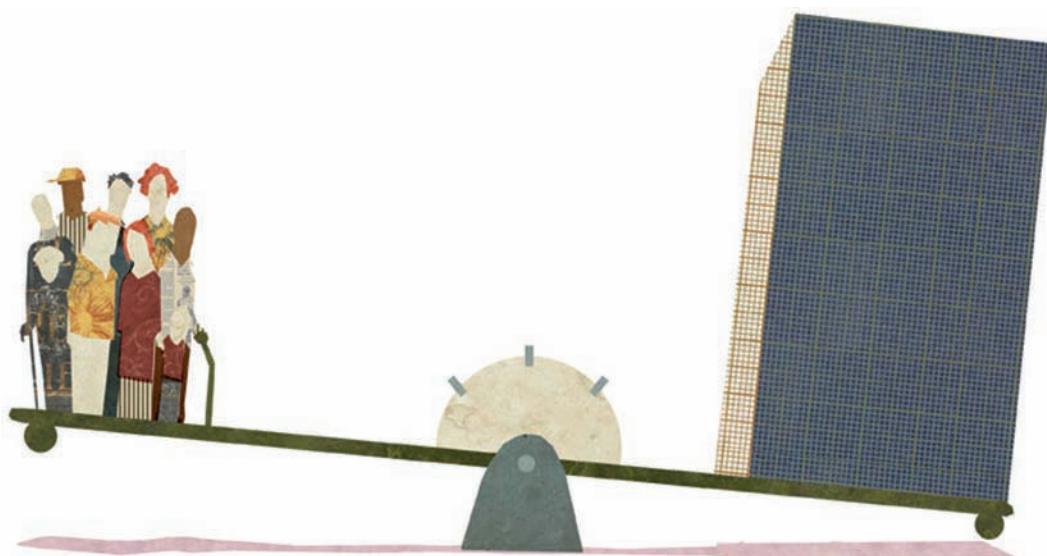


Fig. 2.11. El balance social es el instrumento utilizado por las empresas para evaluar su responsabilidad social.

○ A. Área interna

Se refiere a las respuestas y acciones de la empresa hacia **sus trabajadores** en **tres aspectos**:

- **Características sociolaborales del personal.** Composición y características del personal, régimen salarial y características laborales, prestaciones sociales, etcétera.
- **Servicios sociales.** Servicios y beneficios que ofrece la empresa a sus colaboradores, como por ejemplo controles periódicos de salud, programas de prevención y salud laboral, ayudas para la vivienda, transporte, asesoría, etcétera.
- **Integración y desarrollo.** Estas acciones tienen relación con los servicios prestados por la empresa respecto al crecimiento profesional y personal de sus trabajadores. Por ejemplo, formación.

○ B. Área externa

¿Sabías que...?

En 2001, la Unión Europea presentó el **Libro verde** para fomentar un **marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**.

Se refiere al cumplimiento de la responsabilidad social con **el entorno** en el que se relaciona, estableciendo una clasificación en tres campos en función del nivel de relación de la organización con los diferentes sectores:

- **Relaciones primarias.** Las que establece la empresa de forma directa con el personal que hace posible su funcionamiento, como pueden ser accionistas, proveedores, clientes competidores, jubilados, etcétera.
- **Relaciones con la comunidad.** Tanto en el ámbito local como en el de la sociedad en general, como sector público. Algunas de las variables que se deben tener en cuenta dentro de este grupo son el empleo generado, las aportaciones de la empresa a las infraestructuras locales, la protección del medio ambiente, la participación en proyectos de interés público, las aportaciones fiscales tales como impuestos, etcétera.
- **Relaciones con otras instituciones.** Dentro de este grupo se evalúan las relaciones con los medios de comunicación, las asociaciones, los gremios y las universidades.

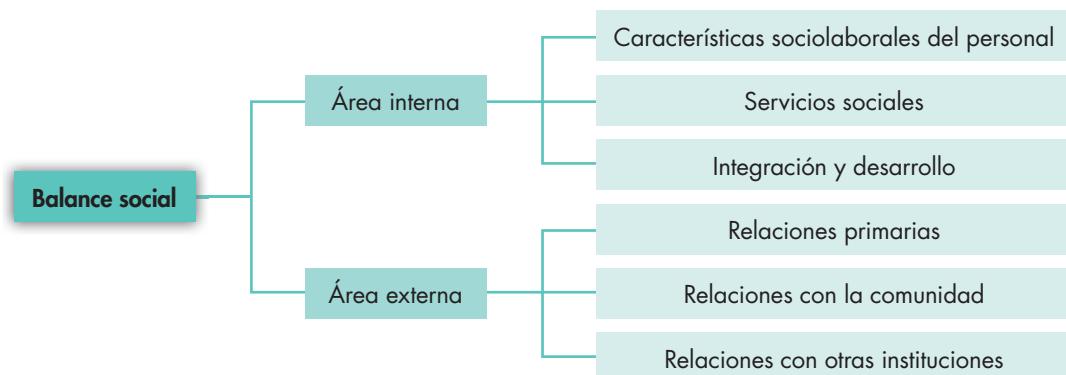


Fig. 2.12. El balance social.



Caso práctico 5

La guardería Pequeñines ha decidido incorporar en su empresa prácticas de respeto al medio ambiente. ¿Cómo las ha llevado a cabo?

Solución

En primer lugar, ha realizado una campaña de sensibilización de todo el personal de la guardería.

En segundo lugar, ha colocado contenedores para separar los residuos en función de sus características: papel, vidrio, envases, aceites, etcétera.

En tercer lugar, ha incorporado medidas reductoras del consumo de agua: disminuir el agua de los sanitarios, incorporar mecanismos para atomizar el agua en grifos, entre otros.

Por último, ha cambiado las lámparas tradicionales por otras de bajo consumo.

Esto ha supuesto una pequeña inversión para la empresa, pero considera que es su manera de contribuir al mantenimiento del planeta.

9. La ética empresarial

La **ética** es la parte de la filosofía que se ocupa del estudio de las conductas de las personas en cuanto a su definición como buenas o malas, correctas o incorrectas. Los actos de las empresas y de los individuos que forman parte de ellas **repercuten** de manera positiva o negativa en otras empresas, otros individuos u otros procesos.

Los **valores básicos** de la ética empresarial son: **igualdad, libertad, diálogo, respeto y solidaridad.**

Un comportamiento ético en el seno de la empresa puede ser una fuente de ventajas competitivas, ya que puede atraer clientes y personal de primer nivel. La creciente preocupación por un comportamiento ético en las organizaciones hace que cada vez sea más frecuente la implantación de **códigos éticos** en las empresas, es decir, documentos en los que se plasman los valores esenciales de esta y las reglas éticas que debe seguir su personal. Un código de conducta o código ético tiene como objetivo **complementar** las **normas, las políticas y las leyes pertinentes**, sin pretender ser un sustituto de ellas.

Para que un código ético sea efectivo tiene que ser concreto, consensuado por la dirección y los trabajadores, y ha de referirse a las medidas a tomar en caso de incumplimiento.

Como **prácticas** que incorporan valores éticos y sociales dentro de las empresas podemos identificar las siguientes:

- **Cumplir con rigor las leyes**, reglamentos, normas y costumbres, respetando los contratos legítimos y los compromisos adquiridos.
- **Crear riqueza** de la manera más eficaz posible.
- **Respetar los derechos humanos** y ofrecer unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y la salud laboral, así como el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- **Respetar el medio ambiente** evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- **Servir a la sociedad** con productos útiles y en condiciones justas.
- **Procurar la distribución equitativa** de la riqueza generada.

Una conducta ética en el seno de la empresa suele mejorar el funcionamiento de la misma, reduciendo los conflictos de los miembros que la forman, mejorando su imagen exterior, y además supone un componente esencial del concepto de **calidad total**.



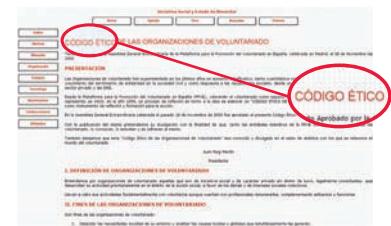
Actividades

8. Señala las diferencias que existen entre los conceptos de logotipo e imagen corporativa.
9. ¿Qué entiendes por «balance social»? ¿Cuáles son los objetivos fundamentales que se persiguen en una empresa con el balance social?
10. ¿Qué es el código ético de una empresa u organización? Pregunta al tutor si en tu instituto se ha elaborado un código ético; en caso afirmativo, analízalo junto a tus compañeros y enumera aquellos puntos que suponen una mejora para el funcionamiento del instituto.



Web

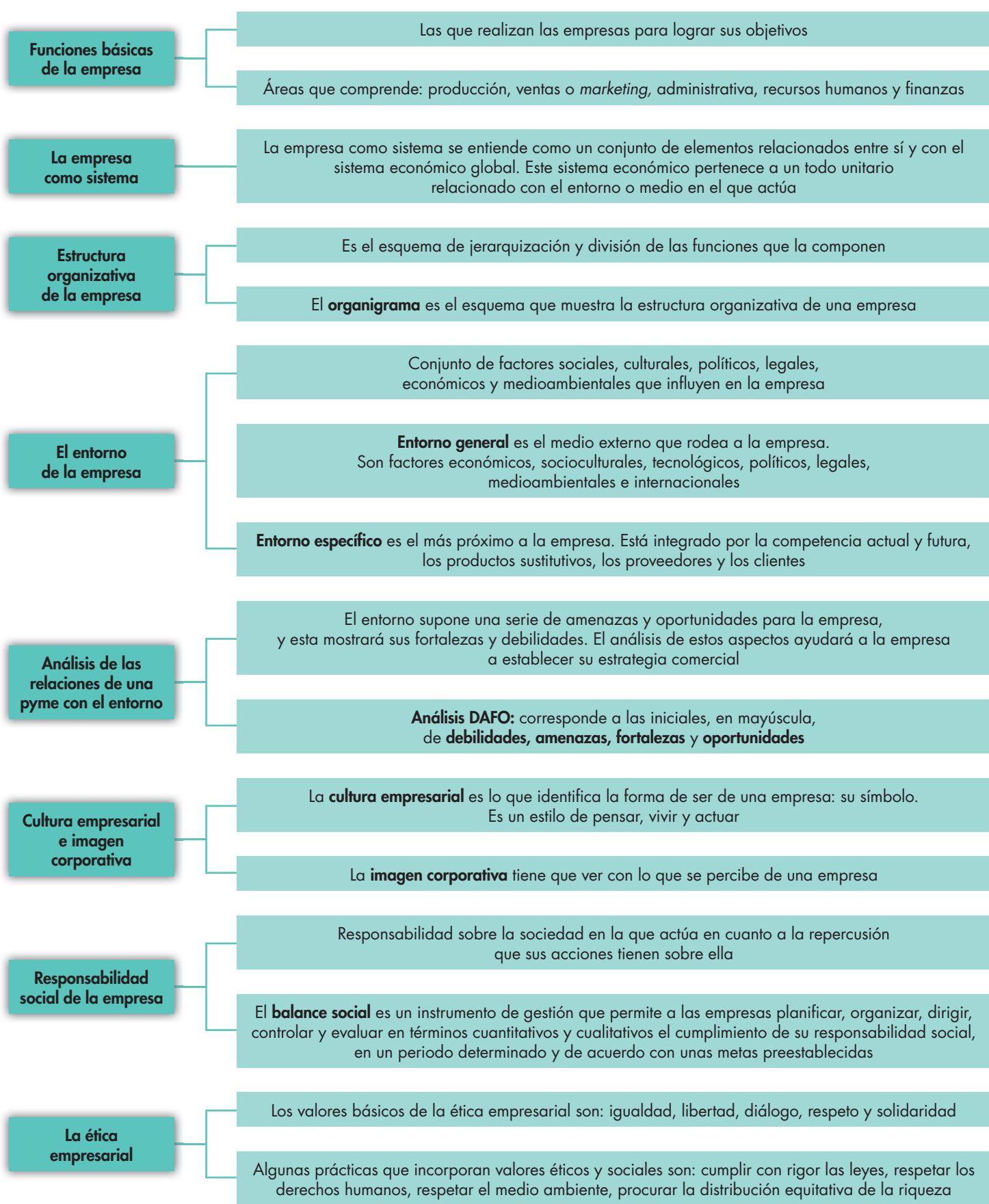
www.iniciativasocial.net/etica2.htm



Entrando en esta dirección podrás ver un modelo de código ético, en este caso el *Código ético de las organizaciones de voluntariado en España*.



Síntesis





Test de repaso

1. Las empresas realizan una serie de funciones básicas para lograr sus objetivos. Estas funciones están en relación directa con:

- a) Los clientes actuales y futuros.
- b) Los departamentos o divisiones de la empresa.
- c) El entorno general y específico.

2. ¿Qué significa «sistema empresarial»?

- a) El modo de actuar sistemáticamente una empresa dentro de su entorno.
- b) Conjunto de departamentos de la empresa.
- c) Conjunto de elementos interrelacionados entre sí y con el sistema económico global, diseñados para alcanzar un objetivo específico.

3. Atendiendo al principio de jerarquía y división del trabajo, podemos distinguir los siguientes modelos de organización empresarial:

- a) Organización vertical u horizontal.
- b) Organización vertical, horizontal y circular.
- c) Organización general y específica.

4. En función de la naturaleza del entorno en el que se desenvuelve la empresa, distinguimos las siguientes clases de entorno:

- a) Entorno estable/dinámico, simple/complejo, hostil/favorable.
- b) Entorno general y específico.
- c) Entorno dinámico y complejo.

5. En función de las características de los cambios que se originan en los diferentes factores a lo largo del tiempo, distinguimos las siguientes clases de entorno:

- a) Entorno estable/dinámico, simple/complejo, hostil/favorable.
- b) Entorno general y específico.
- c) Entorno dinámico y complejo.

6. El entorno específico está formado por los siguientes factores:

- a) Factores socioculturales, tecnológicos y medioambientales.
- b) Factores político-legales, demográficos y económicos.
- c) Competencia actual y futura, productos sustitutivos, proveedores y clientes.

7. La palabra DAFO corresponde a las iniciales de cuatro palabras. ¿A cuáles de las siguientes?

- a) Decisiones, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- b) Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- c) Decisiones, amenazas, fortalezas y objetivos.

8. ¿Qué entiendes por «cultura empresarial»?

- a) Lo que se percibe de una empresa, lo que significa.
- b) Lo que identifica la forma de ser de una empresa, su forma de pensar, vivir y actuar.
- c) La formación cultural de los integrantes de la empresa.

9. La imagen corporativa es:

- a) El logotipo de la empresa.
- b) Lo que se percibe de la empresa, su personalidad.
- c) La persona que representa a la empresa.

10. La responsabilidad social de la empresa está íntimamente relacionada con la sostenibilidad y está conformada por tres áreas básicas. ¿Sabrías decir cuáles?

- a) Económica, sociocultural y medioambiental.
- b) Los derechos de los trabajadores, los derechos humanos y los derechos de la sociedad.
- c) El desarrollo económico, el entorno y las ventas.

11. El balance social es:

- a) Un instrumento de gestión que permite a las empresas planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos el cumplimiento de su responsabilidad social, en un periodo determinado y de acuerdo con unas metas pre establecidas.
- b) Es una herramienta fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social libremente asumida.
- c) Las respuestas a) y b) son ciertas.

12. Los valores básicos de la ética empresarial son:

- a) Cumplir las leyes y respetar los derechos humanos.
- b) Conseguir beneficios.
- c) Igualdad, libertad, diálogo, respeto y solidaridad.



Comprueba tu aprendizaje

Definir las funciones básicas que se realizan en una empresa y analizar el concepto de sistema aplicado a la empresa

1. ¿De qué otra forma se denominan las funciones básicas de la empresa?
2. Cita tres áreas funcionales de la empresa y di qué funciones desempeña cada una de ellas.
3. El área administrativa se ocupa de la administración general de la empresa y a su vez comprende otras cuatro funciones. ¿Podrías decir cuáles?
4. Cuando hablamos de «la empresa como sistema», ¿qué te sugiere?
5. La empresa como sistema tiene cuatro características fundamentales. Enuméralas y explica cada una de ellas.
6. ¿Cuáles son las cuatro partes esenciales del sistema empresarial?
7. ¿Qué modelos de organización empresarial conoces? ¿En qué se basa cada uno de ellos?
8. ¿Qué es un organigrama? ¿Qué se refleja en él?
9. En función de la clasificación de los organigramas que hemos hecho en esta unidad, enumera los tipos que conoces y las características de cada uno de ellos.
10. La empresa Sauce se dedica a la producción y venta de plantas ornamentales. Tiene un departamento que se dedica al diseño, creación y mantenimiento de jardines. Parte de la producción la vende a pequeñas floristerías y, por otra parte, compra plantas que ellos no pueden producir a mayoristas.

Analiza los departamentos en que puede dividirse esta empresa y realiza el organigrama que nos muestre la estructura organizativa de la misma.

Para la realización del organigrama puedes ayudarte de la herramienta de Microsoft Office; entra en *Insertar* y dentro de este apartado pincha en *Diagrama*, que te mostrará diferentes modelos de organigramas. Elige el que más te convenga.

Identificar los elementos del entorno de una pyme

11. ¿Qué entiendes por «entorno de la empresa»?
12. Cuando nos referimos a la clasificación del entorno en función de las características de los cambios que se originan en los diferentes factores a lo largo del tiempo, ¿qué tipos de entorno podemos decir que existen? Define cada uno de ellos.

13. En este tema hemos distinguido entre dos niveles de entorno empresarial, en función de la naturaleza de este. ¿A cuáles nos referimos?

14. Una empresa dedicada a la exportación de frutas y verduras tiene que enfrentarse a cambios en el precio del dinero, a fluctuaciones en el precio de los combustibles, y está sujeta a grandes presiones por parte del sector transporte. Analiza el entorno de esta empresa en función de:

- Su estabilidad.
- Su complejidad.
- Su hostilidad.

Describir los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa

15. ¿Cuáles son los factores que integran el entorno general de una empresa?

16. Para la puesta en marcha de la empresa que quieres crear tienes que pedir un préstamo al banco para poder hacer frente a las inversiones iniciales.

¿Cómo crees que puede repercutir en tu empresa una subida de los tipos de interés?

¿En qué grupo de factores que componen el entorno general de la empresa englobarías esta variable?

17. Pon tres ejemplos de factores socioculturales.

18. Cuando hablamos de las leyes que afectan a las empresas, tales como legislación fiscal, legislación mercantil o legislación laboral, ¿a qué tipo de factores del entorno general de la empresa nos estamos refiriendo?

Analizar la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, los proveedores y la competencia como principales integrantes del entorno específico

19. ¿A qué nos referimos cuando hablamos del entorno específico de la empresa?

20. ¿Cuáles son los factores del entorno específico de la empresa?

21. ¿Qué es para ti la competencia? ¿Qué entiendes por «competencia actual»? ¿Y por «competencia futura»?

22. ¿Qué factores conoces que pueden hacer que aumente la rivalidad entre las empresas?

23. ¿Qué son los productos sustitutivos? Pon un ejemplo de un producto sustitutivo que utilices en tu vida diaria.



Comprueba tu aprendizaje

24. El poder negociador de clientes y proveedores está en relación inversa a la rentabilidad del sector. Cita algún factor que intervenga en el poder negociador de clientes y proveedores.

25. ¿De qué se ocupa el análisis DAFO?

26. Dentro de los factores externos a la empresa, ¿qué aspectos identificarías con el entorno demográfico?

27. Escribe, junto a tres de tus compañeros, una iniciativa empresarial que queráis poner en marcha.

Haced un análisis de los aspectos internos de la empresa que debéis tener en cuenta:

- Describid los recursos y las destrezas que tiene la empresa, en qué se diferencia de la competencia, qué sabe hacer mejor, es decir, sus fortalezas.
- Describid los factores en los cuales posee una posición desfavorable respecto a la competencia, es decir, sus debilidades.

Ahora analiza sus aspectos externos:

- Describe los posibles mercados o nichos de negocio, es decir, sus oportunidades.
- Describe los factores que pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa, esto es, sus amenazas.

Una vez descritas las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades de la empresa, podéis construir la matriz DAFO que os permita visualizar y resumir la situación de aquella.

Valorar los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa y su relación con los objetivos empresariales

28. ¿Qué entiendes por «cultura empresarial»?

29. La imagen corporativa tiene que ver con lo que se percibe de una empresa, pero ¿quién se encarga del diseño y la creación de la imagen de una empresa? Razona tu respuesta.

30. ¿Qué es un logotipo? Escribe un logotipo de una marca conocida y analiza sus características. ¿Qué representa de la empresa?

Analizar el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial

31. ¿Qué consideras que significa el término «responsabilidad social de la empresa»?

32. Cuando se asocia el término «responsabilidad social de la empresa» al de «sostenibilidad» surgen las tres áreas básicas de la responsabilidad social. ¿Sabrías decir cuáles son estas tres áreas básicas?

33. El aumento del interés de la sociedad por la protección del medio ambiente exige a las empresas que asuman responsabilidades en cuanto a la defensa del entorno natural. Esto supone unos costes adicionales para las empresas, pero también pueden aprovechar para convertirlo en ventajas competitivas. Pon un ejemplo de una empresa que conozcas que haya utilizado esta característica para hacer más atractivo su producto.

Elaborar el balance social de una empresa, y describir los principales costes sociales en que incurre, así como los beneficios sociales que produce

34. Explica qué entiendes por «balance social».

35. ¿Cuáles son los objetivos que persigue el balance social?

36. El balance social se ha de estructurar en función de dos grandes áreas. Enuméralas y señala los aspectos que comprende cada una de ellas.

Identificar prácticas que incorporen valores éticos y sociales

37. ¿Qué es para ti la ética empresarial? ¿Cuáles son sus valores básicos?

38. ¿Qué es un código ético? ¿Qué características ha de tener para que sea efectivo?

39. Cita tres prácticas que incorporen éticas sociales dentro de las empresas.

40. Trata de definir el concepto de «calidad total».



Plan de empresa

En esta unidad hemos estudiado aspectos importantes a la hora de desarrollar un plan de empresa. Hemos visto la necesidad de observar el entorno en el que esta se desenvuelve, tanto el **macroentorno** como el **microentorno**, ya que este tendrá un gran peso para determinar si nuestra empresa puede o no tener un hueco en el mercado, es decir, posibilidades de desarrollarse.

Otro aspecto que hemos visto, y que también es interesante tener en cuenta en la elaboración del plan de empresa, es la **responsabilidad social de esta**, ya que esto puede suponer un coste, pero también podemos utilizarlo como estrategia empresarial y obtener beneficios de las prácticas éticas y sociales incorporadas a la empresa.

Por tanto, en la presente unidad centraremos el plan de empresa en todo lo referente al **estudio del entorno y del mercado** en el que pretendemos competir y en cuáles son nuestras armas. Definiremos cómo nos afecta el entorno, sus amenazas y oportunidades, y cuáles son nuestras fortalezas y debilidades, para tener criterios a la hora de decidir si nuestra empresa puede tener un hueco en el mercado.

Para ello, analizad cómo afectaría el entorno al negocio que habíais planteado, siguiendo las siguientes indicaciones:

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas.

a) Macroentorno

- ¿Cómo nos afectan las tendencias políticas, sociales y económicas?
- ¿Qué normativa puede afectarnos?
- ¿Cuáles son los hábitos de consumo de la población respecto al producto o servicio que pretendemos introducir?
- ¿Cómo influye la tecnología en nuestro sector?
- ¿Qué medidas medioambientales afectan a nuestra actividad?

b) Microentorno

- ¿A quién le puede interesar nuestro producto o servicio?

- ¿Existen productos sustitutivos?
- ¿Cómo los valoran nuestros futuros clientes?
- ¿Es fácil el acceso de otras empresas a este mercado?
- ¿Quién influye en la decisión de compra?
- ¿Quién nos suministra la materia prima?
- ¿Conocemos bien a nuestros competidores?
- ¿Cómo podemos innovar?
- ¿Cuánto pagarán por nuestro producto?
- ¿Cómo lo haremos llegar a quien lo compre?
- ¿Qué podemos hacer para que nuestro producto o servicio sea conocido?

c) Responsabilidad social

- ¿Qué responsabilidades sociales estamos dispuestos a asumir?
- ¿Qué coste suponen para nuestra empresa?
- ¿Cómo podemos rentabilizar estos aspectos? ¿Puede suponer una diferenciación del producto, ser más atractivo para la clientela?

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, elaborad las siguientes actividades:

- a) Realizad un informe del entorno en el que se desenvolverá vuestra empresa con las conclusiones que hayáis obtenido de las reflexiones del apartado anterior.

Tendréis en cuenta, por una parte, el análisis externo, que se referirá al macroentorno, y por otra, el análisis interno, que tendrá relación con el microentorno.

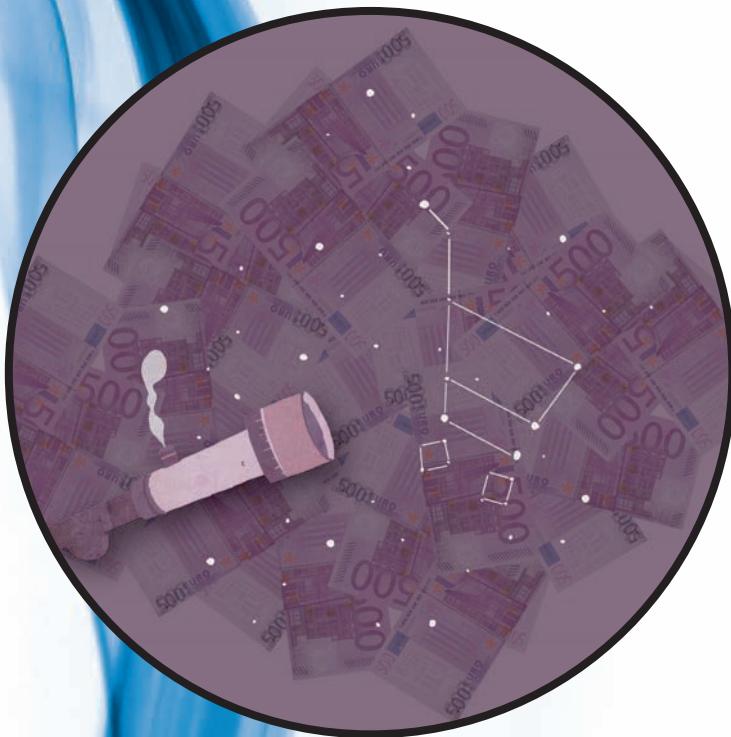
- b) Realizad el análisis DAFO: las amenazas y oportunidades que os ofrece el entorno, y las fortalezas y debilidades con que contaría vuestra empresa, según lo estudiado en el Apartado 6 de esta unidad.

3. Tras ello, podéis completar el apartado del plan de empresa, en el Centro de Enseñanza Online, referente a los trámites de constitución y puesta en marcha de nuestro negocio.

3

Unidad

El estudio de mercado



Y estudiaremos:

- El concepto de mercado, oferta y demanda.
- Los elementos fundamentales para el estudio de mercado.
- El *marketing* estratégico: el plan de *marketing*.
- El *marketing mix*: precio, producto, promoción y distribución.

En esta unidad aprenderemos a:

- Identificar los conceptos de oferta y demanda de mercado.
- Analizar los elementos básicos para realizar un estudio de mercado.
- Describir las fuentes de información directas e indirectas en el proceso de análisis de mercado.
- Describir los conceptos de *marketing* estratégico y de *marketing mix*.
- Recopilar fuentes de información secundarias, como memorias de empresas y estudios sectoriales.
- Realizar encuestas y entrevistas al público objetivo y a empresas de tu sector.
- Analizar la información obtenida tanto de las fuentes primarias como de las secundarias.



1. El estudio del mercado

El **mercado** se puede entender como un lugar donde se realizan intercambios, pero en este caso, desde una óptica comercial, utilizaremos este término como el **conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio**.

Con el **estudio del mercado** tratamos de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada.

En el mercado existe una gran cantidad de productos similares producidos por distintas empresas. Pero ¿por qué los productos de unas empresas tienen más éxito que los de otras? ¿Cuál es la causa de que unas empresas vendan más que otras? Para poder dar respuestas válidas a estas y otras preguntas es necesario analizar los elementos básicos que integran el mercado.

En primer lugar, definiremos el producto; luego, el precio y, por último, a quién y cómo se le ofrecerá. También debemos conocer los productos similares que existen en el mercado: su precio, sus características, etcétera.

Las conclusiones que obtengamos del análisis de estos elementos nos permitirán conocer las posibilidades de nuestro producto y planificar la actividad comercial.

Para empezar es necesario aclarar algunos términos o conceptos importantes por su frecuente uso en los estudios de mercado:

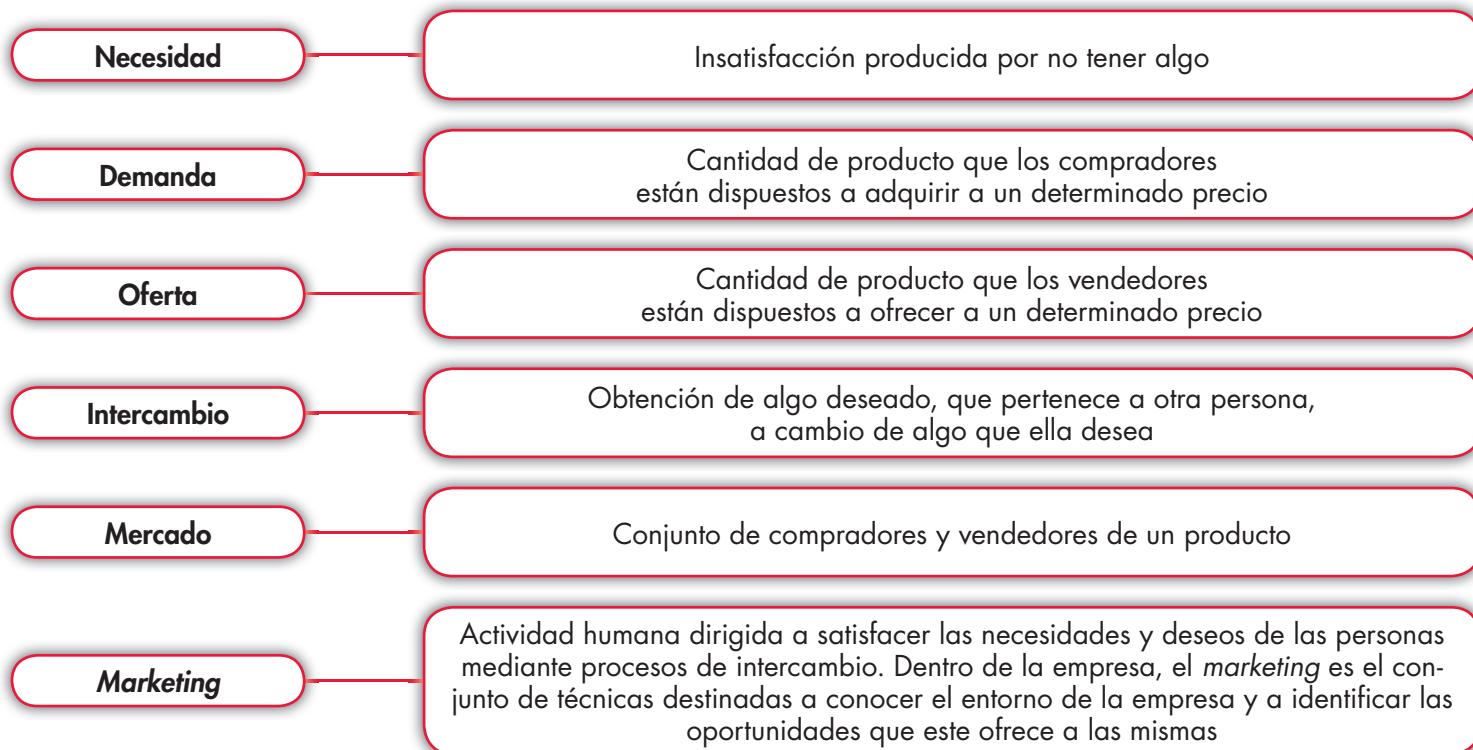


Fig. 3.2. Funciones del marketing.

2. El mercado

Como ya hemos visto, el **mercado** es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto.

Los **compradores reales** son los que compran un determinado producto (por ejemplo, los usuarios de teléfonos móviles), y los **potenciales**, los que pueden llegar a adquirirlo (los que actualmente no lo usan, pero podrían hacerlo).

2.1. Tamaño del mercado

El **tamaño del mercado** de un producto es la cantidad vendida durante un periodo determinado en un área geográfica concreta, medida en unidades físicas o económicas. Esta definición se corresponde con lo que se denomina **mercado actual**.

Por ejemplo, el tamaño del mercado de coches en Cantabria del año 2012 es la suma de todos los coches vendidos durante ese año en la comunidad.

El **mercado potencial** es el que abarca a los compradores reales y potenciales. Ha de tenerse en cuenta cuando se esté planificando el lanzamiento de un producto nuevo.

Por ejemplo, si queremos instalar un negocio en un barrio de nueva edificación, habrá que considerar posibles clientes a los que vivirán allí cuando se ocupen los pisos nuevos (mercado potencial), ya que no tenemos ninguna referencia válida del mercado actual.

Otro concepto importante referente al mercado es la participación en el mismo o **cuota de mercado**.

La **cuota de mercado** se obtiene cuando se compara el mercado actual de una empresa con el mercado actual total del producto. Esta cifra se expresa en tantos por ciento y es una forma de **medir el éxito comercial** de una empresa.

Para calcular la cuota de mercado debe realizarse la siguiente operación:

$$\text{Cuota de mercado} = \frac{\text{Mercado actual de una empresa} \cdot 100}{\text{Mercado actual total}}$$



Caso práctico 1

En una comarca se han vendido 1 500 coches a lo largo de un año. Por tanto, el mercado actual de coches para esa comarca en ese año es de 1 500 coches. Las ventas de los concesionarios de esa comarca son las que se indican en la tabla.

¿Qué concesionario tiene mayor cuota de mercado?

Solución

De cada 100 coches que se venden en ese mercado, la empresa A vende 23; la B, 47; la C, 10, y la D, 20. Así, podemos decir que la empresa líder de este mercado es la B, ya que tiene la mayor cuota de participación.

Concesionarios	Unidades vendidas	Cuota de mercado
A	350	23 %
B	700	47 %
C	150	10 %
D	300	20 %
Total	1 500	100 %



Vocabulario

Prescriptores o indicadores. Son aquellas personas que, conociendo el producto, pueden influir por diferentes motivos en la adquisición o no de un bien determinado. Por ejemplo: directores de bancos con respecto a determinados productos (seguros, bolsa, inmobiliaria...), profesores de golf con respecto al material utilizado (palos, pelotas...).

2.2. Estructura del mercado

La estructura del mercado viene determinada, además de por los aspectos del entorno general, por los **agentes** que actúan en él, que son:

- **Fabricantes de bienes y prestadores de servicios.** Estos pueden influir en la estructura del mercado si su número es pequeño o si se trata de empresas líderes en cuotas de mercado.
 - **Intermediarios.** Como se encargan de acercar los productos de las empresas a los consumidores, pueden tener una gran influencia en el mercado.
- Con la aparición de nuevas formas de venta, como la televenta o la venta por Internet, el término de «intermediario» se está quedando obsoleto y empieza a ser más aceptado el de «canales de distribución».
- **Prescriptores.** No compran ni venden, pero tienen una influencia importante en la compra. El ejemplo más conocido de prescriptor son los médicos, que condicionan la compra de productos farmacéuticos.
 - **Compradores.** Influirán en la estructura del mercado por sus características y por el modo en que realizan las compras.

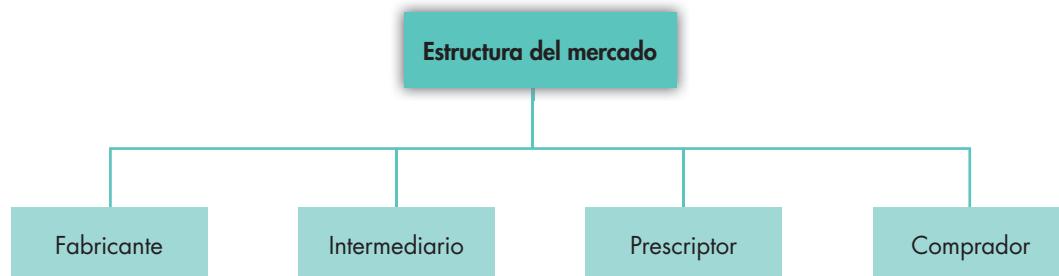


Fig. 3.3. Esquema de la estructura del mercado.



Vocabulario

Mercado meta. Lo forman los potenciales clientes de una empresa.

2.3. Mercado meta

La empresa ha de orientar las acciones comerciales hacia los posibles compradores. Para que estas acciones tengan una eficacia máxima, habrá que conocer a los posibles compradores y dirigirse a ellos de la manera más directa posible. El **mercado meta** está compuesto por el grupo de **compradores potenciales** que se intenta convertir en clientes.

Para determinar el mercado meta de la empresa es necesario realizar de antemano una **segmentación** del mismo, que consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. A cada uno de estos grupos se le denomina «**segmento de mercado**». La segmentación se puede hacer según diferentes **criterios**:

- **Geográficos:** barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etcétera.
- **Demográficos:** edad, sexo, etcétera.
- **Personales:** estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etcétera.
- **Familiares:** tamaño y estructura de las familias, situación, etcétera.
- **Psicológicos:** motivaciones de compra, actitud ante el producto, etcétera.
- **Conductuales:** fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etcétera.

Un ejemplo de segmentación puede ser la **segmentación por uso**, que da lugar a segmentos tales como: **grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios**. Esta segmentación nos sirve para centrarnos en aquellos segmentos que concentran las mayores ventas, y dejar de lado los ocasionales y los no usuarios.

Una vez hecha la segmentación, la empresa buscará el segmento con mayor volumen de ventas, expectativas de crecimiento, menor competencia y mayores beneficios.

Pero, lógicamente, ningún segmento será tan perfecto, por lo que elegirá el más atractivo y en el que la empresa pueda tener mayores posibilidades de éxito de acuerdo con sus características. Este será su mercado meta.

Una vez que tenemos definidos los segmentos, podemos aplicar tres tipos de **estrategias de segmentación** diferentes:

- **Diferenciada.** Intentamos amoldar el producto a las necesidades de cada segmento. Este tipo de política exige desembolsos importantes y es más propio de empresas grandes.
- **Indiferenciada.** A todos los segmentos les damos el mismo producto, esto es, no diferenciamos.
- **Concentrada.** Nos quedamos con un segmento y acoplamos el producto a sus necesidades. Esta política es la más empleada cuando se dispone de pocos recursos.



Caso práctico 2



La empresa Autos Marsán, SL ha segmentado el mercado y el resultado es el siguiente:

Segmento 1. Se trata de un segmento profesional (coches de empresa, camionetas, etcétera).

Segmento 2. Es un segmento de nivel económico elevado.

Segmento 3. Un segmento de nivel económico medio y que utiliza diariamente el coche.

Segmento 4. Este segmento está formado por los habitantes de una urbanización que no tiene transporte público.

¿De qué elemento diferenciador podría dotar a cada segmento? ¿Con cuál de ellos se podría quedar?

Solución

Elemento diferenciador:

Segmento 1. Dar prioridad a la rapidez en la reparación y ofrecer precios ajustados.

Segmento 2. Contar con una zona de recepción bien decorada y ofrecer una atención personal, rápida y cuidada.

Segmento 3. Garantizar la rapidez en las reparaciones y disponer de un vehículo de sustitución para casos especiales.

Segmento 4. Establecer un sistema de recogida y entrega de los coches a domicilio.

¿Con cuál se debe quedar?:

En principio se puede quedar con los cuatro, pero eso supone un gran desembolso, debido a las instalaciones y al personal que se necesitan. Si no dispone de mucho capital, podría centrarse en uno de ellos, el que a su juicio le proporcione mayor volumen de ventas, mejores expectativas de crecimiento, menos competencia y mayores beneficios.



Actividades

1. ¿Qué son la oferta y la demanda?
2. ¿Qué es el mercado potencial?
3. ¿Cómo se calcula la cuota de mercado?
4. ¿Qué agentes intervienen en el mercado?

3. Nuestros clientes



CEO

FacturaPlus Versión Educativa



En la Zona educativa Sage del Centro de Enseñanza Online (CEO), puedes practicar con la versión educativa de FacturaPlus y consultar las simulaciones desarrolladas, en lo referente al alta de clientes, y también a los siguientes epígrafes de esta misma unidad (alta de artículos, de precios, de promociones, etcétera).

Recuerda que puedes hacer lo mismo que ves desarrollado para las empresas MiguelES, Autos Marsán y Vendemás.com, para tu propio plan de empresa.



Importante

Existen distintos tipos de clientes según el grado de fidelidad:

Opositor. Busca alternativas a nuestro servicio. Descontento. Generador de publicidad negativa que puede destruir el mejor marketing.

Mercenario. Entra y sale de nuestro negocio, sin ningún compromiso. Al menos no habla de nosotros.

Cautivo. Descontento. Atrapado, no puede cambiar o le resulta caro. Es un opositor vengativo en potencia.

Prescriptor. Alto grado de satisfacción. Fiel. Amigo y prescriptor de la empresa. Un buen complemento de nuestro marketing.

Para que nos sea más fácil vender nuestro producto, conviene que conozcamos bien algunas de las **características de nuestros posibles clientes**: cómo son, dónde viven, cuánto ganan, qué gustos tienen, etcétera.

Una parte de esta información la obtenemos cuando seleccionamos los segmentos de mercado a los que quiere dirigirse la empresa, pero hay que completarla. Debemos analizar cómo es la necesidad que sienten por nuestro producto y qué piensan hasta que deciden comprarlo, incluso después de haber tomado la decisión de comprar.

Un aspecto importante sobre los consumidores es que siempre demandarán y tratarán de adquirir, con los recursos que posean, los productos que ellos crean que satisfacen mejor sus **necesidades**.

○ ¿Qué debemos saber de nuestros clientes?

Nos interesa conocer el comportamiento de los consumidores, los factores que influyen en ellos, y el proceso que siguen para realizar su compra y decidirse por un producto u otro.

De esta forma, la empresa sabrá en qué medida responderá el consumidor a los distintos estímulos comerciales. Los principales aspectos que hay que valorar son:

- **Quién decide, quién compra, quién paga y quién consume.** Cuando no lo hace todo la misma persona, hemos de tener en cuenta a las diferentes personas que intervienen: quiénes y cómo son, qué valoran, etcétera.
- **Qué se compra y por qué.** Se puede elegir un producto en función de sus características, calidad, imagen de marca, etc. Por ejemplo, un bolígrafo sencillo es un material de escritura; pero uno de lujo es, además, imagen, prestigio, calidad.
- **Cuándo se compra y con qué frecuencia.** Hay que saber si se trata de un producto que se adquiere diariamente, en vacaciones, con motivo de alguna fiesta, etcétera.
- **Dónde se compra.** Para que los clientes que deciden comprarlo no tengan ninguna dificultad en localizarlo, hay que saber dónde se compra: en tiendas especializadas, en grandes almacenes, en supermercados, en farmacias, etcétera.
- **Cuánto se compra.** Si las preferencias están dirigidas hacia envases pequeños o grandes, si se adquieren de uno en uno o varios a la vez, etcétera.

Todas estas cuestiones nos serán de gran utilidad para determinar la **estrategia comercial**.



Caso práctico 3

¿Quién decide, quién compra, quién paga y quién consume en el caso de los libros de texto infantiles?

Solución

Los libros de texto infantiles son establecidos desde las escuelas, comprados y pagados por la familia, y utilizados por los niños. En este caso, quien paga no ha decidido la compra ni utilizará el producto.

Se trata pues de un mercado con importantes peculiaridades; esta información será básica para plantear la acción comercial más adecuada.

4. La competencia

Se puede definir la **competencia** como la concurrencia en el mismo mercado de **distintos oferentes** de bienes o servicios.

Para tener una idea de las posibilidades de éxito de nuestro producto, debemos conocer muy bien quiénes son nuestros competidores más cercanos y cómo desarrollan su actividad, cómo son los productos que ofrecen, a qué precio los comercializan, qué aceptación tienen en el mercado, etc. Con estos datos nos resultará más fácil tomar decisiones sobre nuestros propios productos y su situación en el mercado.

Nuestra empresa en el mercado

Para encontrar un lugar en el mercado para nuestro producto, buscaremos alguna razón o ventaja respecto a la competencia. Esta **ventaja competitiva** puede residir en el precio, la calidad, las ventajas en el producto ampliado (servicio posventa, trato individualizado, servicios financieros, etc.) o en otras características.

Después de valorar nuestro producto en relación con los ofrecidos por la competencia, nos decidiremos por la **estrategia** que consideremos más adecuada para introducirlo en el mercado:

- **Ofrecer un producto muy distinto al de la competencia.** Esto será factible si realmente se puede realizar ese producto distinto y nuevo, si se puede ofrecer a un precio razonable, y si existen clientes potenciales para dicho producto.
- **Ofrecer un producto o servicio muy parecido al de la competencia y tratar de captar clientes.** Esto se conseguirá si logramos un producto superior al de la competencia, si la oferta del producto es menor que la demanda, o si la empresa que quiere introducir el nuevo producto tiene más recursos que la competencia.



Claves y consejos

A la hora de **analizar la competencia** deberemos:

- Analizar y describir sus productos o servicios.
- Destacar sus puntos fuertes y débiles, y compararlos con los de nuestra empresa.
- Conocer el número de empresas que están en el mercado al que queremos acceder y la cifra de ventas de cada una de ellas (este dato se puede obtener en el Registro Mercantil o a través de alguna agencia de informes comerciales).



Fig. 3.4. La competencia implica la necesidad de aprender y de innovar. Solo así se puede colocar un producto por delante de sus competidores.

5. Fuentes de información



Web

www.ine.es

El Instituto Nacional de Estadística (INE) es un organismo autónomo de carácter administrativo adscrito al Ministerio de Economía y Hacienda.

En la sección Sociedad ofrece estadísticas relativas a los hábitos de consumo de los españoles.

Para poder hacer un estudio de mercado es necesario recopilar toda la información que se pueda obtener en relación con el mismo. Existe una gran variedad de informes monográficos, datos estadísticos, estudios de organismos públicos y asociaciones, etc., que están a disposición de cualquiera que los necesite, además de la información que puede obtenerse en la red, que día a día aumenta exponencialmente.

Una vez elegidas las posibles **fuentes de datos**, hemos de valorarlas, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Grado de **fiabilidad**.
- **Origen** de la fuente.
- Grado de **obsolescencia**.
- **Validez** contrastada.

Las fuentes de datos las podemos **clasificar** de dos maneras:

a) En función de su disponibilidad:

- **Internas.** Son aquellas cuya información emana de la propia empresa.
- **Externas.** Son aquellas que provienen de diferentes organismos ajenos a la empresa, publicaciones, Internet, etcétera.

b) En función del grado de elaboración:

- **Primarias.** Cuando los datos son obtenidos directamente por el propio investigador. Por ejemplo: una encuesta realizada a los habitantes de una zona para conocer sus preferencias respecto a un determinado producto/marca.

Las fuentes de datos primarias requieren personal y técnicas especializados. Su obtención es más costosa, por lo que debemos recurrir a ellas solo después de haber comprobado que en las fuentes secundarias no existen los datos precisos. Las técnicas más utilizadas para la recogida de datos primarios son las **encuestas**, las **entrevistas** y la **observación directa en puntos de venta**.

- **Secundarias.** Cuando la información se obtiene de trabajos ya elaborados o existentes. Por ejemplo, la información obtenida del INE sobre determinados hábitos de consumo.

Las fuentes de datos secundarias son **fuentes estadísticas**, que nos proporcionan datos cuantitativos, y **fuentes bibliográficas y documentales**, de las que obtenemos datos cualitativos. Son informes y estudios realizados por instituciones y empresas. Por citar algunas fuentes de obtención de datos secundarios, podemos señalar los anuarios económicos de bancos, informes estadísticos del INE, estudios sectoriales, etcétera.

Una vez que tenemos claros los datos que queremos conocer y que los hemos recogido utilizando las fuentes más adecuadas, hemos de analizarlos para sacar las conclusiones oportunas.



Actividades

5. ¿Qué debemos conocer de nuestros clientes?
6. ¿Qué se entiende por «competencia»?
7. ¿Qué aspectos de las fuentes de datos hemos de tener en cuenta para determinar su valor?

6. Marketing estratégico y marketing mix

El **marketing estratégico** trata de conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados.

Las empresas, en función de sus recursos y capacidades, deberán plantearse las estrategias de *marketing* que les permitan adaptarse a dicho entorno y conseguir ventajas respecto a la competencia.

Así pues, el *marketing* estratégico es indispensable para que la empresa pueda no solo **sobrevivir**, sino **posicionarse** en un lugar destacado en el futuro.

La herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva es el **plan de marketing**. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse para alcanzar los objetivos marcados.

El plan de *marketing* cumple los siguientes **objetivos**:

Proporciona una visión clara del **objetivo final**, de lo que se quiere conseguir

Facilita **información** de la situación y posicionamiento en que nos encontramos

Marca las **etapas** que se han de cubrir en el camino hacia la meta

Cuantifica los **recursos económicos**, el **personal** y el **tiempo** que debemos emplear para cubrir cada etapa

Una de las herramientas más utilizadas por los especialistas de *marketing* para alcanzar las metas fijadas dentro de su gestión comercial es el llamado **marketing mix**.

El **marketing mix** utiliza la combinación o mezcla (*mix*) de cuatro de las variables del *marketing* para alcanzar las metas fijadas. Estas variables son: **producto, precio, distribución y promoción**, cuyas iniciales en inglés (**Product, Price, Place y Promotion**) han dado nombre a la teoría de las cuatro pes.

Algunos autores hacen girar toda la estrategia del *marketing* dentro de la empresa sobre la combinación y clasificación de estas cuatro variables en la decisión comercial. Pero existen **otras variables** que también son de gran importancia en la actividad del *marketing* dentro de la empresa.

Por ejemplo, para la fijación del precio de un producto en muchos casos es fundamental analizar cómo actúa la competencia, o conocer la estructura del mercado en el que se mueve la empresa.

Según esto, podemos considerar que el éxito de una empresa se basa en el conocimiento y análisis pormenorizados de los diferentes elementos del *marketing* que inciden en su actividad, y que a través de la puesta en marcha del plan de *marketing* alcanzarán los objetivos marcados.

A continuación estudiamos las cuatro variables del *marketing mix*.

A

Vocabulario

Estrategia de marketing. Supone el análisis y selección de los mercados, la definición de los objetivos y la combinación de los instrumentos de *marketing* (producto, precio, distribución y promoción) para alcanzar los objetivos propuestos.



Fig. 3.5. Las cuatro variables del marketing mix son producto, precio, distribución y promoción.

7. Producto

A

Vocabulario

Política comercial. Conjunto de medidas e instrumentos para regular las actividades comerciales de una empresa.

Podemos definir un **producto** como todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su uso o consumo, y que está pensado para satisfacer un deseo o una necesidad. Pueden ser tanto objetos físicos (**bienes**) como **servicios, lugares, organizaciones e ideas**.

Para tener el máximo de posibilidades de éxito en la venta de nuestro producto, debemos seguir una serie de pasos previos a la comercialización del mismo: analizar el mercado, determinar las necesidades no satisfechas en él y, finalmente, considerar qué recursos y limitaciones tenemos.

El producto es el primer instrumento con el que cuenta la empresa para diseñar su política comercial, y es el **punto de partida** de la gestión comercial. Generalmente, el éxito comercial de las empresas sólidamente instaladas en el mercado está ligado a la oferta de buenos productos. Esto no quiere decir que un buen producto sea una garantía total de éxito, pero sí que un mal producto es la peor base para una buena gestión comercial.

Todas las decisiones que tomemos sobre el producto deben tener como finalidad proporcionar al mercado al que queremos dirigirnos el producto que este demanda.

1.



2.



3.



Fig. 3.6. Ejemplo de los distintos niveles de producto.

7.1. Niveles del producto

En todo producto podemos establecer **tres niveles** diferentes:

- **Producto básico.** Es la esencia del producto, la **necesidad** que espera satisfacer el consumidor. Por ejemplo, cuando una persona compra un coche está comprando un medio de locomoción.
- **Producto formal.** Es el producto básico cuando se transforma en algo tangible. Por ejemplo, un ordenador o un coche. Tiene unas **cualidades** en las que se fijará el consumidor para tomar una decisión: calidad, envase, imagen de marca, diseño y características técnicas.
- **Producto ampliado.** Es el producto formal al que se le añaden otras **ventajas** asociadas a su compra, como puede ser entrega a domicilio, servicio posventa, facilidades de financiación, etcétera.

Cuando un consumidor adquiere un producto, tiene en cuenta todos los beneficios del mismo; no se fija solo en las características físicas, sino que toma en consideración el producto ampliado.

Cuando diseñemos el producto, identificaremos en primer lugar qué necesidades del consumidor va a satisfacer. A continuación diseñaremos el producto formal, y por último buscaremos las formas de ampliar el producto, con el fin de crear un conjunto de beneficios que satisfagan los deseos de los clientes.

Producto básico
Satisfacción esperada

Producto formal
Características del producto

Producto ampliado
Ventajas asociadas a la compra

Fig. 3.7. Niveles del producto.

7.2. Tipos de productos

Podemos hacer distintas clasificaciones según la **característica** que tengamos en cuenta:

A. Según su tangibilidad

- **Bienes.** Objetos físicos, que se pueden tocar. Los podemos subdividir en:
 - **Duraderos.** Permiten un uso prolongado. Por ejemplo: ropa, electrodomésticos, automóviles, etcétera.
 - **No duraderos.** Se agotan al usarlos. Por ejemplo: alimentos, papel, etcétera.
- **Servicios.** Son actividades que, sin ser objetos materiales, satisfacen una necesidad del mercado. No se pueden separar de la persona o máquina que los suministra; por ejemplo, la reparación de un automóvil necesita la presencia de un mecánico. Son variables, dependen de quién los proporcione (un corte de pelo es diferente según el peluquero) y no se pueden guardar ni almacenar (por ejemplo, un servicio de mensajería), ni tocar ni agarrar.

B. Según su finalidad

- **De consumo.** Son los que compran los consumidores particulares para su uso personal. Por ejemplo, la fruta.
- **Industriales.** Son los que compran las empresas para sus actividades productivas o comerciales. Por ejemplo, los tableros de madera que adquiere una empresa que se dedica a la fabricación de muebles.

Puede ocurrir que un mismo producto sea a la vez de consumo e industrial, según el fin con el que se adquiera. La fruta puede ser adquirida por una persona para comerla, o por una empresa que se dedica a la fabricación de mermeladas.



Vocabulario

Tangible. Que puede tocarse.

Producto. Todo aquello que puede ofrecer un mercado para uso o consumo, y que está pensado para satisfacer un deseo o una necesidad.

Bienes. Objetos materiales capaces de satisfacer una necesidad.

Servicios. Actividades que, sin producir objetos materiales, satisfacen una necesidad.

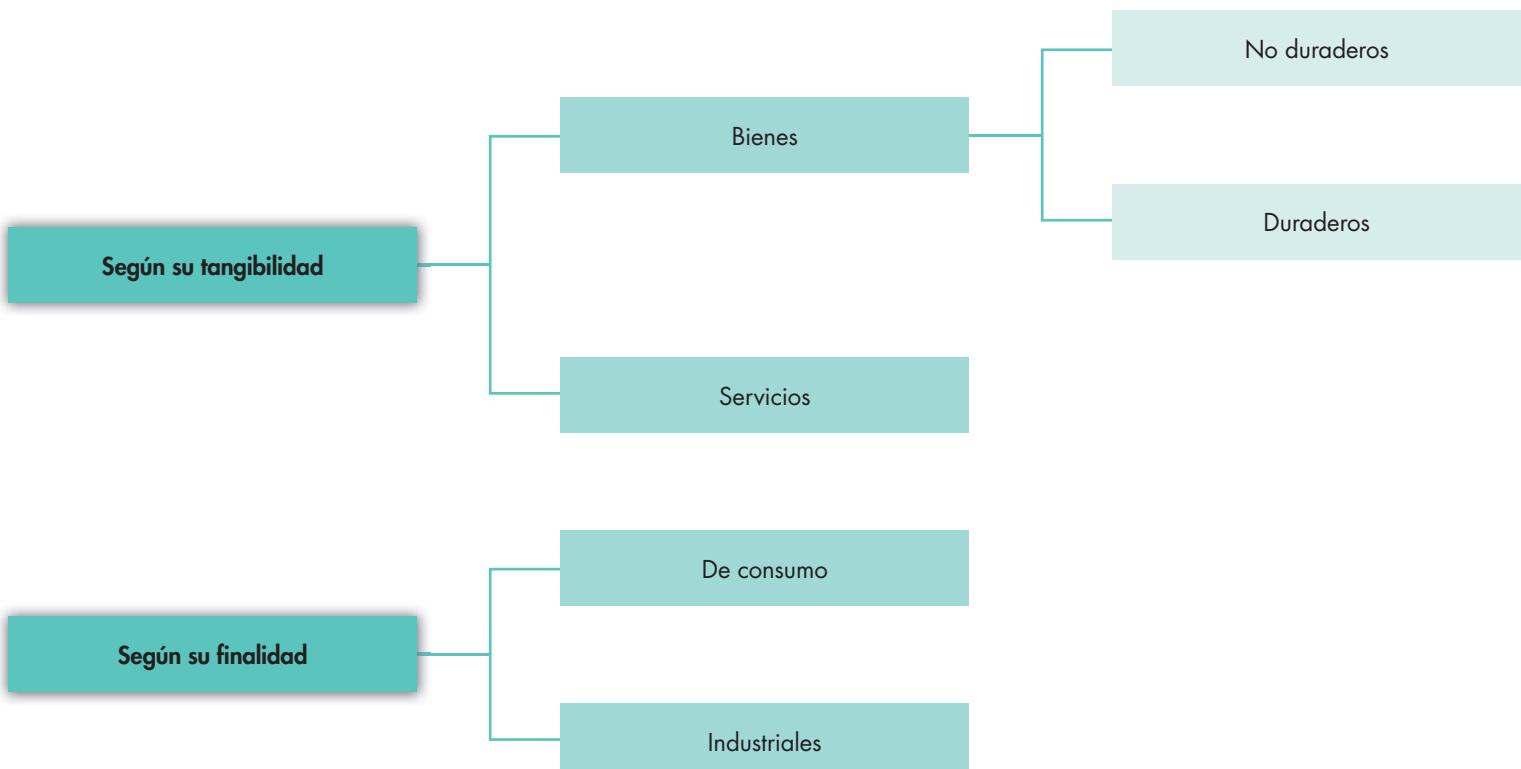


Fig. 3.8. Tipos de productos.

7.3. Características de los productos

Una vez definido el producto y establecidos los distintos niveles y tipos, veremos los **factores** que lo diferencian del de la competencia. Los principales son la **marca**, el **envase** o el **embalaje** y el **producto ampliado**:

- **Marca.** Permite identificar los productos y diferenciarlos de otros similares. En la marca distinguimos el **nombre**, que es la parte pronunciable, y el **logotipo**, es decir, un grafismo que la distingue. El nombre debe contener toda la información posible sobre el producto y sus características. Además, se debe poder memorizar y pronunciar fácilmente.

La elección de una marca es una decisión importante, y antes de decidirse habrá que valorar el impacto que pueda tener sobre el mercado y el coste que supone la elaboración y registro de la misma.

- **Envase.** Tiene como finalidad facilitar el transporte, el almacenaje y la conservación de los productos, pero también permite diferenciar unos productos de otros. Deben tomarse decisiones sobre tamaño, color, forma, materiales y coste del envoltorio. En muchas ocasiones, esta es una característica decisiva para el cliente.

Las tres características que debe observar todo embalaje son: **reciclable**, **retornable** y de **coste reducido**.

- **Producto ampliado.** Hace que el producto sea más competitivo. Dentro del producto ampliado hay dos aspectos principales: los servicios adicionales (aparcamiento, reparto a domicilio, financiación, etc.) y la forma y el nivel en que se prestarán (instalación, asistencia técnica, mantenimiento, etcétera).

Como en el resto de las decisiones, se debe sopesar lo que nos va a costar ponerlo en práctica y los beneficios que esperamos.

Cualquier decisión deja de ser buena en el momento en que el esfuerzo que supone es superior a los beneficios que reportará.

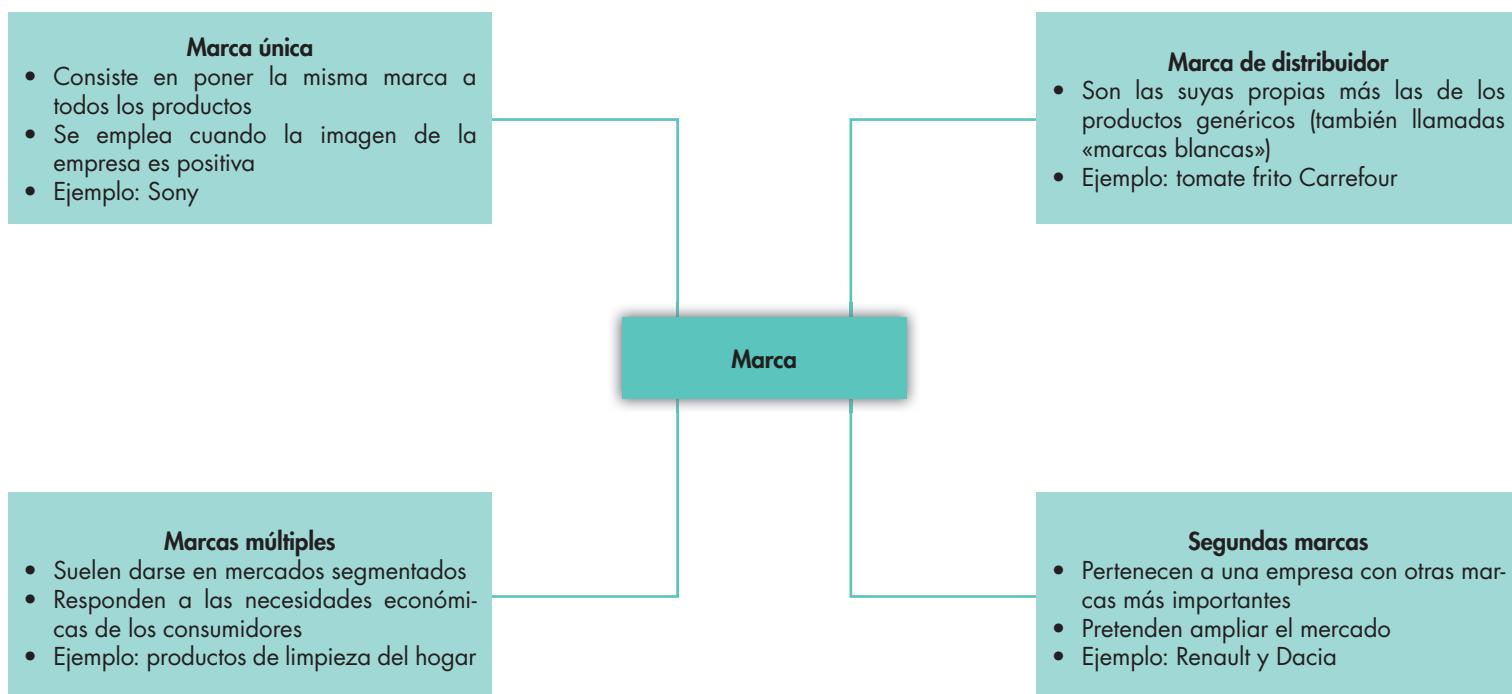


Fig. 3.9. Tipos de marcas.

7.4. Ciclo de vida del producto

Todos los productos tienen un ciclo de vida: aparecen en el mercado, se desarrollan de diversas formas y terminan desapareciendo en el momento en que surge un nuevo producto que satisface mejor las necesidades del consumidor, o simplemente porque los consumidores cambian de gusto o de necesidades.

El ciclo de vida del producto pasa por las siguientes etapas:

- **Introducción.** Periodo de lanzamiento del producto. Es una etapa difícil, de crecimiento lento de las ventas, y requiere un gran esfuerzo comercial.
- **Crecimiento.** En esta etapa, las ventas comienzan a elevarse de forma considerable. Lo conocen cada vez más consumidores y ya no requiere tanto esfuerzo de promoción y publicidad.
- **Madurez.** Las ventas son altas, sin variaciones en el volumen. En esta etapa se encuentran la mayoría de los productos que se ofrecen en el mercado, estableciéndose una gran competencia entre las empresas.
- **Declive.** Es la última etapa del producto. Acabará cuando el producto deje de venderse por completo, y se caracteriza por una disminución de las ventas, que puede ser lenta o muy rápida.

El comportamiento de los productos a lo largo de su vida se representa gráficamente en la Tabla 3.1.



Fig. 3.10. Ciclo de vida de un producto.

Variables	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Precios	Altos	Disminuyen	Bajos	Descienden
Ingresos	Mínimos	Aumentan	Máximos	Disminuyen
Competencia	Nula	Crece	Intensa	Disminuye
Gastos públicos	Altos	Altos	Moderados	Mínimos
Tipo publicidad	Informativa	Persuasiva	Recordatoria	Recordatoria
Estrategia	Ajustar los productos al gusto del consumidor	Consolidar posición	Ampliar mercado	Atender mejores segmentos

Tabla 3.1. Comportamiento de los productos en función de determinadas variables durante su ciclo de vida.



Caso práctico 4



Como sabes, Vendemás.com es una empresa dedicada a la creación y mantenimiento de páginas web. En las proximidades del local elegido el aparcamiento es difícil, pero muy cerca existe un aparcamiento de pago.

Al gerente se le ha ocurrido ofrecer aparcamiento gratis a sus clientes cuando acuden a su empresa, regalándoles un tique de aparcamiento cada vez que les visiten.

¿Cuáles son los niveles de producto en este caso?

Solución

En este ejemplo, los niveles de producto serían:

- **Producto básico.** Comercializar un producto a través de Internet.
- **Producto formal.** Creación de una página web.
- **Producto ampliado.** Servicios informáticos con aparcamiento gratuito.

Precio

~ al por mayor

Precio al que vende el mayorista

~ técnico

Aquel que permite recuperar el coste de sustitución del producto más los costes fijos

~ al por menor

Precio al que vende el minorista

~ negociado

Aquel que surge del pacto entre comprador y vendedor

~ autorizado

Aquel que para modificarse requiere autorización

~ de reserva

Precio medio subjetivo que el consumidor está dispuesto a pagar por un determinado producto

~ de mercado

Aquel que surge de la concurrencia de oferta y demanda

~ de liquidación

Aquel que se reduce para agotar existencias

~ de referencia

Precio estándar con el que el consumidor compara

8. Precio

Las empresas que van a instalarse en un mercado tienen que determinar el **precio** que van a aplicar a su producto o servicio. El precio es una de las variables del *marketing* en la que se puede intervenir con mayor rapidez y que produce un **efecto inmediato** en los demandantes del producto o servicio ofertado.

En la política de precios de una empresa influyen muchos factores: los precios de la **competencia**, los **costes** de producción y comercialización y los **clientes**.

Existen diferentes **métodos de fijación de precios**, dependiendo del **criterio** que tenga en cuenta la empresa:

- **Basado en los costes.** Consiste en añadir al coste del producto la ganancia que en principio se quiera obtener por su venta. La ganancia será un porcentaje sobre el coste o sobre el precio del producto y variará según el resto de los condicionantes de la empresa. Deben considerarse también la demanda y la competencia. Este método requiere un buen análisis de costes, pero no todas las empresas saben qué costes tienen y cómo cambian a medida que aumenta la producción.
- **Basado en el comprador.** Se toma como referencia la percepción que el comprador tenga del valor del producto. Si la empresa cobra por su producto más de lo que los compradores están dispuestos a pagar por él, venderá menos; y si cobra por debajo de ese valor de referencia, venderá más, pero obtendrá menos ingresos por unidad.
- **Basado en la competencia.** Consiste en estudiar los precios de la competencia. La empresa tiene tres posibilidades: fijar un precio igual al de la competencia, menor o mayor. Normalmente, las empresas con más cuota de mercado suelen tener precios similares y las pequeñas suelen seguir al líder, y varían sus precios cuando lo hace aquél. Este método puede resultar muy útil para las pequeñas empresas.

Fig. 3.11. Acepciones de «precio».



Caso práctico 5



La empresa Instalaciones eléctricas MiguelES ha fijado los siguientes precios para los servicios que ofrece:

Establece un precio medio aproximado por hora de trabajo para los servicios de seguros del hogar de 40€, incluido el desplazamiento.

Las subcontratas de obras se negociarán con cada constructor. La media precio/hora de estos trabajos es de 15€/hora para el oficial, y 10€/hora para el ayudante.

Los precios de mercado para el mantenimiento de las instalaciones deportivas son de 100€/mes, y los de los centros escolares y los ayuntamientos, de 150€/edificio (en estos casos la dedicación es variable, según surja la necesidad).

¿Qué método de fijación de precios ha utilizado Instalaciones eléctricas MiguelES?

Solución

En el caso 1 se ha basado en los costes. Ha estudiado el coste de producción y le ha añadido el margen comercial.

En el caso 2 podemos decir que el método utilizado es el basado en el comprador, ya que son las empresas con las que subcontrata el trabajo las que fijan el precio.

En el caso 3 el método utilizado es el basado en la competencia, ya que se fija en los precios que esta tiene en el mercado.

9. Promoción

Una labor importante, una vez definido el producto que vamos a ofrecer y el mercado al que vamos a dirigirnos, es dar a conocer nuestro producto a los futuros clientes: que sepan quiénes somos y qué les ofrecemos, a qué precio, dónde pueden adquirirlo; en resumen, debemos comunicarles la existencia de nuestro producto.

Para que la **comunicación** sea eficaz debemos tomar una serie de **decisiones** en cada uno de los elementos clave de la comunicación:

- **Identificar la audiencia meta.** La empresa ha de tener claro a qué segmento del mercado se dirigirá.
- **Escoger el mensaje y determinar la respuesta que se desea conseguir.** Hay que pensar si queremos presentar la marca, la novedad, el producto, un aspecto específico del producto ampliado, etcétera.
- **Elegir un medio de comunicación.** En la Tabla 3.2 se enumeran las características principales de los diferentes medios de comunicación.
- **Establecer un método de retroalimentación.** Necesitamos conocer la opinión de los clientes con el fin de determinar los efectos y poder realizar las correcciones necesarias.

Variables	Ventajas	Inconvenientes
Correo directo	Selectividad de la audiencia	Coste elevado
	Alta permanencia del mensaje	Riesgo de confusión con <i>spam</i> (correo «basura»)
Periódicos	Flexibilidad	Escasa permanencia del mensaje
	Selectividad geográfica de la audiencia	Alcance limitado
	Adaptable a las modas	Baja calidad de impresión
Revistas	Selectividad demográfica y socioeconómica de la audiencia	Baja frecuencia de emisión (publicación mensual, bimestral, semestral, etcétera)
	Alta calidad de impresión	Audiencia limitada
	Gran impulso visual	Elevado coste
Radio	Selectividad geográfica de la audiencia	Falta de apoyo visual
	Gran audiencia	Escasa permanencia del mensaje
Televisión	Combina visión, sonido y movimiento	Escasa permanencia del mensaje, salvo repetición
	Alto poder de atracción	Posibilidad de pasar inadvertido entre muchos anuncios
	Elevada audiencia	Elevado coste
Publicidad exterior	Bajo coste en el ámbito local	Alto coste en el ámbito nacional
	Flexibilidad	No hay selectividad de la audiencia
	Buena publicidad para productos de gran consumo y como recordatorio	Puede dañarse por la climatología Formas de publicidad:

Tabla 3.2. Ventajas e inconvenientes de los medios de comunicación.

-Buzoneo
-Reparto en mano existente del producto.
-Marketing online (mail masivo, webs, redes sociales)



Fig. 3.12. Comunicación de la existencia del producto.

**Importante**

Dentro de Internet ha surgido un nuevo y potente canal de comunicación: las **redes sociales**.

LinkedIn, Facebook, Twitter y MySpace, entre otras, no pasan desapercibidas para empresas y consumidores. Estas constituyen una buena herramienta publicitaria para atraer y fidelizar usuarios.

**Claves y consejos**

La **promoción de ventas** capta la atención del consumidor y puede informarle de algunos aspectos que pueden influir en su decisión de compra. Se utiliza para obtener una respuesta rápida del consumidor, pero sus efectos no duran demasiado.

Los canales de comunicación

Los **canales de comunicación** son los medios utilizados por una empresa para dar a conocer su producto.

La empresa seleccionará el canal de comunicación que considere más eficiente para hacer llegar el mensaje al segmento del mercado que más le interese. Los principales canales de comunicación son: la **publicidad**, la **promoción de ventas**, la **venta directa** y las **relaciones públicas**.

Cada uno de ellos tiene unas características y unos costes que deben considerarse antes de tomar una decisión.

- **Publicidad.** Una empresa hace publicidad cuando transmite un mensaje informativo sobre sus productos utilizando los medios de comunicación. El propósito es modificar la conducta de la audiencia y conseguir que se compre el producto.

La publicidad llega a muchos consumidores al mismo tiempo, pero el comprador recibe también información de otras empresas y puede comparar los mensajes. La elección del medio de comunicación es importante: hay que valorar la eficacia y el coste. En la Tabla 3.2 se enumeraban las ventajas e inconvenientes de los principales medios de comunicación.

Las **funciones esenciales** de la publicidad son: **información, persuasión, comparación** (zumo Don Simón y Minute Maid), **recuerdo** (Coca-Cola) y **acción de refuerzo** sobre los actuales clientes (un automóvil adquirido recientemente).

- **Promoción de ventas.** Consiste en realizar una serie de actividades para estimular la compra de un producto, ofreciendo algunas ventajas añadidas, bien para el consumidor final o bien para los intermediarios. Son actividades no canalizadas a través de los medios de comunicación y tratan de estimular las ventas a corto plazo.

Por ejemplo: muestras gratuitas, viajes, documentación técnica, etc. El coste de este método varía según la acción promocional elegida.

- **Venta directa.** Es una forma de comunicación interpersonal. La realizan los vendedores, los representantes de ventas, los agentes de ventas, los comisionistas, etc. Cumple diferentes funciones: informar a los posibles compradores sobre el producto, persuadir a los compradores para que lo adquieran, buscar nuevos clientes, desarrollar actitudes favorables de los consumidores hacia el producto o la empresa, recabar información para la empresa sobre los clientes, etc. Las ventas personales son el instrumento más eficaz en la decisión de compra, ya que permiten conocer las reacciones del consumidor y ajustar la actuación según las necesidades que muestre, aunque es el método más costoso.

- **Relaciones públicas.** Su objetivo es crear una imagen de la empresa, tanto hacia el exterior (clientes, proveedores, etc.) como hacia el interior de la misma (trabajadores, accionistas, etc.). Como ejemplos de relaciones públicas podemos citar desde los regalos de empresa hasta la esponsorización de eventos culturales, científicos o deportivos. El coste en estos casos es también muy variable.



Fig. 3.13. Los diversos canales de comunicación que puede utilizar la empresa serán decisivos a la hora de dar a conocer su producto.

● 10. Distribución

La **distribución** del producto comprende todas las tareas necesarias para **hacerlo llegar** hasta el consumidor.

Es importante evaluar este aspecto antes de decidir el inicio del proyecto empresarial.

Cuando una empresa se plantea el sistema de distribución, ha de tener en cuenta lo siguiente:

- **Características del producto.** Precio, frágil, voluminoso, etcétera.
- **Características de la empresa.** Capacidad de afrontar la inversión, recursos humanos, etcétera.

En función de estos criterios se elegirá el **canal de distribución** más adecuado; entendemos por «canal de distribución» el **camino** que sigue un producto desde que termina de fabricarse hasta que llega a manos del consumidor.

Cuando una empresa no puede o no quiere hacerse cargo de la distribución de sus propios productos, delega esa tarea en otras personas u organizaciones especializadas en ello, que se conocen como «intermediarios».

La distribución del producto es una de las actividades de la empresa que se **externalizan** con mayor frecuencia.



Claves y consejos

Los **canales de distribución** pueden ser más o menos largos según el camino que se escoja. Los principales son:

- Del productor al consumidor.
- Del productor a las tiendas que comercializan el producto.
- Del productor al mayorista, de este al minorista, y después al público.



Caso práctico 6

Embutidos Jamonasa SL, fabricante de jamones, ha recabado los siguientes datos en relación con la distribución de sus productos.

La distribución del productor al consumidor supone 150 000 € de costes fijos más las comisiones a los vendedores, que suponen el 12% de las ventas.

La distribución a las tiendas que comercializan el producto es igual al margen de distribución aplicable a los intermediarios, que es del 26% sobre ventas.

Partiendo de unas ventas anuales de 631 000 €, ¿qué tipo de distribución interesa más?

Solución

Los costes de la distribución del productor al consumidor son:

$$150\,000 + 12\% \text{ de } 631\,000 = 225\,720 \text{ €.}$$

Los costes de la distribución a las tiendas que comercializan el producto son:

$$26\% \text{ de } 631\,000 = 164\,060 \text{ €.}$$

Por tanto, interesa más la distribución a las tiendas que comercializan el producto.

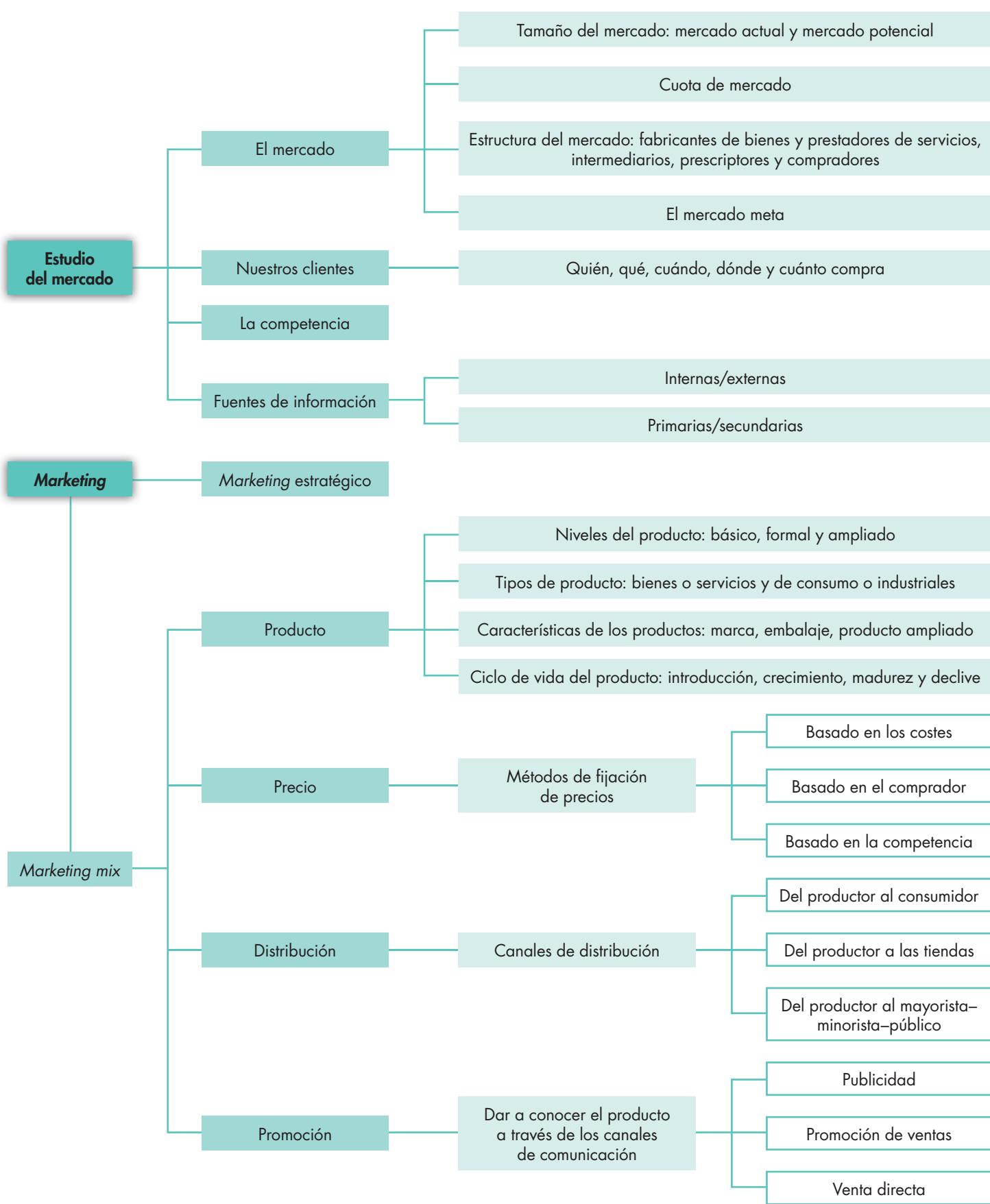


Actividades

8. ¿En qué se diferencian las fuentes de información primarias de las secundarias?
9. Define *marketing estratégico* y *marketing mix*.
10. ¿Qué entiendes por «marketing»?
11. ¿Cuáles son los niveles del producto?
12. ¿Cómo pueden ser los productos en función de su finalidad?
13. ¿Cuáles son los diferentes métodos de fijación de precios?
14. Explica las ventajas e inconvenientes de los medios de comunicación.
15. ¿Qué tipos de fuentes de información conoces?
16. ¿Cuál es el objetivo del *marketing estratégico*?



Síntesis





Test de repaso

1. El mercado meta es:

- a) El mercado donde se pueden tener más oportunidades para un determinado producto.
- b) El mercado donde llega el producto en la etapa de declive.
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas.

2. La definición de «competencia» es:

- a) La concurrencia en diversos mercados de distintos oferentes del mismo bien o servicio.
- b) La concurrencia en el mismo mercado de distintos oferentes del mismo bien o servicio.
- c) La concurrencia en el mismo mercado de los mismos oferentes del mismo bien o servicio.

3. La principal característica del prescriptor es:

- a) Recomienda la compra de un producto.
- b) Acerca los productos a los consumidores.
- c) Las dos son verdaderas.

4. ¿Qué es la oferta?

- a) La cantidad de producto que están dispuestos a ofrecer los vendedores a un determinado precio.
- b) El número de unidades que los clientes están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
- c) La cantidad de producto que están dispuestos a comprar los oferentes a un determinado precio.

5. ¿Cómo se halla la cuota de mercado?

- a) Mercado actual de una empresa/mercado actual total · 100.
- b) Mercado actual total/mercado actual de una empresa · 100.
- c) Mercado actual total · 100/mercado actual de una empresa.

6. Para que una segmentación sea útil y eficaz debe cumplir:

- a) Que se realice sobre el mercado actual.
- b) Que sea lo suficientemente grande.
- c) Que el criterio de segmentación sea el nivel de renta.

7. La competencia en el mercado es:

- a) Concurrencia en el mismo mercado de distintos oferentes de bienes o servicios.
- b) Técnica económica basada en imponer nuestro producto en un mercado de consumo.
- c) Concurrencia de productos distintos en el mismo mercado.

8. ¿Cuáles son los niveles del producto?

- a) Básico, normal y ampliado.
- b) Bajo, medio y alto.
- c) Básico, formal y ampliado.

9. Las fases del ciclo de vida de un producto son:

- a) Introducción, crecimiento, declive, madurez.
- b) Introducción, madurez, declive.
- c) Introducción, crecimiento, madurez, declive.

10. ¿Cuál es la estrategia principal para la venta de un producto?

- a) Diferenciar nuestro producto de los demás.
- b) Que el producto satisfaga una necesidad.
- c) Las dos anteriores son ciertas.

11. ¿Cuál de las siguientes acciones es clave para conseguir que la comunicación sea lo más eficaz posible?

- a) Identificar el segmento adecuado.
- b) Elegir un medio de comunicación conveniente.
- c) Escoger un mensaje apropiado.
- d) Todas las anteriores son correctas.

12. ¿Cuáles son los métodos que existen para la fijación de precios?

- a) El método basado en la renta de los consumidores, el basado en la competencia y el basado en el precio que pagaría el comprador.
- b) El basado en los costes, el basado en la competencia y el basado en el precio que pagaría el comprador.
- c) El método basado en la calidad del producto, el basado en la demanda del mismo y el basado en el precio que pagaría el comprador.

13. ¿Qué es la promoción de ventas?

- a) Es un canal de comunicación.
- b) Está muy relacionada con la distribución del producto.
- c) Es indispensable para la fijación del precio.
- d) Todas son ciertas.

14. A la hora de distribuir el producto, ¿qué tendrías en cuenta?

- a) El mercado al que se destina el producto.
- b) Las características del producto.
- c) Las características de la empresa.
- d) Todas las anteriores.



Comprueba tu aprendizaje

Identificar los conceptos de oferta y demanda de mercado

1. A partir de la siguiente información respecto a la demanda de un bien:

Precio	Cantidad
7	6
6	10
4	40
2	90
1	100

- a) Representa la información en un eje de coordenadas. El precio, en ordenadas, y la cantidad, en absisas.
- b) ¿Qué efecto tiene sobre la demanda la reducción del precio de 6 a 2? ¿Y si pasa de 1 a 2?
- c) ¿Qué relación se establece entre precio y cantidad?

2. A partir de la siguiente información respecto a la oferta de un bien:

Precio	Cantidad
7	70
6	59
4	40
2	29
1	10

- a) Representa la información en un eje de coordenadas. El precio, en ordenadas, y la cantidad, en absisas.
- b) ¿Qué efecto tiene sobre la oferta la reducción del precio de 7 a 3? ¿Y si pasa de 1 a 8?
- c) ¿Qué relación se establece entre precio y cantidad?

3. Ahora superpón las dos curvas.

- a) ¿Qué sucede para un precio de 2?
- b) ¿Qué sucede para un precio de 6?
- c) ¿Qué ocurre para un precio de 4?

Describir las fuentes de información primaria y secundaria. Recopilar fuentes de información secundarias. Realizar encuestas y entrevistas. Analizar la información obtenida

4. Se trata de que sepas identificar qué son las fuentes primarias y secundarias en un estudio de mercado; para ello debes cumplimentar los espacios punteados:

Las fuentes a veces están sujetas a revisión, están bien documentadas y frecuentemente están publicadas por instituciones en las que la seriedad metodológica sea importante para la trayectoria de la investigación.

Una fuente refleja el punto de vista personal del investigador sobre los sucesos descritos, que pueden o no ser veraces, precisos o completos; es decir, que el investigador hace un complemento de toda la información recogida en la primera intención.

5. A continuación debes distinguir, de la siguiente lista, lo que son fuentes primarias y secundarias.

- Realización de entrevistas.
- Instituto Nacional de Estadística.
- Informes de la banca comercial.
- Estadísticas oficiales.
- Cámaras de Comercio.
- Realización de encuestas.
- Observación.
- Experimento.

6. Vas a realizar un simulacro de encuesta. Ten en cuenta que la encuesta, en la mayoría de los casos, no puedes hacérsela a todo el grupo, pues tardarías meses; por eso se elige una muestra representativa del grupo y los resultados obtenidos se extrapolan al total.

Debes preguntar a tus compañeros de clase si les gustan o no las anchoas en lata. Deberán responder sí o no en una papeleta, que tú recogerás.

Después debes elegir una muestra representativa del grupo; si son 30, elige el 20%, es decir, 6. Elegir seis papeletas, cuenta los resultados y exprésalos en tanto por ciento. Ese resultado lo extrapolas al grupo. Y por fin cuenta las treinta papeletas y verás cómo coinciden, más o menos, los resultados de la muestra y los del total del grupo.

7. Ya has realizado la encuesta. En función de los resultados obtenidos, ¿sería interesante vender bocadillos de anchoas en el instituto para pagar el viaje de fin de estudios? En este caso, como vas a estudiar los gustos de todos los alumnos del instituto, deberás tomar como muestra los resultados de la encuesta que realizaste a toda la clase.

Describir los conceptos de marketing estratégico y de marketing mix

8. En relación con la segmentación, contesta a la siguiente pregunta: ¿por qué crees que la casa Rolex fabrica el reloj Tissot, o la casa Philips fabrica Askar y Radiola?



Comprueba tu aprendizaje

9. En las siguientes situaciones, ¿qué tipo de segmentación emplearías: diferenciada, indiferenciada o concentrada?

- La empresa posee pocos recursos.
- La empresa no puede conseguir variaciones dentro del mismo producto.
- Se pueden conseguir variaciones dentro del mismo producto.
- Los consumidores reaccionan de una forma similar ante una oferta comercial.
- La competencia diferencia.
- La competencia no diferencia.

10. Teniendo en cuenta que el mercado total de un producto es:

Precio	Cantidad
A	5000
B	3000
C	4500
D	9000
E	6500

- a) Determina el tamaño total del mercado.
- b) Determina la cuota de mercado de cada empresa.
- c) ¿Cuál es la empresa líder?

11. Haz un estudio de mercado para la implantación de un servicio a domicilio para personas de la tercera edad. Tendrás que averiguar las cuestiones siguientes:

- Estimación real de las necesidades de la zona y qué parte de estas están cubiertas.
- ¿Quién cubre actualmente estas necesidades? Si fuera necesario, ¿lo harías directamente tú o contratarías los servicios a terceros?
- ¿Qué precio, por ahora, están dispuestos a pagar los posibles usuarios del servicio?
- ¿Qué otros colectivos pueden necesitar este servicio (discapacitados, menores, etc.)? Determina la clientela potencial dentro de estos colectivos.
- Para hacer este estudio puedes acudir a: ayuntamiento, diputación provincial, comunidad autónoma, gerencia de servicios sociales, una encuesta domiciliaria en una zona próxima al futuro centro, etcétera.

12. Supongamos que tres jóvenes castellanos, Pedro, Pablo y José, deciden crear un negocio dedicado a la comercialización de productos sanitarios para animales. Durante una de las conversaciones iniciales que mantienen, se pone de manifiesto la necesidad de identificar a quién se va a vender estos productos. Pablo considera que las explotaciones ganaderas, con independencia del tipo de ganado al que estén dedicadas, son los clientes por excelencia.

Sin embargo, José manifiesta sus dudas sobre este particular, ya que entiende que dirigirse de forma global a todo tipo de explotación requeriría una inversión muy elevada. Y ello porque obligaría a disponer de una gran variedad de productos (para atender la gran diversidad de ganado), un número elevado de empleados, muchos almacenes, medios de transporte cuantiosos, etc. En la misma línea de José, Pedro sugiere la posibilidad de centrarse y especializarse en el cerdo, ya que, en Castilla, este es el tipo de ganado que más abunda.

- a) ¿Qué tipo de segmentación propone Pablo?
- b) ¿Qué tipo de segmentación proponen José y Pedro?

13. Piensa en un servicio que ofrecen al menos dos empresas de tu ciudad, e imagina que quieras montar otra empresa dedicada a la misma actividad.

- a) ¿Qué diferencias hay entre los servicios de las dos empresas?
- b) ¿Qué innovaciones podrías aportar respecto a la actividad de estas empresas?
- c) ¿Qué precios tienen?
- d) ¿Qué precio crees que sería adecuado para tu servicio? ¿Por qué?
- e) Razona cuáles podrían ser los canales de comunicación más adecuados para dar a conocer tu servicio.

14. Imagina que quieras montar un negocio de comida preparada:

- a) ¿Cuál es el producto básico? ¿Y el formal?
- b) Piensa en cinco ventajas que puedan formar el producto ampliado.
- c) Clasifica el producto según su tangibilidad y según su finalidad.
- d) ¿En qué tres criterios diferentes podrías basarte para fijar el precio? ¿Cuál de ellos crees que sería mejor?
- e) Determina cuál piensas que sería el mercado meta de tu empresa.



Plan de empresa

En esta unidad hemos estudiado aspectos importantes a la hora de desarrollar un plan de empresa. Una vez que hemos analizado la idea de negocio y decidido sobre su viabilidad, establecemos el producto o servicio que vamos a ofrecer, con sus características técnicas, o las necesidades que pretende cubrir, si se trata de un servicio; estudiaremos el mercado para tener toda la información necesaria para el establecimiento de estrategias, mediante la utilización de las fuentes de información adecuadas.

Analizaremos aspectos muy importantes, como los potenciales clientes, la competencia que nos podemos encontrar, cómo hacer llegar la información de nuestro producto a los clientes potenciales, cómo podemos distribuir el producto, etcétera.

Por tanto, en la presente unidad, centraremos el plan de empresa en todo lo referente al estudio del mercado en el que pretendemos competir, y cuáles son nuestras armas.

Para ello, continuando la línea iniciada en las unidades anteriores, analizad cómo afectaría el mercado al negocio que tenéis planteado en vuestro grupo, siguiendo las indicaciones de vuestro profesor.

Para ello, podéis seguir estos pasos:

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas:

- a) ¿Con qué fuentes de información podemos contar?
- b) ¿Quiénes van a ser nuestros futuros clientes? ¿Cuál es su sexo, edad, profesión, localización, nivel de renta, hábitos, etcétera?
- c) ¿Quiénes son nuestros competidores? ¿Cuáles son las características de sus servicios, los canales de distribución que utilizan, los precios, las calidades, etcétera?
- d) ¿Qué características diferenciadoras tiene nuestro producto: diseño, color, envase, coste, tamaño, duración, presentación, gama de servicios, asistencia técnica, etcétera?
- e) ¿Qué canales de distribución vamos a utilizar para hacer llegar el producto al cliente? ¿Cuál va a ser su coste?

- f) ¿En qué etapa de su ciclo de vida se encuentra?
- g) ¿Qué método de fijación de precios vamos a utilizar (por el coste, por la competencia o por lo que el cliente está dispuesto a pagar por el producto)?
- h) ¿Qué sistemas de promoción y publicidad vamos a utilizar para dar a conocer la empresa y su producto (anuncios en prensa, radio, buzoneo, revistas especializadas, descuentos por lanzamientos, productos gratuitos, muestras)?

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, elaborad las siguientes actividades:

- a) Realizad el estudio de mercado haciendo uso de las fuentes de información que estén a vuestro alcance.
- b) Especificad el cliente al que va dirigido el producto o servicio: sus características.
- c) Realizad una breve memoria de la competencia a la que os enfrentáis.
- d) Definid las características del producto o servicio que vais a ofertar.
- e) Estableced el precio que vais a aplicar a vuestro producto o servicio.
- f) Decidíos por el canal de distribución más apropiado para hacer llegar vuestro producto al cliente.
- g) Diseñad un plan de publicidad y promoción para dar a conocer vuestro producto.
- h) Exponed el plan de *marketing* que vais a utilizar para alcanzar las metas fijadas, y marcad las etapas que se han de cubrir para su consecución.
- i) Poned en común con el resto de grupos de clase vuestras decisiones y sometedlas a la opinión del resto de compañeros. También debéis recabar la opinión crítica de vuestro profesor al respecto.

3. Tras ello, ya podéis completar el apartado del plan de empresa, en el Centro de Enseñanza Online, referente al estudio de mercado y el plan de *marketing*.

Unidad 4

Cuánto cuesta mi idea y con qué recursos cuento



En esta unidad aprenderemos a:

- Realizar una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de empresas.
- Identificar los principales instrumentos de financiación.
- Incluir en el plan de empresa todo lo relativo al estudio de viabilidad económico-financiera, así como ayudas y subvenciones.

Y estudiaremos:

- La viabilidad económica y financiera de una pyme.
- El plan de empresa: estudio de viabilidad económica y financiera, gestión de ayudas y subvenciones.

**Ejemplos**

¿Cuánto me puede costar **constituir una Sociedad Limitada** con un capital social de 3000 € si realizo yo los trámites?

20 € por certificar que no existe otra SL que se denomine como la tuya.

320 € cobrará el notario por la escritura de constitución.

30 € por el ITP y AJD (1 % del capital social).

135 € por inscripción en el Registro Mercantil Provincial (capital social hasta 6000 €: se pagan 135 €).

20 € por legalizar los libros de contabilidad.

35 € por los libros de visitas y matrícula.

En total costaría unos 560 € más los 3000 € de capital social.

1. El plan de inversiones y gastos: ¿cuánto dinero necesito para montar mi empresa?

Antes de empezar este apartado, conviene que distingas entre lo que es **gasto** y lo que es **inversión**. Siempre que se compra un bien o un servicio decimos que se ha producido un gasto. Ahora bien, cuando lo que compras es un **bien imprescindible** para obtener el producto que fabricas y, por tanto, que será usado por la empresa y no será vendido, entonces decimos que se ha realizado una **inversión**.

Ejemplos de inversión: terrenos, edificios, maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario, elementos informáticos, instalaciones, etcétera.

Por otro lado, todo lo que compres que no se considere inversión se conceptúa como **gasto corriente** o, simplemente, **gasto**.

Ejemplos de gasto: materias primas; salarios; alquileres; mantenimiento; artículos de limpieza; publicidad; los recibos del agua, la luz, los seguros, el gas, el teléfono, etcétera.

Por ejemplo, la compra de una furgoneta sería una inversión, pero la gasolina, el seguro y el mantenimiento se consideran gastos corrientes o gastos.

Ahora que ya sabes distinguir entre inversión y gasto podemos comenzar. El primer paso es realizar un **listado de todas las inversiones y gastos** que deberás efectuar para poner en funcionamiento tu futura empresa. En la Tabla 4.1 puedes ver un listado, más o menos completo, de las inversiones y gastos que deberás realizar. Recuerda que tienes que ser lo más realista posible y, en caso de duda, prever la cantidad más elevada posible porque, por muy bien que lo hagas, siempre surgen imprevistos.

Inversiones

Local	Tienes que decidir si lo vas a comprar (inversión) o alquilar (gasto) y anotar su importe. Deberás incluir también las reformas o la adecuación del local
Maquinaria	Además de la maquinaria, incluimos los vehículos para el transporte interno
Herramienta y utillaje	Todo tipo de herramienta, además de moldes y matrices que se empleen conjuntamente con la maquinaria
Vehículos	Tienes que pensar si necesitarás vehículos, y cuántos, para el desarrollo de tu actividad profesional
Instalaciones	Los gastos de instalación y de formalización de los contratos de energía eléctrica, teléfono, gas, agua, calefacción, climatización, red de datos, etcétera
Mobiliario y enseres de oficina	Fotocopiadora, mesas, sillas, ficheros, calculadoras y demás material
Equipos informáticos y de procesamiento de la información	Ordenadores, impresoras, redes, etcétera
Derechos duraderos o inversiones inmateriales	Propiedad industrial (patentes y marcas); traspaso del local; uso de aplicaciones informáticas (programas de ordenador); depósitos o fianzas (si alquilas el local, dos meses de fianza); canon de entrada en la franquicia, etcétera

Gastos

Gastos necesarios para constituir y poner en marcha la empresa	Abogado, notario, impuestos, Registro Mercantil, licencias, asesoría, estudios de viabilidad, promoción de la empresa y campaña de lanzamiento, etcétera
Stock	Tienes que calcular el mínimo de existencias (mercancías o materias primas, envases y embalajes) necesarias para poder iniciar la actividad
Dinero en efectivo	Dinero que, como mínimo, necesitará tu empresa para los primeros meses, ya que lo normal es que vendas muy poco y los ingresos no te den para pagar los gastos normales de la empresa (alquileres, suministros, gastos de personal, publicidad, etc.). El plan de tesorería te puede ayudar en este aspecto; lo estudiarás en la unidad siguiente

Tabla 4.1. La suma de todos estos conceptos te dará la cantidad que necesitas para abrir la empresa y mantenerla abierta un tiempo mínimo.



Caso práctico 1

Dos compañeros, Juan García y Luis Gómez, con el título de técnicos en Electromecánica de vehículos, deciden crear un taller de *tuning*, cuya forma jurídica será la de Comunidad de Bienes. Se ponen manos a la obra y comienzan por el plan de inversiones y gastos. Los cálculos que han realizado son los siguientes:

Cálculos	
Equipos informáticos, 1 200 €	Gestoría por la constitución de la Comunidad de Bienes, 400 €
Aplicaciones informáticas, 800 €	Mobiliario, 800 €
Publicidad por lanzamiento de la empresa, 400 €	Stock inicial de mercaderías, 13 000 €
Maquinaria y herramientas, 25 000 €	Acondicionamiento del local, 3 000 €

¿Cuál es el plan de inversiones y gastos?

Solución

1. Inversiones, 30 800 €

- Equipos informáticos, 1 200 €
- Acondicionamiento del local, 3 000 €
- Maquinaria y herramientas, 25 000 €
- Mobiliario, 800 €
- Aplicaciones informáticas, 800 €

2. Gastos, 13 800 €

- Gestoría por constitución de la CB, 400 €
- Publicidad de lanzamiento de la empresa, 400 €
- Stock inicial de mercaderías, 13 000 €

Total: 44 600 € es el dinero que Juan y Luis han calculado que necesitarán.

Pero se nos olvida algo, ¿qué es? Muy sencillo: la empresa tiene que hacer frente todos los meses a una serie de gastos, como por ejemplo el pago del alquiler del local, los sueldos de sus trabajadores, la devolución del préstamo, el pago de los intereses, el agua, la luz, etc. El dinero para hacer frente a esos gastos se obtiene de la venta de sus productos. Pero los primeros meses las ventas serán escasas y seguramente insuficientes para hacer frente a estos gastos. Por tanto, habrá que calcular la cantidad de dinero que se necesitará para hacer frente a dichos gastos. En la unidad siguiente, cuando estudiemos el plan de tesorería, aprenderemos a calcular esta cantidad.

● 2. El plan de financiación: ¿de dónde voy a obtener el dinero?

A**Vocabulario**

Financiar. Obtener el dinero necesario para desarrollar una actividad. En el caso de las empresas, conseguir el dinero para cubrir los gastos e inversiones necesarios.

Una vez que sabemos el dinero que necesitamos para crear nuestra empresa, el paso siguiente es detallar cómo se piensa **financiar** dicho desembolso. Para ello podemos recurrir a las siguientes formas de financiación:

1. Financiación con base en tus aportaciones y las de tus socios temporales

- Aportación del empresario
- Cuenta ahorro-empresa
- Recurrir a la familia o amigos
- Sociedad Capital Riesgo
- Business Angels

2. Financiación mediante alquiler

- Renting
- Leasing

3. Financiación mediante dinero prestado

- Préstamo bancario
- Sociedad de Garantía Recíproca
- Financiación por parte de los proveedores

4. Financiación con base en las ayudas de la Administración Pública

- Subvenciones
- Viveros de empresas

● 2.1. Financiación basada en tus aportaciones y en las de tus socios temporales

La primera forma de financiación a la que suele recurrirse cuando se pone en marcha una empresa es la aportación propia (ahorros) y la ayuda que pueden prestarnos nuestros conocidos o empresas y particulares que se dedican a invertir en nuevas empresas.

a) **Aportación del empresario.** El primer paso es determinar qué cantidad de dinero debe aportar el empresario: el mínimo debe fluctuar alrededor del 35% del total de la inversión, de otra forma los bancos no concederán préstamos, pues quieren que el empresario también arriesgue una parte importante de la inversión.

b) **Cuenta ahorro-empresa.** Se trata de una cuenta en la que durante cuatro años ahorras para crear tu empresa y a cambio te descuentan en el IRPF el 15% de lo que hayas ahorrado cada año.

Si abres una cuenta ahorro-empresa, te estás comprometiendo a destinar todo el dinero que ahorras a constituir una empresa con forma de Sociedad Limitada Nueva Empresa; a comprar maquinaria, herramientas, vehículos, etc.; y a pagar el sueldo de tus empleados, que como mínimo será de uno. Tienes un año de plazo desde que se constituya la empresa para realizar el gasto. Y, además, la empresa deberá permanecer abierta al menos dos años.

c) **Recurrir a la familia o a los amigos.** Un emprendedor, cuando empieza, no tiene más remedio que recurrir a las tres efes: *Family - Friends - Fools* («familia» - «amigos» - «locos»). Casi la cuarta parte de los emprendedores pide dinero prestado a familiares y amigos.

**Importante**

Ten en cuenta que algunas formas de financiación **dependen de la forma jurídica elegida** (que estudiaremos en detalle más adelante, en la Unidad 6). En este caso, solo las Sociedades Limitadas Nueva Empresa podrán acudir a la cuenta de ahorro empresa.

La forma más acertada de prestar dinero a un familiar o a un amigo es hacerlo **mediante notario** siempre y cuando la cantidad sea importante (de 6 000 € en adelante). ¿Y eso por qué? Lo más normal, en estos casos, es que no se cobren intereses y, de cara a la Agencia Tributaria, redactar un documento ante notario es la forma más segura de demostrarlo. Además, se pueden fijar la forma y los plazos para su devolución.

Otra forma de pedir ayuda a familiares y amigos es requerirles para que se ofrezcan de avalistas en un préstamo; esto es, si el futuro empresario no puede devolver el préstamo, lo devuelve el avalista, además de todos los gastos ocasionados.

d) **Sociedad Capital Riesgo (SCR).** Estas son empresas que se dedican a invertir en aquellas otras que, aunque pequeñas, presenten un gran potencial. Su inversión no suele llegar al 50% del capital.

El negocio de la Sociedad Capital Riesgo consiste en que la empresa objeto de la inversión logre un rápido éxito, para poder vender su participación y obtener beneficios. El tiempo medio que la SCR permanece en la empresa va de los tres a los diez años.

Uno de los puntos esenciales de los acuerdos firmados con las SCR es el llamado «Pacto de salida del capital riesgo» que puede incluir cláusulas como la **cláusula de arrastre**, que dice: «Si el capital riesgo quiere vender su parte y el comprador que más ofrece le exige comprar el 100% de la empresa, esta cláusula obliga al emprendedor a deshacerse de su parte», incluso aunque la participación de la empresa en manos del capital riesgo sea minoritaria.

Por último, vamos a distinguir entre las SCR creadas por particulares para obtener los máximos beneficios y las SCR creadas por las comunidades autónomas, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo económico de estas y ayudar a los jóvenes emprendedores. Pues bien, es precisamente a este último tipo de SCR a la que debe dirigirse el emprendedor en busca de ayuda (toda comunidad autónoma tiene una SCR).

e) **Business Angels o inversor particular.** Se trata de personas físicas que generalmente son o han sido empresarios, con un amplio conocimiento de determinados sectores y con capacidad de inversión, que se dedican a invertir e impulsar el desarrollo de proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento en sus primeras etapas de vida. Son muy parecidos a las SCR, pero en el ámbito particular, aunque ya están organizados en redes de *Business Angels*.



Caso práctico 2

Partiendo de las fuentes de financiación explicadas hasta el momento, deberás resolver el siguiente caso práctico. Juan y Luis han calculado que necesitan 44 600 € para montar su taller de *tuning* y se plantean cuánto dinero han de aportar cada uno de ellos como mínimo para crear el taller. Además, Luis no tiene dinero ahorrado, ¿qué podría hacer para aportar su parte?

Solución

En principio han de aportar entre ambos el 35 % de los 46 600 €, esto es:

$$46\,600 \cdot 0,35 = 16\,310 \text{ €.}$$

Por tanto, cada uno aportará 8 155 €.

Por otra parte, si Luis no dispone de ahorros no le quedará más remedio que pedir el dinero a su familia.

Y, por último, no podrán recurrir a Sociedades Capital Riesgo o a *Business Angels* para financiar su parte, ya que estos exigen que el emprendedor ponga una parte del capital.



Fig. 4.1. Las SCR pueden entrañar peligros para sus participantes.

En Extremadura la junta ha creado una SFR llamada AVANTE



¿Sabías que...?

Además de la cláusula de arrastre, hay otras **cláusulas de la SCR** que te pueden interesar:

- El emprendedor tiene prohibido vender su participación mientras el capital riesgo siga en la empresa. Esta prohibición suele mantenerse durante un periodo máximo de cinco años.
- En caso de venta, el capital riesgo exigirá que en primer lugar se le devuelva el dinero que invirtió en la empresa, y después se repartirá el resto en función de las acciones que cada parte posea.
- Cierta tipo de decisiones solo se podrán tomar si las aprueban los consejeros nombrados por el capital riesgo, que tienen derecho a voto. Las materias reservadas se pactan en el acuerdo.

2.2. Financiación mediante alquiler

Otra forma muy habitual de financiación consiste en sustituir la compra de un bien por su alquiler, o retrasar el momento de la compra, para obtener condiciones más ventajosas. A continuación vamos a estudiar las **dos formas más empleadas** de financiación mediante alquiler, de las que seguro has oído hablar.

A. Renting

Leasing	Renting
Puede practicarse sobre bienes muebles e inmuebles	Solo sobre bienes muebles
El mantenimiento del bien recae sobre el arrendatario	El mantenimiento del bien recae sobre el arrendador
Duración mínima del arrendamiento: 2 años para bienes muebles y 10 para inmuebles	No existe duración mínima
Existen ciertos límites a la hora de deducirse la cuota	La cuota se deduce en su totalidad
Ofrece opción de compra	No existe opción de compra

Tabla 4.2. Diferencias entre el leasing y el renting.

Supongamos que quieres tener uno o más vehículos y además quieras olvidarte de seguros, averías, cambios de aceite, etc. La solución es acudir a una compañía de *renting*, donde, a cambio de una **mensualidad**, te proporcionarán un vehículo nuevo y, además, incluirán los siguientes servicios: uso del vehículo por el plazo contratado (2, 3, 4 o 5 años); seguro a todo riesgo; asistencia en carretera desde el kilómetro cero; revisiones y mantenimientos en cualquier concesionario oficial; seguro integral de averías; sustitución de neumáticos y piezas desgastadas; matriculación; impuestos de circulación, etcétera.

¿Se deposita fianza? Como en la mayoría de contratos de alquiler, se exige una fianza de aproximadamente dos mensualidades.

Finalizado el contrato, tú, o tu empresa, tendrás total libertad para sustituir el vehículo por otro nuevo o devolverlo. El *renting* es muy recomendable para aquellos bienes que pueden quedarse obsoletos rápidamente. Así, si en un principio el *renting* se centró en los **vehículos**, hoy se está extendiendo a **otros bienes**, como por ejemplo ordenadores, equipos de telecomunicaciones, copiadoras, equipos de seguridad, maquinaria de obra pública, etcétera.

B. Leasing

Supongamos que estás interesado en alguno de los siguientes bienes: oficinas, locales, naves industriales, vehículos y material de transporte, maquinaria de todo tipo, equipamiento informático y de oficina, es decir, por bienes destinados a actividades empresariales. Además, no quieres hacer un gran desembolso y, por tanto, deseas **alquilar** dicho bien, pero con la condición de **poder comprarlo en el futuro**, si te conviene. Asimismo puedes **amortizarlo** de una forma acelerada (en menos años de lo que es habitual) y obtener beneficios fiscales y, por su puesto, que sea compatible con una subvención que tienes pensado pedir.

La solución es acudir a una compañía de *leasing*. Estas empresas compran el bien que necesitas, te lo alquilan a cambio de una cuota mensual y, al final del periodo de alquiler, te permiten comprarlo por un precio muy bajo. Los equipos a los que va destinado el *leasing* son aquellos que suponen una fuerte inversión y tienen una vida operativa larga, como un local, maquinaria, etcétera.



Caso práctico 3

Juan y Luis tienen que realizar las siguientes inversiones para montar su taller de *tuning*: equipos informáticos, acondicionamiento del local, maquinaria y herramienta, mobiliario y aplicaciones informáticas.

¿Crees que Juan y Luis podrían recurrir al *renting* o al *leasing* para financiar alguna inversión? En caso afirmativo, ¿qué podrían financiar concretamente?

Solución

De todas las inversiones posibles lo más idóneo parece decidirse por los equipos informáticos, ya que estos evolucionan muy rápido y corren el riesgo de quedarse obsoletos. Si se deciden por un *renting* a 3 años tendrán que pagar una cuota mensual de 46 €. De esta forma, los 1 200 € que se iban a gastar en el equipo informático ya no serán necesarios, pero a cambio tendrán un gasto de 46 € todos los meses.

Otra opción podría ser conseguir mediante *leasing* la maquinaria y las herramientas, cuestión que deberían considerar.

● 2.3. Financiación mediante dinero prestado

Cuando los recursos de financiación que hemos estudiado hasta ahora no son suficientes, también es posible pedir prestado una parte del dinero a alguna entidad o empresa. Veamos a continuación las opciones más habituales a las que suelen recurrir las empresas.

○ A. Préstamo bancario

Es una **cantidad de dinero** que concede una **entidad crediticia**, (banco, caja de ahorros, cooperativa de crédito, etc.) a una pyme, a cambio de unos intereses y durante un periodo de tiempo determinado.

Por ejemplo, se piden 100 000 € a cuatro años, a un tipo de interés nominal del 7% anual. Ello quiere decir que la entidad crediticia presta a una pyme 100 000 € durante cuatro años, y la pyme se compromete a pagar todos los años el 7% de interés (7 000 € cada año) y devolver los 100 000 € al cabo de los cuatro años. Se puede pactar el pago de intereses y la devolución del préstamo de otras formas (mes a mes, trimestre a trimestre, etcétera).

El **tipo de interés nominal** puede ser fijo (durante los cuatro años del ejemplo anterior sería el 7% anual) o variable, en cuyo caso se revisa todos los años en función de un índice pactado entre las partes, como por ejemplo el Euribor. Imaginemos que se fija un tipo de interés igual al Euribor + 2%. De esta forma si el Euribor baja, los intereses del préstamo bajarán y viceversa.

Cuando negocias un préstamo no lo hagas sobre el tipo de interés nominal; debes negociar sobre la **TAE** (Tasa Anual Equivalente), que es el verdadero tipo de interés que vas a pagar. La TAE incluye el tipo de interés, más las comisiones (comisión de estudio, comisión de apertura, etc.). Debes negociar tanto el tipo de interés como las comisiones (ver Caso práctico 4).

En cuanto a los **tipos de préstamo**, los dos más habituales son el **préstamo personal** y el **préstamo hipotecario**.

- Los **préstamos personales** suelen conceder hasta 10 años y por cantidades no muy altas. **La garantía ofrecida es el patrimonio de la persona que pide el préstamo, y si este es insuficiente, se exige que aporte avalistas** (persona que se compromete a pagar el préstamo en caso de que la persona que lo pidió no lo pueda pagar).
- Los **préstamos hipotecarios** se pueden conceder por 35 o más años y las cantidades prestadas suelen ser grandes. El fin de estos préstamos es la compra de un inmueble (local para el negocio). **La garantía es el inmueble**, de tal forma que, si no se devuelve el préstamo, el banco vende el inmueble y cobra el importe del préstamo más los intereses y gastos ocasionados.



Caso práctico 4

Una empresa pide un préstamo de 10 000 € a un 5% de interés nominal y por un plazo de 2 años. El banco le cobra en concepto de comisiones (apertura, estudio, etc.) 200 €. ¿Cuál es el verdadero tipo de interés que pagará esta empresa, o lo que es lo mismo, cuál es la TAE de este préstamo?

Solución

Por 10 000 € a dos años paga 200 € por comisiones; esto expresado en tanto por ciento sería:

$$(200/10\,000) \cdot 100 = 2\%.$$



Importante

El **Euribor** es el tipo de interés que le paga un banco a otro cuando este le ha prestado dinero.



¿Sabías que...?

Existen también **préstamos hipotecarios sobre bienes muebles**. Los bienes susceptibles de hipoteca mobiliaria son: los establecimientos mercantiles; los automóviles y otros vehículos de motor, la maquinaria industrial, y la propiedad intelectual e industrial, etcétera.

Por tanto, si por dos años el banco cobra un 2%, es lo mismo que si cada año cobrarse un 1%, que si lo sumamos al 5% que paga por el préstamo, nos dará una TAE del 6% anual.

¿Sabrías hacerlo para 1 año?

Muy bien, la TAE sería del 7% (5% + 2%).

Conclusión: cuanto menor es el plazo de duración más alta es la TAE para un mismo préstamo.

**Importante****Cómo funciona una SGR**

- 1.º Puedes hacerte socio de la SGR pagando una pequeña cuota que se reembolsará una vez que el préstamo esté finalizado.
- 2.º Tienes que presentar el proyecto y que la SGR lo considere viable. Se paga una pequeña cuota por realizar el estudio de viabilidad.
- 3.º Si se considera viable, la SGR avalará el préstamo y por ese aval te cobrará un 0,25% del importe del préstamo.

Las SGR están formadas por las propias pymes y subvencionadas por las Administraciones Públicas. Además, están sometidas a las reglas, control e inspección que el Banco de España también aplica a las entidades de crédito.

O B. Sociedades de Garantía Recíproca (SGR)

Quizá el mayor problema al que se enfrentan las pymes a la hora de pedir un préstamo es el **avalista**. Para estos casos se han creado las **Sociedades de Garantía Recíproca**, que, con participación pública, tienen como función principal servir de avalista a las pymes. Existe, al menos, una por cada comunidad autónoma.

O C. Financiación por parte de los proveedores

La compra de un activo fijo, como por ejemplo una máquina o un vehículo industrial, supone un gran desembolso, por lo que muchas veces es el mismo proveedor el que ofrece algún sistema de financiación, como por ejemplo la venta a plazos, en algunas ocasiones sin el pago de intereses.

● 2.4. Financiación basada en las ayudas de la Administración Pública

No podemos olvidar que las Administraciones Públicas también ofrecen distintos tipos de ayuda a los emprendedores. Estas ayudas varían de unos lugares a otros, y conviene estar al día de las posibles novedades que pueden ir surgiendo. No podemos estudiar todas en detalle, pero es bueno conocer los dos tipos de ayudas siguientes:

- a) **Subvenciones.** Debido a su importancia y extensión, las estudiaremos en el siguiente apartado.
- b) **Incubadoras; viveros o semilleros de empresas.** Un vivero de empresas es un espacio físico especialmente diseñado para acoger empresas de nueva creación. Disponen de un edificio administrativo propio adaptado a tal fin, y una gama de servicios comunes (asesoramiento, formación, salas de reuniones, etc.), así como de naves y/o módulos en régimen de alquiler que pueden llegar a ser gratuitos. Además, cuentan con asesoramiento técnico durante toda la vida del proyecto.

**Caso práctico 5**

Supongamos que Juan y Luis piden un préstamo bancario de 29 000 € por 10 años al 12% de interés.

¿Cuál será la cuota mensual que deberán pagar?

Solución

Empleamos la siguiente fórmula:

$Co \cdot [i \cdot (1 + i)^n] / [(1 + i)^n - 1] =$ cuota constante de amortización de un préstamo (plan francés).

Co = cantidad nominal del préstamo principal.

n = duración de la operación en meses, trimestres, semestres o años.

i = tipo de interés efectivo correspondiente al periodo considerado; si la duración se ha establecido en meses el tipo de interés tendrá que venir dado en meses.

Como queremos la solución en meses, el tipo de interés lo ponemos en meses, esto es, el 12% anual es igual al 1% mensual (0,01).

Dato: $(1 + 0,01)^{120} = 3,3$

$29\,000 \cdot [0,01 \cdot (1 + 0,01)^{120}] / [(1 + 0,01)^{120} - 1] = 416,07 \text{ €/mes durante 10 años.}$

**Actividades**

1. Enumera las inversiones y gastos necesarios para abrir un chiringuito en la playa durante 4 meses.
2. Para comprar un vehículo puedes pedir un préstamo, o bien que lo financie el proveedor que lo vende, o acudir al leasing. Queda otra opción. ¿Cuál es?
3. Si necesitas pedir un préstamo al banco y no tienes patrimonio propio, ni nadie que te pueda avalar, ¿qué puedes hacer para que te concedan el préstamo?
4. ¿Qué diferencias existen entre *Business Angels* y las *Sociedades Capital Riesgo*?
5. Si abres una cuenta ahorro-empresa: a) ¿a qué tienes que dedicar el dinero ahorrado?; b) ¿durante cuánto tiempo puedes tenerla abierta?, y c) ¿qué ventaja ofrece?
6. Si no tienes dinero suficiente para cubrir todas las inversiones necesarias, ¿dónde puedes acudir para conseguir el capital que te falta, sin pagar intereses?

1. Por autónomo: 8000€
2. Creación de empleo: 8000€ por trabajador indefinido
3. Para cubrir gastos
4. Para inversiones en máquinas, naves...

3. Subvenciones

La subvenciones son **fondos públicos** que las distintas **Administraciones Públicas** conceden a las empresas para fomentar su creación y desarrollo. Se conceden a fondo perdido, pero se deben justificar con la acreditación de los gastos realizados.

Cuando nos referimos a subvenciones y ayudas nos estamos refiriendo a subvenciones financieras, exoneración de impuestos, préstamos a bajo tipo de interés, desgravaciones fiscales, bonificaciones en las cuotas de la Seguridad Social, garantías concedidas en operaciones de crédito, etcétera.

Un ejemplo de estas ayudas puede ser la línea **ICO-Microcréditos**, del Instituto de Crédito Oficial, un préstamo de hasta 25 000 € a un tipo de interés muy favorable y por un plazo de hasta 7 años pensado para personas que presenten un proyecto viable y no puedan conseguir un préstamo por carecer de garantías. Tendrán preferencia: mayores de 45 años, hogares monoparentales, inmigrantes, mujeres, discapacitados y parados de larga duración.

Desde que aparece la convocatoria de la subvención en el Boletín Oficial del Estado hasta que el dinero llega a tus manos transcurre un tiempo considerable; debes tenerlo en cuenta a la hora de planificar la estrategia financiera (obtención de fondos).

Las subvenciones exigen un papeleo relativamente complicado; si ves que dicho papeleo te sobrepasa, existen **empresas consultoras** especializadas en gestionar la obtención de subvenciones (identificar los programas, cumplimentar el papeleo, presentar la memoria, cumplir los plazos, seguir la solicitud, etc.), a las que puede resultar ventajoso acudir. Puedes solicitar información en la Cámara de Comercio o en la Ventanilla Única Empresarial de tu ciudad.

¿Qué criterios influyen a la hora de conceder una subvención? Los **criterios** que inclinan la balanza a tu favor son:

Viabilidad del proyecto empresarial

Creación de empleo

Incorporación de nuevas tecnologías (informática)

Que tu proyecto empresarial esté incluido dentro de los sectores considerados como yacimientos de empleo

Adoptar medidas de protección y mejora del medio ambiente

Pertenecer a determinados colectivos, como mayores de 45 años, mujeres, jóvenes, etcétera

Web
<http://www.ctdi.es/index.asp>



El Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) es una entidad pública empresarial, dependiente del Ministerio de Ciencia e Innovación, que promueve la innovación y el desarrollo tecnológico de las empresas españolas.

Si tu idea de negocio tiene una **base tecnológica**, visita esta página, en la que encontrarás abundante financiación.

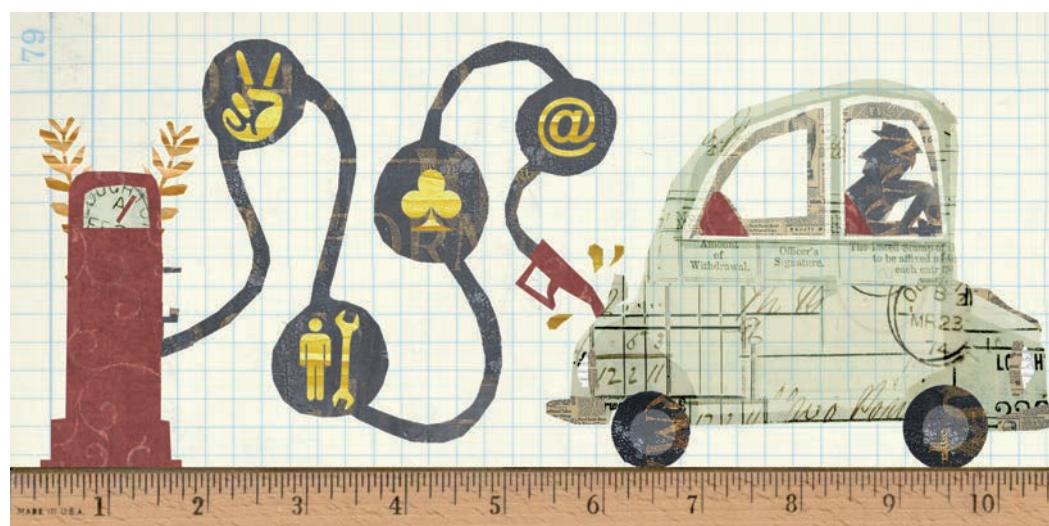


Fig. 4.2. Las subvenciones tratan de fomentar aquellas actividades económicas que por su trascendencia social, cultural, innovadora o ecológica merezcan una atención preferente.



Fig. 4.3. El confirming asegura una transacción comercial exitosa para todos.

4. Fuentes de financiación para el día a día

Una vez que hayas creado tu empresa, existen otras fuentes de financiación que te ayudarán a resolver los problemas que surgen en el día a día; entre ellas podemos destacar las siguientes:

4.1. Confirming

En ocasiones para que un proveedor te sirva tienes que aportar un Confirming.

Con el **confirming** podrás **pagar a los proveedores** puntualmente, aunque no tengas dinero en ese momento. Si contratas un servicio de **confirming** con una entidad financiera, lo que estás contratando es que dicha entidad financiera se encargue de pagar a tus proveedores cuando proceda, e incluso que adelante el pago si estos lo estiman oportuno (cobrando una comisión al proveedor). ¿Qué sucede si en el momento del pago no tienes dinero suficiente en tu cuenta? No te preocupes. El banco lo adelanta (cobrando una comisión). Por lo demás, el servicio de **confirming** suele ser gratuito.

Una ventaja para el empresario al contratar este servicio es la mejora de su **imagen** ante sus **proveedores**, al estar él y sus pagos avalados por una institución financiera.

4.2. Cuenta de crédito

¿Dónde puedes acudir en caso de que, momentáneamente, te quedes sin dinero y debas efectuar un pago? El instrumento financiero ideal es la **cuenta de crédito**.

Su funcionamiento es el siguiente: la entidad bancaria **pone a disposición de la empresa una cuenta** por la cantidad y el plazo solicitados por esta; por ejemplo, 700 000 € por tres años.

Si la empresa no toma cantidad alguna, no pagará intereses. Ahora bien, en el momento en que disponga de cualquier cantidad, por ejemplo 100 000 €, el **contador de los intereses** se pondrá en marcha y por cada día que se disponga de esa cantidad, deberá pagar el interés pactado. El contador de intereses se detendrá en el momento en que se ingrese la cantidad dispuesta en la cuenta de crédito, en nuestro caso 100 000 €. Los intereses los cobra el banco periódicamente, por lo general cada tres meses. Además, se paga un pequeño interés por las cantidades no dispuestas (ver Caso práctico 6).

Préstamo	Crédito
Se recibe la totalidad del préstamo desde el primer día	Se pone el dinero a disposición del cliente, quien puede hacer o no uso de él
Se pagan intereses desde el primer día por el importe total y durante todo el año	Se pagan intereses cuando se disponga del dinero y solo por la cantidad dispuesta durante el tiempo dispuesto
Si se devuelve el dinero por anticipado, se sufre una penalización	Se pueden reintegrar las cantidades dispuestas en cualquier momento sin sufrir ninguna penalización
Se emplea para pagar compras o inversiones, nunca para hacer frente a una falta de liquidez	Se emplea para hacer frente a una falta de liquidez, nunca para realizar inversiones

Tabla 4.3. Diferencias entre el préstamo y el crédito.



Caso práctico 6

Imaginemos que Juan y Luis abren una cuenta de crédito por un mes; por ejemplo, noviembre, que tiene 30 días. El importe solicitado son 500 €. El tipo de interés es el 5% para las cantidades dispuestas; el 1% para las no dispuestas.

El movimiento de la cuenta fue el siguiente:

Salida: 400 € el 2 de noviembre	Entrada: 400 € el 7 de noviembre
Salida: 100 € el 15 de noviembre	Entrada: 100 € el 25 de noviembre
Salida: 500 € el 28 de noviembre	Entrada: 500 € el 30 de noviembre

¿Sabrías calcular cuántos intereses tendrán que pagar Juan y Luis en total?

Solución

Cantidades dispuestas	Cantidades no dispuestas
<ul style="list-style-type: none"> • 400 € durante 5 días (2 al 7) • 100 € durante 10 días (15 al 25) • 500 € durante 2 días (28 al 30) <p>$[(400 \cdot 5) + (100 \cdot 10) + (500 \cdot 2)] \cdot 0,05/365 = 0,55 \text{ € a pagar por las cantidades dispuestas.}$</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 500 € durante 1 día (1 al 2) • 100 € durante 5 días (2 al 7) • 500 € durante 8 días (7 al 15) • 400 € durante 10 días (15 al 25) • 500 € durante 3 días (25 al 28) <p>$[(500 \cdot 1) + (100 \cdot 5) + (500 \cdot 8) + (400 \cdot 10) + (500 \cdot 3)] \cdot 0,01/365 = 0,29 \text{ € a pagar por no disponer del dinero.}$</p>

Por 30 días se deberá pagar de intereses: $0,55 + 0,29 = 0,84 \text{ €}$



Importante

¿Cuál es el coste de los números rojos?

Para que te hagas una idea de lo que puede costar un descubierto en cuenta, te ponemos un ejemplo. Mantener durante dos días un descubierto de 700 € te costará, por un lado, el tipo de interés, que será del 9%, más una comisión por apertura de descubierto del 2%, más una comisión fija de reclamación de posiciones deudoras de 12 €.



Vocabulario

Efecto comercial. Es un documento en el que se ha recogido un derecho de crédito, un derecho a que alguien cobre algo de un tercero. Como efectos comerciales tenemos las letras de cambio, los pagarés, los cheques y los recibos.

Letra de cambio. Mandato de pago por el que la persona que emite el documento (librador) ordena al librado el pago de una cantidad de dinero en una fecha determinada (vencimiento) a favor de un tercero, cuyo nombre ha de figurar en la letra.

Pagaré. Es un documento muy parecido a un cheque, pero con una diferencia: mientras que el cheque se cobra a su presentación, ponga la fecha que ponga, el pagaré únicamente se puede cobrar en la fecha que figura escrita.

4.3. Descubierto bancario

Se trata de extender un talón por una cantidad superior a aquella de la que en ese momento se dispone en cuenta corriente. El banco aceptará el descubierto o no, en función de la solvencia que tenga la empresa, de si es o no un buen cliente, de la cantidad sobrepasada, etc. (a esta situación se le suele denominar «estar en números rojos»). En la mayoría de los casos la empresa pacta con el banco la cantidad máxima que este le admitirá en descubierto.

Es la forma más cara de financiación que existe. El banco suele cobrar un tipo de interés igual al doble del que cobra por un préstamo, y, como es lógico, suele emplearse por un plazo muy corto.

4.4. Descuento comercial

¿Cómo puedo cobrar por adelantado las letras y facturas de mis clientes?

Los clientes, habitualmente, no suelen pagar al contado, sino posteriormente; por ejemplo, a los 30 días. La empresa vendedora presenta a su cliente una **letra de cambio** para que la firme (aceptación de la letra) y, en su momento, pasársela al cobro. Esto lo hace la mayoría de los clientes, y la empresa, si no desea esperar el vencimiento de las letras, puede dirigirse a su banco y solicitar que se le pague por adelantado a cambio de una comisión (esto se conoce como «descuento comercial»).



Fig. 4.4. Hay diversos métodos de financiación que pueden ayudarnos en el día a día. Con ellos nos aseguramos de que podemos pagar a nuestros proveedores y de que cobraremos las facturas que enviamos a nuestros clientes.

Como esto ocurre habitualmente, lo más lógico es que el cliente lleve a un acuerdo con su entidad bancaria para pasarle al descuento todas sus letras. El banco, previo estudio de la situación económica de la empresa, permitirá descontar letras hasta un determinado límite (la **línea de descuento**) y siempre con la condición de que si la letra resulta impagada llegado su vencimiento, el banco la devolverá a su cliente y este le abonará su importe más una serie de gastos. Si los clientes comienzan a devolver letras, resulta una forma cara de financiación.

La letra de cambio es el principal documento descontable, aunque también pueden descontarse recibos, cheques, talones, pagarés, certificados, contratos, pólizas y otros.

4.5. Factoring

Otra opción es contratar una empresa de *factoring* (la mayoría son bancos y cajas de ahorros) y esta, a cambio de una comisión (suele ser más alta que la comisión por descuento de letras), **se hace responsable del pago** de todas las facturas de sus clientes, e incluso te puede adelantar el cobro de las mismas. Algo así como si tú le vendieses todas tus facturas a la empresa de *factoring* y esta te pagase su importe menos una comisión (entre un 0,5 y el 3 % del importe de la factura, con un mínimo por factura). En el momento en que contratas con una entidad de *factoring* es como si solo trabajases con un único cliente.

El *factoring* puede ser de **dos tipos**:

- **Factoring con recurso:** el factor no asume el riesgo de insolvencia.
- **Factoring sin recurso:** el factor asume el riesgo de insolvencia (más caro que el primero).

Si tu empresa trabaja con productos perecederos, o bien concede a sus clientes un plazo de pago superior a los 180 días, no podrá contratar este tipo de servicio.



Caso práctico 7

Supongamos que se solicitan tres préstamos, uno de 100 000 € al 5 % anual por un periodo de dos años, otro de 200 000 € al 5 % anual por un periodo de 7 meses, y un tercero de 300 000 € por un periodo de 173 días.

¿Sabrías calcular los intereses de estos tres préstamos?

Solución

Fórmula: capital · tipo de interés dividido por 1 para años, por 12 para meses y por 365 para días · número de años, meses o días.

100 000 € al 5 % durante dos años: $[100\,000 \cdot (0,05 / 1)] \cdot 2 = 10\,000$ € de intereses por 2 años.

200 000 € al 5 % durante 7 meses: $[200\,000 \cdot (0,05 / 12)] \cdot 7 = 5\,833,33$ de intereses por 7 meses.

300 000 € al 5 % durante 173 días: $[300\,000 \cdot (0,05 / 365)] \cdot 173 = 7\,109,78$ € de intereses por 173 días.

Nota: el mes comercial se considera de 30 días y el año comercial de 360 días. No obstante hemos dejado 365 días en pos de la sencillez.

● 4.6. Alargar el plazo de pago a los proveedores

Alargar el plazo de pago a los proveedores es un excelente método de financiación para mi empresa. ¿Estoy en lo cierto? Efectivamente, es un excelente método de financiación a corto plazo, pero hay que tener en cuenta que los proveedores, en la mayoría de los casos, suelen ofrecer **descuentos por pronto pago**. La forma de presentar estos descuentos es la siguiente:

2/10 neto 90 significa que el proveedor ofrece un aplazamiento en el pago de 90 días, o la posibilidad de un descuento del 2% si se realiza el desembolso dentro de los 10 primeros días posteriores a la recepción del pedido. Por lo tanto, alargar el plazo de pago a los proveedores no resulta gratuito, ya que el precio que pagamos es renunciar al descuento por pronto pago.



Caso práctico 8

La empresa MiguelES dispone de una letra de cambio que debe cobrar a un cliente dentro de sesenta días por importe de 3 000 €. Por necesidades de tesorería, la empresa decide descontar la mencionada letra.

El banco le cobra por la operación un 7% de interés anual, una comisión del 1 por 1 000 sobre el total con un mínimo de 2 €, y unos gastos de 6 €.

¿Cuál será el efectivo abonado por el banco a MiguelES?

Solución

$$\text{Descuento: } 3\,000 \cdot (0,07 / 360) \cdot 60 = 35 \text{ €}$$

$$\text{Comisiones: } 3\,000 \cdot (1 / 1\,000) = 3 \text{ €}$$

$$\text{Gastos: } 6 \text{ €}$$

$$\text{Efectivo} = 3\,000 - 35 - 3 - 6 = \mathbf{2\,956 \text{ €}}$$



Importante

Para que comprendas la razón de la existencia del pronto pago, observa en el cuadro siguiente el tiempo que, como media, se tarda en pagar las facturas en los países de nuestro entorno.

Plazo medio de pago en distintos países:

- Suiza, 36 días
- Alemania, 40 días
- Holanda, 41 días
- Austria, 48 días
- Reino Unido, 52 días
- Bélgica, 55 días
- Francia, 65 días
- Italia, 90 días
- **España, 92 días**
- Portugal, 99 días
- Grecia, 105 días

Ahora comprenderás la importancia del descuento por pronto pago.



Caso práctico 9

La empresa Autos Marsán compra a su proveedor habitual mercaderías por un valor de 2 000 € y el proveedor le ofrece la siguiente opción: puede pagar dentro de 45 días o bien pagar en los 10 días siguientes a recibir el pedido, en cuyo caso le hará un descuento del 5%.

Sabemos que Autos Marsán tiene abierta una cuenta de crédito al 7% anual, dentro de 20 días cobrará una factura de un cliente y podrá reponer lo dispuesto de la cuenta de crédito.

¿Qué interesa más?

Solución

Es cuestión de hacer números. El descuento que obtendrá por pagar al contado será $2\,000 \cdot 0,05 = 100 \text{ €}$. Por disponer durante 20 días de 2 000 €, el banco le cobrará de intereses $(2\,000 \cdot 20) \cdot (0,07 / 365) = 7,67 \text{ €}$.

Está claro que le interesa pagar en los diez días siguientes, pues el descuento es de 100 €, mientras que el coste de los 200 € durante 20 días es de 7,67 €.

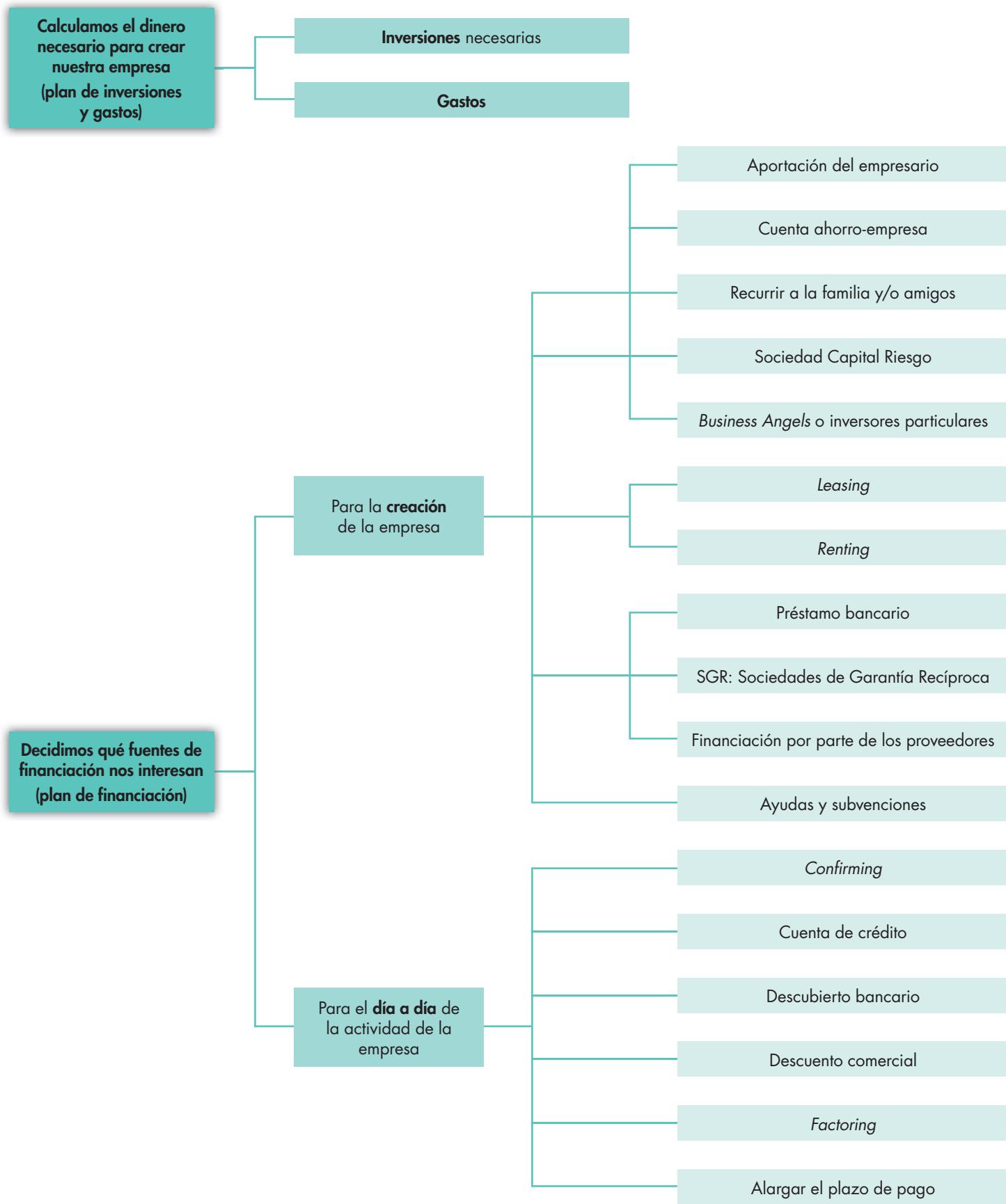


¿Sabías que...?

Según la Ley 15/2010, de 5 de julio, el **plazo máximo de pago** de las empresas a sus proveedores se cifra en **60 días**, excepto para el sector de la alimentación y los productos perecederos, que será de 30 días. El plazo para las Administraciones Públicas se establece en 30 días. Se elimina la posibilidad de que las empresas negocien otros plazos de pago superiores a los establecidos por ley.



Síntesis





Test de repaso

1. No podemos pagar a un proveedor por habernos quedado, circunstancialmente, sin efectivo. Señala la alternativa más idónea:

- a) Acudir a una Sociedad de Garantía Recíproca.
- b) Recurrir al *confirming*.
- c) Solicitar un crédito.

2. Señala la proposición correcta:

- a) Las empresas de *factoring* se dedican al alquiler de cualquier tipo de bien mueble y al finalizar el plazo de alquiler ofrecértelo por una pequeña cantidad.
- b) Las empresas que se dedican al *factoring* son empresas que a cambio de una comisión te adelantan el importe de las facturas de tus clientes.
- c) Ninguna de las anteriores respuestas es correcta.

3. Tenemos que comprar una pala excavadora, pero no tenemos dinero. Señala la alternativa más idónea:

- a) Acudir a una Sociedad de Garantía Recíproca.
- b) Solicitar un crédito.
- c) Pedir financiación por parte de los proveedores de capital fijo.

4. Entendemos por «línea de descuento»:

- a) El pago por adelantado de una letra de cambio.
- b) La firma de una letra de cambio.
- c) El importe máximo de letras que puedes descontar en una entidad crediticia.

5. Una Sociedad de Garantía Recíproca se dedica a:

- a) Proporcionar avales a las pymes que sean socias.
- b) Prestar dinero a las pymes que sean socias.
- c) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

6. La diferencia entre un crédito y un préstamo es:

- a) El crédito es siempre más caro que el préstamo.
- b) El crédito es siempre más barato que el préstamo.
- c) No existe ninguna diferencia, puesto que son exactamente iguales.

7. Para pagar puntualmente a mis proveedores:

- a) Lo mejor es recurrir al *renting*.
- b) Lo mejor es recurrir al *confirming*.
- c) Lo mejor es recurrir al *leasing*.
- d) Ninguna de las anteriores respuestas es correcta.

8. ¿Cuál es la secuencia ideal para cualquier empresa?

- a) Comprar, pagar, vender y cobrar.
- b) Comprar, vender, cobrar y pagar.
- c) Las dos son falsas.

9. Señala la proposición correcta:

- a) La mensualidad que yo pago al banco por el *leasing* se llama aval.
- b) El descuento que hace el banco por ser buen cliente se llama descuento bancario.
- c) El descuento bancario es el importe máximo, en letras de cambio, que puedo negociar en mi banco.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

10. Tenemos un déficit temporal de tesorería. Señala la alternativa más idónea:

- a) Pedir un préstamo.
- b) Recurrir al *confirming*.
- c) Solicitar un crédito.
- d) Acudir a una Sociedad de Garantía Recíproca.

11. Quieres comprar una máquina urgentemente, pero no tienes dinero. Señala la alternativa más idónea:

- a) Acudir a una Sociedad Capital Riesgo.
- b) Pedir una subvención.
- c) Pedir financiación por parte de los proveedores de capital fijo.
- d) Solicitar un crédito.

12. Una empresa Capital Riesgo es:

- a) Una empresa que se asocia contigo si tu negocio tiene futuro, y cuando este triunfa, la empresa vende su participación.
- b) Su función es avalar a las pymes.
- c) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

13. Señala la proposición correcta:

- a) El *leasing* consiste en alquilarte una máquina y al final del plazo ofrecértela por el valor residual.
- b) El *confirming* son fondos públicos que la Administración concede para realizar inversiones en actividades empresariales.
- c) El *factoring* es el importe máximo de letras de cambio que el banco permite descontar.



Comprueba tu aprendizaje

Realizar una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de establecimientos del sector en la localidad de referencia

1. Dentro de las ayudas y subvenciones estatales existe un organismo que destaca entre los demás. ¿Puedes decir a qué organismo nos referimos?
2. ¿Las subvenciones y ayudas se tienen que devolver o son a fondo perdido?
3. El tiempo que transcurre desde que aparece la convocatoria de la subvención en el Boletín Oficial hasta que el dinero llega a tus manos, ¿es un factor que debe tenerse en cuenta? Y, en caso afirmativo, ¿por qué?
4. Cuando solicitas una ayuda o subvención debes presentar la documentación que se exige. Si llegado el momento te das cuenta de que no eres capaz de hacerlo, ¿cabe alguna otra solución, o lo mejor es dejarlo y emplear tu tiempo en otras cosas?
5. Tienes que aconsejar a un compañero e indicarle dónde debe acudir para que le puedan informar sobre ayudas y subvenciones. ¿Qué le indicarías?
6. ¿Qué criterios influyen a la hora de conceder una subvención?
7. ¿Cuál es la forma más habitual de subvención que tiene el ICO?

Identificar los principales instrumentos de financiación bancaria

8. ¿Qué debes hacer para calcular cuánto dinero necesitas para montar tu empresa?
9. ¿Qué cantidad debe aportar el empresario como mínimo para crear su empresa?
10. ¿En qué supuesto acudirías a una SGR?
11. Una empresa ofrece a sus clientes pagar a los 60 días o un descuento del 3% si lo hace al contado. El banco cobra unos intereses del 1% por prestar dinero a un mes.
El importe de la factura es de 100 000 €.
¿Qué debe hacer el empresario: pagar al contado o a los 60 días?
12. Entre una Sociedad Capital Riesgo y una *Business Angels*, ¿a cuál acudirías en primer lugar y por qué?
13. ¿Qué relación encuentras entre una Sociedad de Garantía Recíproca y un préstamo?
14. Un autónomo quiere comprar maquinaria para su empresa, pero no quiere hacer ningún desembolso; sin embargo, tras 3 años de uso le gustaría comprarla. ¿A qué fuente de financiación acudiría?

15. Una pequeña empresa comercial ha tenido una mala temporada de otoño-invierno y necesita dinero a corto plazo.

Si las ventas en la temporada primavera-verano van medianamente bien, no necesitará disponer de toda la financiación; en caso contrario, sí lo necesitará.

Duda entre pedir un préstamo o un crédito. ¿Qué le recomendarías?

16. De las fuentes de financiación que a continuación se citan, elige aquellas que mejor se adaptan a los siguientes casos.

Primer caso. Una persona desea crear una empresa, pero no tiene suficiente capital

Segundo caso. Una empresa desea adquirir un vehículo

Tercer caso. Un empresario individual desea pagar puntualmente a sus proveedores, aunque no tenga efectivo en ese momento

Cuarto caso. Un empresario desearía cobrar todas sus facturas al contado

- Sociedad Capital Riesgo
- Subvención
- Sociedad de Garantía Recíproca
- Préstamo
- Renting
- Leasing
- Financiación por parte de los proveedores
- Confirming
- Cuenta de crédito
- Descubierto bancario
- Descuento comercial
- Factoring

17. Deberás resolver un problema igual al de Juan y Luis (Caso práctico 1), pero los datos sobre gastos e inversiones deberás obtenerlos de la página web www.bicgalicia.es



Comprueba tu aprendizaje

18. La empresa MiguelES tiene una letra de cambio de uno de sus clientes por un importe de 4 000 € y vencimiento dentro de 40 días. Decide negociar dicha letra en uno de los tres bancos con los que trabaja habitualmente. Dicho banco aplica un descuento del 8% y le carga una comisión del 4 por 1 000 con un mínimo de 15 €, además de unos gastos de 3 €.

¿Cuál será el efectivo que abone el banco a la empresa MiguelES?

19. ¿Sabrías completar el siguiente cuadro?

Préstamo	Crédito
Se recibe la totalidad del préstamo desde el primer día	
Si se devuelve el dinero por anticipado, se sufre una penalización	Se pagan intereses cuando se disponga del dinero y solo por la cantidad dispuesta durante el tiempo dispuesto
Se emplea para pagar compras o inversiones, nunca para hacer frente a una falta de liquidez	Se pueden reintegrar las cantidades dispuestas en cualquier momento sin sufrir ninguna penalización

20. Establece si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

- a) El *factoring* es un producto financiero dirigido a aquellas empresas que venden a crédito a sus compradores.
- b) Descuento por pronto pago: consiste en la disminución del precio acordado debido a que se paga la factura antes del plazo fijado; el porcentaje del descuento varía atendiendo a las características del contrato.
- c) A través de *confirming* se evita que tenga que coincidir la fecha en la que el proveedor percibe el pago de sus ventas con el momento en que el cliente efectúa el correspondiente desembolso.
- d) Normalmente la financiación a corto plazo se usa para inversiones, como instalaciones, maquinaria, etcétera.
- e) Una Sociedad Capital Riesgo se dedica a avalar préstamos solicitados por las pymes previo estudio de viabilidad.
- f) Una Sociedad de Garantía Recíproca se dedica a invertir en negocios que presentan posibilidades de un rápido crecimiento, para cuando se alcanza este último vender su participación y obtener beneficios.

21. Contesta a las siguientes cuestiones relacionadas con la financiación por parte de los proveedores:

- ¿En qué consiste esta forma de financiación?
- ¿Cuáles crees que son las razones para que sea una fórmula tan utilizada?
- ¿Tiene algún coste para la empresa este tipo de financiación?

22. Si el interés de un préstamo es variable, y se ha establecido en un tanto por ciento igual al Euribor más un 0,6, calcula a cuánto asciende para un Euribor igual a 3,5; 2,3 y 8.

23. Imaginemos que Juan y Luis abren una cuenta de crédito por un mes; por ejemplo, enero, que tiene 31 días. El importe solicitado son 600 €. El tipo de interés es el 7% para las cantidades dispuestas; el 1% para las no dispuestas.

El movimiento de la cuenta fue el siguiente:

- Salida: 300 € el 2 de enero
- Entrada: 300 € el 7 de enero
- Salida: 200 € el 15 de enero
- Entrada: 200 € el 25 de enero
- Salida: 600 € el 28 de enero
- Entrada: 600 € el 31 de enero

¿Sabrías calcular cuántos intereses tendrán que pagar Juan y Luis en total?

24. Indica cuáles son las ventajas del *leasing* sobre la compra a plazos de una máquina. La respuesta no la encontrarás en el libro. Deberás buscarla, por ejemplo, en Internet.

25. Completa los espacios en blanco en una hoja de papel aparte:

Leasing	Renting
Puede practicarse sobre bienes muebles e inmuebles	
	El mantenimiento del bien recae sobre el arrendador
Duración mínima del arrendamiento: 2 años para bienes muebles y 10 para inmuebles	
Existen ciertos límites a la hora de deducirse la cuota	La cuota se deduce en su totalidad
	No existe opción a compra

26. Entra en la página web de la Junta de Castilla y León. A continuación, encuentra y resume las características de la siguiente subvención: Programa Iniciativa. Nuevas pymes.



Plan de empresa

El camino recorrido hasta ahora lo podemos resumir como sigue:

En **primer lugar**, vimos la idea de negocio, la necesidad que satisface y su elemento diferenciador.

Después, en la **segunda unidad**, vimos el entorno de la empresa a nivel micro y macro: las amenazas y las oportunidades de dicho entorno, así como nuestras fortalezas y debilidades, al igual que la responsabilidad social de la empresa, y sus prácticas éticas y sociales. Y gracias a ello pudimos valorar nuestra idea de negocio y decidir si seguimos o no adelante.

A continuación llegamos a la **tercera unidad**, donde realizamos un estudio de mercado para comprobar la aceptación de nuestra idea de negocio por parte del mercado. Seguidamente, pasamos a trazar las estrategias que podíamos aplicar sobre el precio, el producto, la comunicación y la distribución, con el fin de facilitar la venta de nuestro producto o servicio.

Ahora llegamos a la **cuarta unidad**, donde vamos a calcular la inversión que tendremos que realizar, y a continuación plantearnos de dónde vamos a obtener los fondos necesarios para financiar dicha inversión.

Para ello, podéis seguir estos pasos:

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas.

- a) ¿Qué importancia puede tener, para vuestro futuro negocio, conocer las inversiones que debéis realizar para llevarlo a cabo?
- b) ¿Os reporta algún beneficio calcular los gastos que os va a ocasionar constituir vuestra futura empresa?
- c) ¿Creéis útil realizar un cálculo de los gastos necesarios para la compra de las primeras existencias con las que deberéis dotar a vuestra empresa, para poder abrir el primer día?
- d) Sabéis que el primer año seguramente los gastos van a ser mayores que los ingresos. ¿No sería conveniente que hiciésemos un cálculo del dinero que podríais necesitar para hacer frente a estos desfases?

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, elaborad las siguientes actividades.

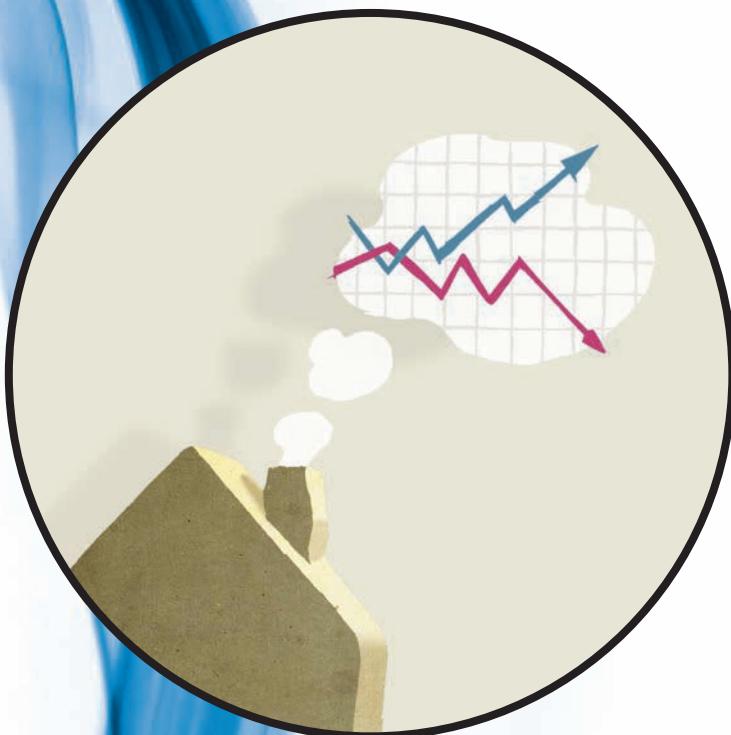
- a) Realizad, tras la discusión y debate en grupo, un inventario con todas las inversiones que necesitaréis llevar a cabo.
- b) Elaborad, tras la discusión y debate en grupo, un inventario de todos los gastos que os va a ocasionar poner en funcionamiento la empresa.
- c) Calculad, tras la discusión y debate en grupo, lo que os costará el stock inicial de existencias. Preved el dinero en efectivo que necesitaréis para hacer frente a los desfases en los gastos de los primeros meses.
- d) Como siempre, ponid en común con el resto de grupos de clase vuestra decisión y sometedla a la opinión del resto de compañeros, puesto que os pueden dar ideas muy valiosas.
- e) También debéis recabar la opinión crítica de vuestro profesor al respecto.
- f) Elaborad, tras la discusión y debate en grupo, un listado con todas las fuentes de financiación posibles y, tras la discusión y el debate, elegid aquellas que mejor se adapten a vuestras necesidades como futura empresa.
- g) Por último, discutid y debatid las siguientes opciones:
 - Lo que compréis podéis adquirirlo nuevo o de segunda mano. Valorad esta opción, pues podéis ahorrar mucho dinero. Tened en cuenta las subvenciones a las que podríais optar si lo compráis nuevo.
 - Lo que necesitéis podéis comprarlo o alquilarlo. Valorad también esta opción. Podéis ahorrar un desembolso importante, sobre todo al principio, que andaréis muy justos.

3. Tras realizar estas actividades, es el momento de completar el apartado del plan de empresa, en el Centro de Enseñanza Online, referente a los trámites de constitución y puesta en marcha de nuestro negocio.

5

Unidad

¿Será rentable mi futuro negocio?



Y estudiaremos:

- La viabilidad económica y financiera de un establecimiento del sector.
- El plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.
- El concepto de contabilidad y sus nociones básicas.
- El análisis de la información contable.

En esta unidad aprenderemos a:

- Llevar a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de un establecimiento del sector.
- Incluir en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico-financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.
- Analizar los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.
- Describir las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.



¿Sabías que...?

Las empresas deben **retener** una parte de cada una de sus rentas para ingresarla en la Agencia Tributaria.



CEO

En el Centro de Enseñanza Online (CEO) puedes encontrar un **breve diccionario financiero**, que te ayudará a comprender los conceptos financieros que vamos a tratar.



CEO

ContaPlus



En la Zona educativa Sage del Centro de Enseñanza Online, puedes practicar con la versión educativa de ContaPlus y consultar las simulaciones desarrolladas en lo referente a los puntos fundamentales de la contabilidad que estudiaremos en esta unidad: cuenta de pérdidas y ganancias y balance de situación.

Recuerda que puedes hacer lo mismo que ves desarrollado para las empresas MiguelES y Autos Marsán, para la empresa Vendemás.com o para tu propio plan de empresa.

1. El plan financiero

El **plan financiero** se compone de tres partes, que llamaremos **plan de tesorería**, **cuenta de resultados** y **balance previsional**.

El propósito de esta unidad es aprender a realizar un plan financiero.

El objetivo del **plan de tesorería** es prever si algún mes nos va a hacer falta dinero y, en tal caso, planificar dónde lo vamos a conseguir. Así, se preocupa de la **liquidez** de la empresa o, lo que es lo mismo, de la **viabilidad financiera**.

Con la **cuenta de resultados** pretendemos averiguar si vamos a obtener **beneficios** o **pérdidas** y actuar en consecuencia.

Y con el **balance previsional** tratamos de obtener información del patrimonio de la empresa, esto es, lo que tiene la empresa, lo que deben a la empresa y lo que debe la empresa. Como vemos, la cuenta de resultados y el balance previsional se preocupan por la **viabilidad económica**.

Por tanto, el plan financiero al completo estudia la **viabilidad económico-financiera** de nuestra futura empresa.

Es imprescindible que tú mismo realices y calcules el plan financiero, porque tienes que ser capaz de defenderlo y razonarlo, por ejemplo, cuando vayas a pedir un préstamo o intentes buscar un socio que aporte capital.

2. El plan de tesorería

El plan de tesorería es la **anotación mes a mes de las salidas y entradas de dinero** previstas. Al final de cada mes, por comparación entre las entradas y las salidas, se podrá saber si sobra dinero o si, por el contrario, falta dinero para hacer frente a los pagos de ese mes.

○ ¿Qué interés puede tener conocer estos datos?

Si se conocen con antelación las necesidades de dinero se podrá **pensar con tranquilidad cuál es la forma más barata** de conseguirlo; por ejemplo, abriendo una cuenta de crédito en el banco, aportando más dinero propio, etcétera.



Caso práctico 1

Miguel Estévez, empresario y dueño de Instalaciones Eléctricas MiguelES, quiere hacer una previsión de tesorería para el próximo mes.

¿Qué debe hacer?

Solución

Deberá anotar todos las entradas y salidas de dinero que tenga que realizar ese mes. Por la diferencia entre ambos sabrá si necesita dinero (salidas superiores a las entradas) o si, por el contrario, le sobra dinero (entradas superiores a las salidas).



○ ¿Qué debe tenerse en cuenta a la hora de calcular las entradas y salidas?

Hay que tener en cuenta que las entradas se anotan cuando realmente se hacen **efectivas**, esto es, si se vende por importe de 1 000 € el día 1 de abril y se permite al cliente que nos pague el 15 de mayo, la entrada se debe anotar el 15 de mayo, que es cuando entra el dinero en caja, y no en abril, que es cuando se vende.

Recordaremos que tanto las entradas como las salidas son **previstas**, por lo que se aconseja ser lo más prudente posible y, en caso de duda, estimar a la baja las entradas y al alza las salidas.

○ ¿Cuál será el siguiente paso una vez calculadas las entradas y salidas?

El siguiente paso consiste en **restar las salidas de las entradas**, para obtener la **liquidez prevista**. Si el resultado es positivo, llevaremos el dinero a la cuenta del banco. Si es negativo, deberemos pensar dónde lo podemos obtener. Lo más habitual es abrir una cuenta de crédito, que será lo que haremos nosotros en los ejemplos que vienen a continuación. Pero caben otras soluciones, como, por ejemplo, aportar más capital, etc. Cada emprendedor aplicará la solución que más le convenga.

En caso de abrir una cuenta de crédito habrá que pedirla por un importe mínimo igual a la cantidad máxima de dinero que vayamos a necesitar a lo largo del año. Un ejemplo sencillo lo tenemos en el Caso práctico 2. No obstante, en el Caso práctico 3 se explica paso a paso cómo se realiza un plan financiero.

○ Modelo para calcular el plan de tesorería

En el Caso práctico 3 podrás ver un modelo de plan de tesorería. Pero antes de que empieces con él, unos consejos. Los conceptos de entradas y salidas que figuran en el ejemplo son indicativos; en cada caso habrá que incluir los conceptos que surjan en el momento. No hay que preocuparse por la denominación de los distintos conceptos: lo importante es que el **concepto** por el que entra o sale dinero quede claro.



Caso práctico 2

Miguel Estévez, empresario y dueño de Instalaciones Eléctricas MiguelES, procede a realizar la previsión de tesorería; al calcular las salidas del segundo mes comproueba que ascienden a 30 000 €, y las entradas a 25 000 €.

Además, del primer mes le han sobrado 4 000 € que ha depositado en el banco.

Se pregunta si le sobrará o le faltará dinero ese mes.



Solución

Las cuentas son las siguientes: las salidas son 30 000 € y para hacerles frente disponemos de 25 000 € procedentes de las entradas, más 4 000 € que tenemos en el banco. Por tanto, no se puede hacer frente a las salidas, ya que faltan 1 000 €, lo que nos obliga a buscar y conseguir esa cantidad de dinero, por ejemplo, abriendo una cuenta de crédito, haciendo una nueva aportación al capital de la empresa, etcétera.



Web

www.emprededoresTV.com



En esta página web encontrarás una gran cantidad de contenidos audiovisuales dirigidos específicamente a emprendedores.



Vocabulario

Liquidez de la empresa. Es la capacidad que tienen los componentes de su activo para convertirse en dinero con el que satisfacer las deudas a corto plazo. También se puede definir como: posesión por parte de la empresa del efectivo necesario, en el momento oportuno, que le permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos.



Claves y consejos

Supongamos que uno o más meses nos falta dinero para hacer frente a las salidas. ¿Qué alternativas tenemos?

1.º alternativa: poner nosotros el dinero

Recuerda que en la Unidad 4 calculábamos el dinero en efectivo para hacer frente a los gastos de los primeros meses. Allí decíamos que el plan de tesorería nos podría ayudar a calcular dicha cantidad. Y efectivamente así es, el plan de tesorería nos informa exactamente de la cantidad de dinero que necesitaremos, suponiendo que todo salga como habíamos planeado, para hacer frente a las salidas.

Así pues, ahora es el momento de corregir esa cantidad en efectivo y ponerla al día.

2.º alternativa: abrir una cuenta de crédito

Si no se puede aportar la cantidad que nos indica el plan de tesorería, podemos abrir una cuenta de crédito por ese importe, o mejor por un importe algo superior, y recurrir a esta cuenta cuando no podamos hacer frente a las salidas. ¡Ojo con el nivel de endeudamiento de tu empresa! (En los casos prácticos que verás a continuación hemos optado por esta alternativa.)



Caso práctico 3



A continuación vamos a proponer un ejemplo para ver cómo se hace un plan de tesorería. Las cantidades son intencionadamente pequeñas para facilitar el cálculo.

Juan Hernández y María Domínguez quieren constituir una empresa dedicada al diseño, configuración y mantenimiento de páginas web. Antes de dar el paso definitivo quieren hacer números, y para ello lo primero es calcular el plan de tesorería.

Se ponen a ello y calculan que necesitarán hacer las siguientes gestiones: aportarán, cada uno, 500 € en concepto de capital.

Pedirán un crédito de 200 € y se comprometerán a devolver 20 € cada trimestre (es decir, a finales de marzo, junio, septiembre y diciembre), y también pagarán cada trimestre 12 € en concepto de intereses.

Alquilan un local en enero cuya renta asciende a 100 €/mes.

Compran maquinaria en el mes de enero por valor de 240 € y lo pagan al contado. Se amortizará en un periodo de 10 años.

El seguro de incendio y robo cuesta 70 €/año y se paga en enero.

Se prevén las siguientes ventas: enero, 50 €; febrero, 1 000 €; marzo, 700 €; abril, 892 €; mayo, 500 €; junio, 600 €; julio, 700 €; agosto, 400 €; septiembre, 300 €; octubre, 600 €; noviembre, 900 €; diciembre, 1 600 €. Total 8 242 €.

Se gastarán en publicidad 240 €, de los que 120 € se pagarán en enero y los otros 120 € en diciembre.

Se prevén los siguientes gastos en mercaderías: enero, 180 €; febrero, 220 €; marzo, 250 €; abril, 255 €; mayo, 280 €; junio, 900 €; julio, 950 €; agosto, 100 €; septiembre, 260 €; octubre, 280 €; noviembre, 280 €; diciembre, 1 000 €. Total 4 955 €. Se supone que se venderán todas las mercaderías que se compran.

Son dos socios-trabajadores y perciben un sueldo de 100 €/mes cada uno, y pagan a la Seguridad Social 32 €/mes cada uno.

En concepto de tributos, pagan 48 € en enero y 48 € en julio.

El banco abonará mensualmente 2 € en concepto de interés por la cuenta corriente, empezando en enero.

En concepto de suministros, se pagarán 13 €/mes de enero a diciembre.

Elabora el plan de tesorería. ¿Es necesario abrir una cuenta crédito? En caso afirmativo, ¿en qué mes y por qué importe mínimo?





Caso práctico 3 (cont.)

Entradas	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Aportaciones de los socios	1 000												1 000
Préstamo	200												200
Ventas	50	1 000	700	892	500	600	700	400	300	600	900	1 600	8 242
Intereses de la cuenta corriente	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
Total entradas	1 252	1 002	702	894	502	602	702	402	302	602	902	1 602	9 466
Salidas													
Devolución del préstamo e intereses			32			32			32			32	128
Alquiler	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Compra de maquinaria	240												240
Seguros	70												70
Publicidad	120											120	240
Compras de mercaderías	180	220	250	255	280	900	950	100	260	280	280	1 000	4 955
Salarios	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2 400
Seguridad Social	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	768
Impuestos	48						48						96
Suministros (agua, teléfono, gas, etcétera)	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	156
Total salidas	1 035	597	659	632	657	1 309	1 375	477	669	657	657	1 529	10 253
Entradas menos salidas	217	405	43	262	-155	-707	-673	-75	-367	-55	245	73	-787
Saldo en el banco, c.c.	217	622	665	927	772	65	0	0	0	0	0	0	
Saldo de la cuenta de crédito	0	0	0	0	0	0	-608	-683	-1 050	-1 105	-860	-787	

Interpretación

Vemos en el caso práctico que en los meses de enero, febrero, marzo y abril con las entradas hacemos frente a las salidas. Después, de mayo a octubre, no podemos hacer frente a las salidas y tenemos que recurrir a una fuente de financiación externa como es la cuenta de crédito. Y, para finalizar, en noviembre y diciembre sí podemos hacer frente a las salidas con las entradas, dedicando el dinero sobrante a devolver al banco lo que nos prestó. Esta es la razón por la que realizamos el plan de tesorería: para conocer anticipadamente este tipo de hechos y poner remedio, como en este caso, abriendo una cuenta de crédito. También podríamos haber puesto el dinero de nuestro billetero, o cualquier otra solución que se nos ocurra.

Importante

El plan de tesorería nunca nos dice si ha habido pérdidas o ganancias. Solamente nos dice si un mes falta o sobra dinero, nada más.

La fila «Saldo en el banco, c/c» nos indica, mes a mes, el saldo que tenemos en la cuenta corriente del banco.

La fila «Saldo de la cuenta de crédito» nos dice, mes a mes, la cantidad de dinero que debemos al banco.

En el ejemplo podemos comprobar que el saldo del banco en el mes de diciembre es 0 €, y que el saldo de la cuenta de crédito en el mes de diciembre es -787 €, lo que quiere decir que debemos al banco 787 €.

3. La cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias



Ejemplos

Veamos un **ejemplo de amortización**.

Supongamos que compramos mobiliario por 14 000 € y que el sistema que empleamos para calcular los beneficios es el de Estimación Directa Simplificada (tabla de amortización simplificada).

En dicha tabla vemos que el mobiliario tiene un coeficiente lineal máximo del 10% y un periodo máximo de amortización de 20 años.

Esto se traduce en que tenemos 20 años como máximo para amortizar el mobiliario y que como mínimo tenemos $100/10 = 10$ años (dividimos siempre 100 entre el coeficiente lineal máximo y el resultado es el número **mínimo** de años en que podemos amortizar).

Como queremos amortizar en el plazo más corto posible, elegimos 10 años; luego la amortización será $14\,000/10 = 1\,400$ €/año durante 10 años.

A continuación vamos a intentar calcular los beneficios (o pérdidas) al final del ejercicio económico. Es recomendable hacerlo para los **tres primeros años**, ya que puede suceder que el primer año obtengamos pérdidas, pues los gastos son muchos y las ventas escasas; pero el segundo año podemos comenzar a obtener beneficios, al disminuir los gastos y aumentar las ventas. Lo mismo sucede con el tercer año. En esta unidad, y por razones de espacio, lo haremos para un año.

○ ¿Para qué sirve la cuenta de resultados?

La cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias es un informe que nos indica el **beneficio** (o la **pérdida**) generado por la empresa y calculado sobre la base de los **ingresos y gastos** estimados del ejercicio económico.

Lo más normal es que el primer año, e incluso el segundo año, se produzcan pérdidas; después estas irán remitiendo y convirtiéndose en beneficios.

○ Un gasto muy especial: las amortizaciones

Cuando pagamos a nuestros trabajadores, el gasto producido lo incluimos en la lista de gastos de ese año. Pero cuando compramos un camión que va a durar 10 años, ¿cómo incluimos ese gasto? Dividimos su valor entre los 10 años, y cada año incluimos como gasto esa décima parte. A esa décima parte la llamamos **amortización**.

¿Qué elementos se amortizan? Todas las **inversiones**, como por ejemplo: máquinas, local, herramientas, instalaciones, patentes, mobiliario, vehículos, ordenadores, etcétera.

En realidad la amortización no se calcula tan fácilmente como lo hemos hecho. Existen unas tablas de amortización (publicadas por Hacienda) que nos dicen, para cada inversión, **el coeficiente lineal máximo, en %, y el periodo máximo de amortización, en años** (véase la Tabla 5.1). Por lo general elegimos siempre el coeficiente lineal máximo, porque es el que nos permite amortizar más rápido (véase el ejemplo de amortización).

Tabla de amortización simplificada			Tabla de amortización por módulos		
Elementos patrimoniales	Coeficiente lineal máximo (%)	Periodo máximo (años)	Elementos patrimoniales	Coeficiente lineal máximo (%)	Periodo máximo (años)
Edificios y otras construcciones	3	68	Edificios y otras construcciones	5	40
Instalaciones, mobiliario, enseres y resto de inmovilizado material	10	20	Útiles, herramientas, equipos para tratamiento de la información, y sistema y programas informáticos	40	5
Maquinaria	12	18	Elementos de transporte y resto de inmovilizado material	25	8
Elementos de transporte	16	14	Inmovilizado inmaterial	15	10
Equipos para tratamiento de la información y sistemas y programas informáticos	26	10	Ganado vacuno, porcino, ovino y caprino	22	8
Útiles y herramientas	30	8	Ganado equino y frutales no cítricos	10	17
Ganado equino y frutales no cítricos	8	25	Frutales cítricos y viñedos	5	45
Frutales cítricos y viñedos	4	50	Olivar	3	80
Olivar	2	100			

Tabla 5.1. Aparecen dos tablas: una simplificada y otra por módulos; elegirás una u otra en función del sistema que emplees para calcular los beneficios de tu empresa en el IRPF. Si declaras a través del Impuesto de Sociedades, tienes una tercera tabla para guiarte (véase BOE de 24/04/1997).



Caso práctico 4



Juan Hernández y María Domínguez, de Vendemás.com, deciden comprar un ordenador y pagan por él 1200 €.

El sistema para calcular los rendimientos netos o beneficios es por módulos y quieren amortizarlo lo más rápido posible.

¿Qué cantidad deben incluir cada año como gasto por la compra del ordenador?

Solución

Observa la Tabla 5.1 de amortización por módulos. Allí vemos que CLM = 40% y PM = 5 años.

Entonces, $100 / 40 = 2,5$ años. Por tanto, $1200 / 2,5 = 480$ €/año.

1.^{er} año: 480 €; 2.^o año: 480 € y 3.^{er} año: 240 €.

Total: **1200 €.**

○ ¿Cuál es la estructura de la cuenta de resultados?

En el Caso práctico 5 se expone la estructura de la cuenta de resultados. Como puedes observar, se comienza anotando los **ingresos previstos tanto de explotación como financieros**, y a continuación los **gastos previstos tanto de explotación como financieros**. Despues se halla el resultado en sus diferentes facetas, según las fórmulas que allí se recogen.

○ ¿Cómo se interpretan los resultados?

Si observas la Fig. 5.1, verás que los resultados se dividen en dos: **resultados de explotación** y **resultados financieros**. ¿Por qué? Muy sencillo: normalmente, si abres una empresa, los primeros años tendrás unos gastos financieros altos, porque deberás pedir préstamos y pagar intereses. Pero con el tiempo, y si las cosas van bien, estos gastos irán desapareciendo. Por tanto, si unimos los resultados de explotación y los financieros, el resultado final de tu empresa puede engañarnos.

Supongamos que los resultados totales de tu empresa han sido pérdidas por 3 000 €, lo que en principio es un mal resultado. Ahora veámoslo por separado: resultado de explotación: 1 000 €, y resultado financiero: -4 000 €. ¿Es lo mismo? No, porque al verlo por separado comprobamos que el negocio obtiene unos beneficios de 1 000 €; lo que pasa es que hemos pedido mucho dinero prestado y, por tanto, tenemos que pagar muchos intereses, y eso es lo que empeora la cuenta de resultados. Pero cuando pase un tiempo, esos intereses desaparecerán y el negocio empezará a rendir sus frutos (no olvides que estos resultados son brutos y que deberás restar los impuestos: Impuesto de Sociedades o IRPF).

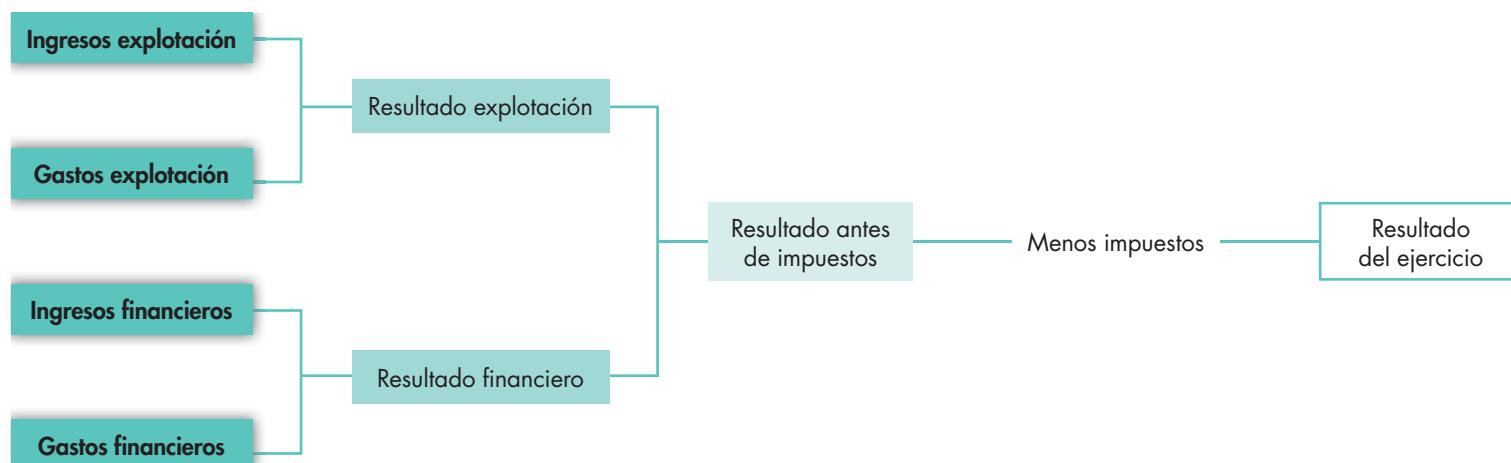


Fig. 5.1. Esquema de la cuenta de resultados.



Vocabulario

EBITDA. Cuando hablamos de beneficios o resultados, muchas veces estos se nos presentan bajo la denominación de EBITDA, que no es otra cosa que los beneficios, pero sin haber descontado:

- a) Los intereses de los préstamos que nos ha cobrado el banco.
- b) El Impuesto de Sociedades.
- c) Las amortizaciones de las inversiones que hemos realizado.

Esta forma de presentar los resultados es un tanto interesada y trata de mostrar unos beneficios cuando posiblemente no los haya, a menos, claro está, que no tengamos que pagar intereses, ni impuestos, ni amortizaciones; lo cual es un tanto difícil. Así pues, no te fíes cuando al hablar de beneficios te los presenten bajo la forma de EBITDA.

Cash flow. Se trata del dinero que realmente genera una empresa y que puede servir para recuperar la inversión realizada. Es igual a los beneficios netos (después de pagar impuestos) más las amortizaciones y, en su caso, más las provisiones.

La **información** que nos proporciona el resultado es la siguiente: si los resultados son positivos, no hay duda de que la empresa marcha bien. Si los resultados son negativos, lo primero es averiguar si los resultados de explotación también son negativos, porque de ser positivos, la gravedad de la situación es menor, ya que implica que la empresa va bien, pero los resultados financieros son negativos y absorben todo el beneficio. Esto es normal, porque al principio los gastos financieros son muy altos, pero poco a poco irán disminuyendo.

Otra cosa sería que tanto los resultados de explotación como los financieros sean negativos, en cuyo caso habrá que tener en cuenta la cuantía de las pérdidas de explotación y comparar dicha cuantía con las cifras que se manejan en la empresa. Si las pérdidas son pequeñas y vemos que la empresa tiene potencial y que además podemos hacer frente a dichas pérdidas, seguiremos adelante. En caso contrario habrá que replantearse en profundidad todo el plan empresarial (véase la Fig. 5.2).

Reglas para elaborar la cuenta de resultados

Primera regla. Es **gasto** todo aquello que tu empresa compe y consuma. Si lo compra y no lo consume, no se considera gasto y no se puede deducir

- **Ejemplo:** si compras materias primas por valor de 800 € y únicamente consumes materias primas por valor de 650 €, solo puedes anotar como gasto 650 €, y no los 800 € que compraste. El próximo año, cuando las consumas, te deducirás los 150 € restantes.
- **Ejemplo:** si compras un elemento amortizable solo puedes deducirte como gasto la amortización correspondiente a ese año.

Segunda regla. Para las compras y las ventas aplicamos el **criterio de devengo**: se considera el gasto cuando se ha generado, aunque no se haya producido el pago, y los ingresos cuando se devenguen, aunque no se hayan percibido aún

- **Ejemplo:** si compras y consumes materias primas (o cualquier otra cosa) por valor de 500 € y pagas 200 € ahora y el resto dentro de 90 días, deberás anotar como gasto 500 €.
- **Ejemplo:** si vendes por 700 € y te dejan a deber 200 €, en el apartado de ingresos por ventas anotaremos 700 €.

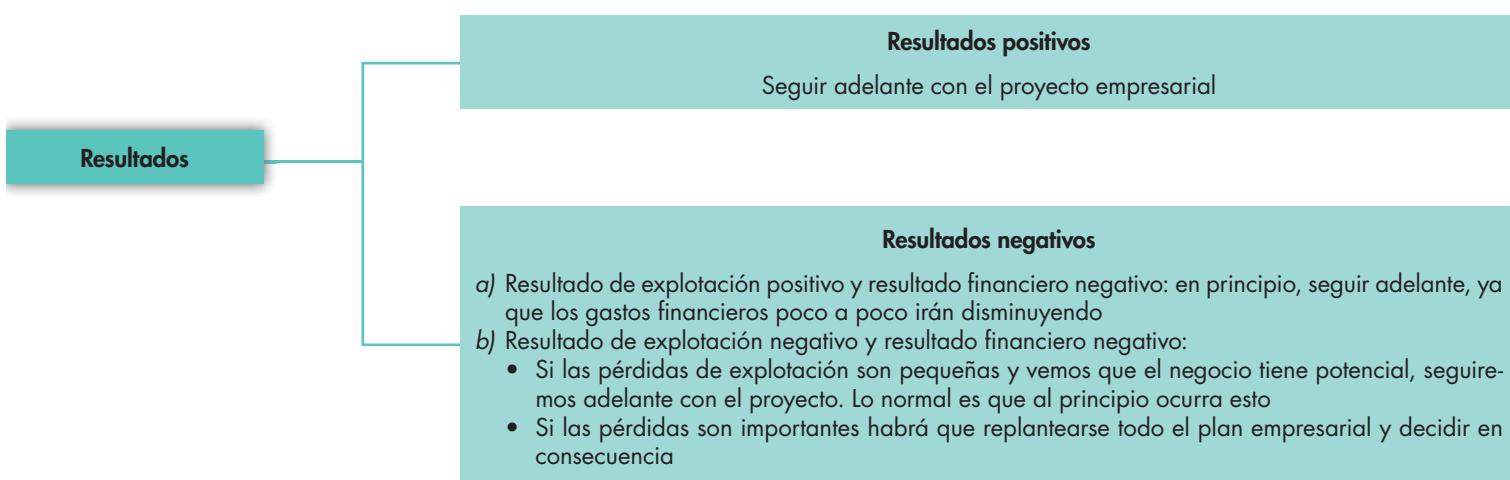


Fig. 5.2. Interpretación de los resultados del ejercicio.

Tercera regla. Todo aquel dinero que entre en nuestra empresa y **tengamos que devolver** no se considerará ingreso y viceversa; todo aquel dinero que salga de nuestra empresa y **tengan que devolvernos** no se considerará gasto

- **Ejemplo:** el préstamo del banco hay que devolverlo, y por tanto no puedes incluirlo como ingreso, ni tampoco incluirás la devolución del préstamo como gasto.
- **Ejemplo:** la fianza por el alquiler no es un gasto, y por lo tanto no puedes anotarlo como tal, ya que cuando acabe el periodo de alquiler te devolverán dicha fianza.
- **Ejemplo:** el capital o aportaciones de los socios no es un ingreso, y por lo tanto no puedes incluirlo como tal, ya que en realidad la empresa debe a los socios el capital que estos aportaron.

¿Sabías que...?

El **criterio de caja** es un sistema que consiste en considerar los gastos cuando se pagan y los ingresos cuando se perciben. Es justo lo contrario al **criterio de devengo**.

¿Sabrías decir cuál de estos criterios se aplica en el plan de tesorería y cuál se aplica en la cuenta de resultados?

Efectivamente, en el plan de tesorería se aplica el criterio de caja, y en la cuenta de resultados el criterio de devengo.



Caso práctico 5



Siguiendo con el ejemplo que vimos para el plan de tesorería, vamos a confeccionar la cuenta de resultados.

Como ya hemos visto, Juan Hernández y María Domínguez quieren constituir en el futuro una empresa dedicada al diseño, configuración y mantenimiento de páginas web. Antes de dar el paso definitivo quieren asegurar los números, y para ello el segundo paso es calcular la cuenta de resultados.

Se ponen a ello y calculan que necesitarán hacer las siguientes gestiones: aportarán, cada uno, 500 € en concepto de capital.

Pedirán un crédito de 200 € y se comprometerán a devolver 20 € cada trimestre (marzo, junio, septiembre y diciembre), y también pagarán cada trimestre 12 € en concepto de intereses.

Alquilarán un local en enero cuya renta ascenderá a 100 €/mes.

Compran maquinaria en el mes de enero por valor de 240 € y lo pagan al contado. Se amortizará en un periodo de 10 años.

El seguro de incendio y robo cuesta 70 €/año y se paga en enero.

Se prevén las siguientes ventas: enero, 50 €; febrero, 1 000 €; marzo, 700 €; abril, 892 €; mayo, 500 €; junio, 600 €; julio, 700 €; agosto, 400 €; septiembre, 300 €; octubre, 600 €; noviembre, 900 €; diciembre, 1 600 €. Total: 8 242 €.

Se gastarán en publicidad 240 €, pagando 120 € en enero y 120 € en diciembre.

Se prevén los siguientes gastos en mercaderías: enero, 180 €; febrero, 220 €; marzo, 250 €; abril, 255 €; mayo, 280 €; junio, 900 €; julio, 950 €; agosto, 100 €; septiembre, 260 €; octubre, 280 €; noviembre, 280 €; diciembre, 1 000 €. Total 4 955 €. Se supone que se venderán todas las mercaderías que se compren.

Son dos socios-trabajadores y perciben un sueldo de 100 €/mes cada uno; pagan a la Seguridad Social 32 €/mes cada uno.

En concepto de tributos pagan 48 € en enero y 48 € en julio.

El banco abonará mensualmente 2 € en concepto de interés por la cuenta corriente, empezando en enero.

En concepto de suministros se pagarán 13 €/mes de enero a diciembre.





Caso práctico 5 (cont.)

Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ventas	8 242	Alquileres	1 200
		Amortización de la maquinaria	24
		Seguros	70
		Publicidad	240
		Compra de mercaderías	4 955
		Salarios	2 400
		Seguridad Social	768
		Impuestos	96
		Suministros	156
Total ingresos de explotación	8 242	Total gastos de explotación	9 909
Ingresos financieros		Gastos financieros	
Intereses bancarios por la cuenta corriente	24	Intereses préstamo	48
Total ingresos financieros	24	Total gastos financieros	48
		Resultados de explotación	-1 667
		Resultados financieros	-24
		Resultados antes de impuestos	-1 691

Interpretación

Es el primer año y se obtienen pérdidas, lo cual es muy normal. Estas son producidas tanto por la explotación del negocio como por los resultados financieros.

Las pérdidas son aproximadamente el 21 % de los ingresos. Esto es, por cada 100 € que ingresamos por la venta, perdemos 21 €. ¿Es mucho o es poco? En principio es un porcentaje que hay que tener en cuenta, pero, poniéndote en el lugar de Juan y María, eres tú quien

debe decidirlo. Te aconsejamos que revises el plan de empresa: revisa la política de precios y comprueba que no puedes fijar precios más altos; revisa el estudio de mercado y cerciórate de que está bien hecho; revisa el salario que vais a cobrar, puede que sea demasiado alto; cerciórate de que no hay gastos de cierta envergadura que solo se producen este año y ninguno más, etc. Y si percibís que no es posible realizar modificaciones, podéis echarlos atrás; para eso estáis haciendo el plan financiero.



Actividades

5. Si compro por valor de 400 y pago 300 al contado y 100 el próximo año, ¿qué anoto en la cuenta de resultados?
6. Compro una máquina por 500 y pago al contado. ¿Me puedo descontar como gasto los 500 que pagué?
7. Me conceden un préstamo de 100 y tengo que devolver 20 cada año y pagar de intereses 5 cada año. ¿Qué anotaré en la cuenta de resultados?
8. Compro materias primas por 800, de las cuales me sobran 200 a fin de año. ¿Qué gasto debo anotar en la cuenta de resultados?
9. ¿Qué es ingreso, qué es cobro y qué cuentas utilizarías en estos ejemplos?
 - a) Compro por valor de 100 y pago dentro de 30 días.
 - b) Vendo por valor de 200 y cobro dentro de 45 días.

4. Nociones básicas sobre el balance

El **balance** es la representación contable del patrimonio de la empresa.

Pero ¿qué se entiende por «patrimonio»? El **patrimonio** de una empresa está formado por el **conjunto de bienes, derechos y obligaciones**:

- Por «**conjunto de bienes**» entendemos todo lo que pertenece a la empresa, como máquinas, edificios, vehículos, herramientas, mobiliario, patentes, etcétera.
- Por «**conjunto de derechos**» entendemos todo lo que le deben a la empresa, como por ejemplo las facturas que le deben los clientes, la letra de cambio que todavía no le han pagado, etcétera.
- Por «**conjunto de obligaciones**» entendemos todo lo que la empresa debe, como por ejemplo: devolver el préstamo que pidió al banco, hacer efectiva una letra de cambio que debe a uno de sus proveedores, etcétera.

Dicho de otra forma, el **patrimonio neto** de la empresa está formado por todo lo que la empresa tiene, más todo lo que le deben, y menos todo lo que debe.

El **balance** se divide en dos partes: **activo** y **pasivo + patrimonio neto**.

- En el **activo** se registra el **conjunto de bienes y derechos** que posee la empresa, esto es, lo que la empresa tiene más lo que le deben.
- En el **pasivo** se registra el **conjunto de obligaciones** que tiene la empresa, esto es, todo lo que la empresa debe. En el **patrimonio neto** se recoge la **riqueza** de la empresa, esto es, lo que queda cuando a lo que tiene más lo que le deben se le resta lo que debe.

En los epígrafes siguientes desarrollaremos ambas **partes** del balance, teniendo en cuenta que se trata de una versión reducida y ajustada a las necesidades del emprendedor.



CEO

En el Centro de Enseñanza Online puedes encontrar un **modelo de balance** más desarrollado.

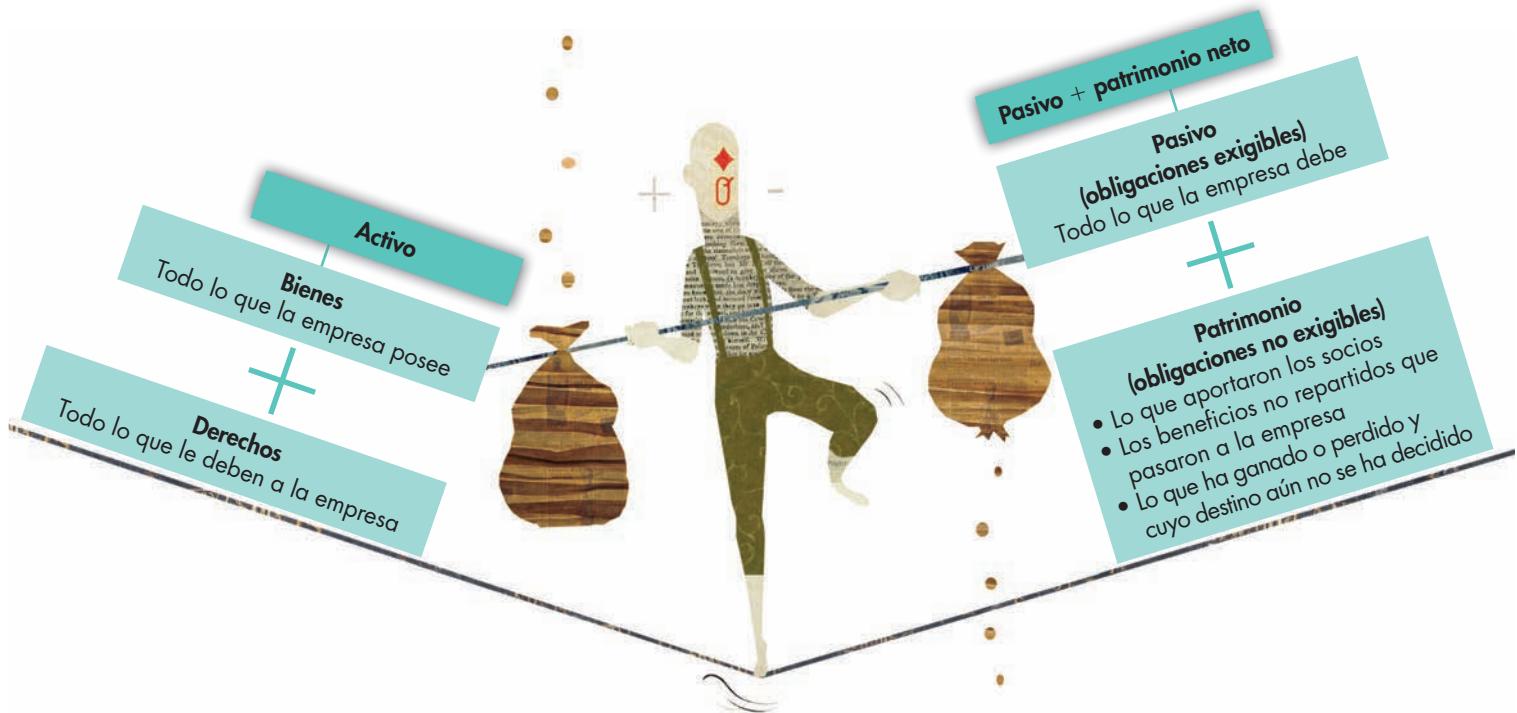


Fig. 5.3. El balance es el estado financiero que, a una fecha determinada, muestra contablemente los activos de una empresa (lo que la empresa posee), sus pasivos (lo que la empresa debe) y la diferencia (su patrimonio neto).



Vocabulario

Fianza por el alquiler. Cuando alquilas un inmueble el arrendador exige que deposites una fianza de dos meses de alquiler, que te devolverá cuando rescindas el contrato, siempre que no hayas causado desperfectos de importancia en el inmueble.

Otra forma de ver el activo. Parte de un balance que representa el conjunto de bienes y derechos de una empresa. Muestra en qué se han gastado o invertido los fondos que figuran en el pasivo. Por eso el activo representa la estructura económica de la empresa.

Otra forma de ver el pasivo. Parte de un balance que representa el conjunto de obligaciones de una empresa. Muestra de dónde se han obtenido los fondos para financiar el activo. Por eso el pasivo representa la estructura financiera de la empresa.

Solvencia. Capacidad para satisfacer las deudas contraídas.

4.1. El activo

El **activo** se divide en:

- **Activo no corriente.** Incluye aquellos elementos patrimoniales que van a permanecer en la empresa durante **mucho tiempo** (más de un año), como maquinaria, herramientas, etc. Se divide en los siguientes **grupos o masas patrimoniales**:
 - **Inmovilizado intangible.** Son todos los elementos de naturaleza intangible que adoptan la forma de derechos y son susceptibles de valoración económica, como propiedad industrial, derecho de traspaso, fondo de comercio, aplicaciones informáticas, concesiones administrativas, gastos de investigación y desarrollo, etcétera. También se incluyen las cantidades amortizadas de estos elementos (excepto fondo de comercio, que no se amortiza), pero con signo negativo, ya que si queremos que el balance muestre el valor real de los activos, deberá figurar lo que se ha depreciado dicho activo.
 - **Inmovilizado material.** Se anotan en este grupo aquellos elementos patrimoniales de carácter material y de uso duradero (más de un año), como maquinaria, terrenos, construcciones, mobiliario, herramientas, equipos para proceso de información, vehículos, etcétera. También se incluyen las cantidades amortizadas de estos elementos (excepto terrenos, que no se amortizan), pero con signo negativo, ya que si queremos que el balance muestre el valor real de los activos, deberá figurar lo que se ha depreciado dicho activo.
 - **Inversiones inmobiliarias.** Son terrenos e inmuebles que no participan o no se emplean en la producción de bienes y servicios. Se tienen para ser alquilados y/o vendidos. Imaginemos que son terrenos o edificios que no usamos y, por tanto, los alquilamos, o incluso estaríamos dispuestos a venderlos. Nunca figurarán aquí el edificio de nuestra empresa o los terrenos que usamos como almacén al aire libre, por ejemplo.
 - **Inmovilizado financiero.** Aquí van a figurar aquellas inversiones que van a permanecer más de un año en la empresa. Por ejemplo, un grupo de acciones que hemos comprado de otra empresa, no para especular, sino porque nos interesa ejercer un cierto dominio sobre ella (inversiones financieras permanentes en capital). Otro ejemplo sería cuando hemos invertido dinero sobrante en el banco a plazo fijo por un periodo superior al año para que nos produzca intereses (imposiciones a largo plazo), o bien cuando invertimos en obligaciones o bonos emitidos por otras empresas (valores de renta fija), o cuando entregamos efectivo como garantía del cumplimiento de una obligación, a un plazo superior al año, como, por ejemplo, el alquiler de un local, que nos obliga a dejar una fianza equivalente a dos mensualidades (fianzas constituidas a largo plazo).
- **Activo corriente.** Incluirímos aquí los elementos que van a permanecer en la empresa **poco tiempo** (menos de un año), como materias primas, caja, etc. Se divide en los siguientes grupos o masas patrimoniales:
 - **Existencias.** Se incluyen en este grupo todos los elementos que, pudiéndose almacenar, tienen como fin ser vendidos o ser consumidos en el proceso productivo, como por ejemplo mercaderías, materias primas, productos terminados o productos en curso, envases, embalajes, repuestos, combustibles, etcétera.
 - **Créditos pendientes de cobro.** Incluirán todos los elementos que supongan créditos a favor de la empresa y que se cobren a corto plazo; por ejemplo, clientes, clientes efectos comerciales pendientes de cobro, deudores, deudores efectos comerciales pendientes de cobro, Hacienda deudora, Seguridad Social deudora, etcétera.
 - **Efectivo.** Comprenderá todos los elementos que supongan dinero en efectivo, o que se puedan convertir en efectivo rápidamente; por ejemplo: caja, banco, c/c, etcétera.

4.2. El pasivo + el patrimonio neto

El **pasivo + el patrimonio neto** se divide en:

- **Patrimonio neto.** En este apartado figuran fondos que pertenecen a la empresa, que le son propios. Entonces ¿por qué no están en el activo? La explicación es la siguiente: como esos fondos se los han entregado los socios a la empresa o sociedad, legalmente esta se los debe, pero es una deuda un tanto especial, porque los socios no le pueden exigir a la empresa que se los devuelva, a no ser que esta se disuelva; por eso decimos que son fondos propios de la empresa. Así pues, aquí deben figurar: el dinero que el socio o socios han aportado (capital); los beneficios que los socios decidieron no repartir y destinarlos a la empresa (reservas); los beneficios o las pérdidas que obtuvo la empresa al finalizar su ejercicio económico y sobre los que todavía no se ha decidido su destino (pérdidas y ganancias); igualmente figurarán las subvenciones para financiar el inmovilizado (subvenciones de capital).
- **Pasivo no corriente.** Son las deudas que han de devolverse a largo plazo (más de un año), como: deudas a largo plazo con entidades de crédito, efectos de pago a largo plazo, proveedores de inmovilizado a largo plazo, etcétera.
- **Pasivo corriente.** Incluiremos en esta categoría aquellas deudas que la empresa tiene que devolver a corto plazo (menos de un año), por ejemplo: deudas a corto plazo con entidades de crédito, efectos de pago a corto plazo, proveedores, efectos comerciales de pago, acreedores por prestación de servicios, etcétera.



Fig. 5.4. El patrimonio neto son los fondos propios con los que cuenta la empresa.

Balance	
Activo	Pasivo + patrimonio neto
	Patrimonio neto
Ejemplos: capital, reservas, pérdidas y ganancias, etcétera	
Activo no corriente	Pasivo no corriente
a) Inmovilizado intangible Ejemplos: aplicaciones informáticas, derechos de traspaso, gastos de investigación, etcétera	Ejemplos: deudas a largo plazo, créditos, etcétera
b) Inmovilizado material Ejemplos: construcciones, herramientas, maquinarias, etcétera	
c) Inversiones inmobiliarias Ejemplos: terrenos o edificios alquilados o en venta	
d) Inmovilizado financiero Ejemplos: acciones en otras empresas, bonos, fianzas, etcétera	
Activo corriente	Pasivo corriente
a) Existencias Ejemplos: mercaderías, materias primas, repuestos, etcétera	Ejemplos: deudas a corto plazo, proveedores, etcétera
b) Créditos pendientes de cobro Ejemplos: clientes, deudores, etcétera	
c) Efectivo Ejemplos: caja, banco, etcétera	
Total	Total

Tabla 5.2. Estructura del balance.

5. El balance final previsional



Ejemplos

Por ejemplo, si aportamos 60 000 € y pedimos un préstamo de 100 000 € para comprar maquinaria por 90 000 €, materias primas por 50 000 € y herramientas por 20 000 €, nuestro balance será:

Activo	
Maquinaria	90000
Materias primas	50000
Herramientas	20000
Total	160000
Pasivo	
Capital	60000
Préstamo	100000
Total	160000

Podemos ver que 60 000 € los aportó el empresario y que pidió un préstamo de 100 000 €. Con todo ello compró maquinaria, materias primas y herramientas.

Si al final del ejercicio económico el activo sumase 204 000 € y el pasivo 150 000 € significaría que la empresa ha obtenido unos beneficios de 54 000 €.

Una vez que ya sabemos lo que es un balance, podemos pasar al estudio del **balance final previsional**:

○ ¿Por qué se hace el balance final previsional?

Al final de nuestro ejercicio económico debemos realizar el balance para saber cuál es la situación patrimonial de nuestra empresa, pues ha estado durante un año comprando y vendiendo, pagando a los trabajadores, pagando impuestos, etc., y ahora toca **revisar** la situación del patrimonio.

○ ¿Qué información aporta el balance final previsional?

Cuando al final del ejercicio económico realizamos el balance, este nos proporciona la siguiente información:

1. El pasivo nos dice **de dónde hemos obtenido el dinero** para financiar nuestra empresa, y el activo nos dice **en qué hemos gastado** o invertido ese dinero. Por tanto, el activo y el pasivo **a principios del ejercicio económico (balance inicial) sumarán siempre lo mismo**. Será al final del ejercicio económico cuando se producirá una diferencia entre activo y pasivo: si el activo es mayor que el pasivo, significa que la empresa obtuvo beneficios, y si el activo es menor que el pasivo, obtuvo pérdidas. Estos beneficios o pérdidas deberán coincidir con los resultados ordinarios antes de impuestos de la cuenta de resultados.
2. El balance nos muestra si la empresa es o no **solvente**, y por tanto si está lejos o cerca de la quiebra.
 - Si el activo total es mayor que el pasivo no corriente más el pasivo corriente (1,5 a 2,5 veces mayor), la empresa será solvente y estaremos lejos de la quiebra.
 - Si el activo total es menor que el pasivo no corriente más el pasivo corriente, entonces la empresa no es solvente y nos acercamos a la quiebra.
3. Además de solvente, necesitamos saber si la empresa es capaz de hacer frente a las deudas en el momento en que se tengan que hacer efectivas, es decir, si tiene **liquidez**.
 - Si el activo corriente es mayor que el pasivo corriente (2 veces mayor), entonces la empresa tiene liquidez, y por tanto se aleja de la suspensión de pagos.
 - Si además cumple que los créditos pendientes de cobro más el efectivo son iguales o mayores que el pasivo corriente, entonces su liquidez estará en una posición óptima.

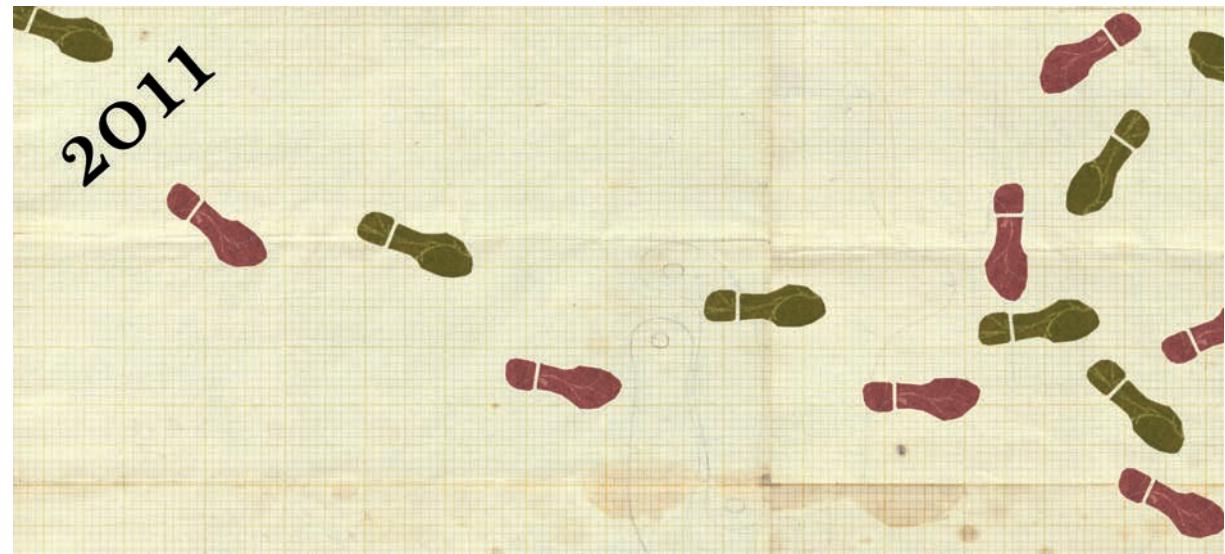


Fig. 5.5. Al final del ejercicio económico es necesario repasar los movimientos que ha tenido la empresa durante todo el año, para conocer nuestra situación patrimonial.

4. El balance nos informa si la relación entre fondos propios y deudas es correcta.

La relación adecuada entre fondos propios y deudas debe acercarse al 50% – 50% (situación ideal). No obstante, cuanto mayores sean los fondos propios, mejor.

5. También nos dice si la proporción entre deudas a corto y a largo plazo es correcta.

- Dentro de las deudas, un 75% deberán ser a largo plazo y un 25% a corto plazo, y si el porcentaje de las deudas a largo plazo es mayor, mejor.
- Con todo ello podemos formarnos una idea de la situación patrimonial de nuestra futura empresa.

Importante

Podemos definir el **fondo de maniobra** (FM) como parte del activo corriente que está financiado por el patrimonio neto más el pasivo no corriente.

Posibles situaciones patrimoniales:



Situación de máxima estabilidad financiera. El patrimonio neto está financiando todo el activo no corriente y el activo corriente.



Situación normal de equilibrio. El patrimonio neto + el pasivo no corriente financian el activo no corriente y parte del activo corriente.



Situación de desequilibrio. El patrimonio neto + el pasivo no corriente ni siquiera llega para financiar el activo no corriente.



Actividades

- Si compras una máquina por 100 y amortizas el 20% cada año, ¿en qué parte del balance sitúas la máquina y de qué otro concepto debe ir acompañado?
- Pides un préstamo de 200 y este año devuelves 50. ¿En qué parte del balance sitúas el préstamo y por qué cantidad?

- La diferencia entre activo y pasivo nos muestra si se obtuvieron pérdidas o ganancias. ¿Qué tiene que suceder para que nos muestre que la empresa obtuvo ganancias?
- El plan de tesorería nos muestra el saldo de la cuenta corriente. ¿A qué parte del balance llevarías dicho saldo si fuese positivo? Concreta todo lo posible.





Caso práctico 6



Siguiendo con el mismo ejemplo que nos sirvió para el plan de tesorería y para la cuenta de resultados, ahora vamos a confeccionar el balance final.

En el mes de enero, Juan Hernández y María Domínguez constituyen la empresa Vendemás.com, dedicada al diseño, configuración y mantenimiento de páginas web. Siguen haciendo números y el tercer paso es calcular el balance final. Las gestiones son las siguientes:

Aportan un capital de 500 € cada uno.

En enero piden un crédito de 200 € y se comprometen a devolver 20 € cada trimestre (es decir, a finales de marzo, junio, septiembre y diciembre), y también pagarán 12 € cada trimestre en concepto de intereses.

Alquilan un local en enero cuya renta asciende a 100 € al mes.

Compran maquinaria en el mes de enero por valor de 240 € y lo pagan al contado. Se amortizará en un periodo de 10 años.

El seguro de incendio y robo cuesta 70 €/año y se paga en enero.

Se prevén las siguientes ventas: enero, 50 €; febrero, 1000 €; marzo, 700 €; abril, 892 €; mayo, 500 €; junio, 600 €; julio, 700 €; agosto, 400 €; septiembre, 300 €; octubre, 600 €; noviembre, 900 €; diciembre, 1 600 €. **Total:** 8 242 €.

Se gastarán en publicidad 240 €, pagando 120 € en enero y 120 € en diciembre.

Se prevén los siguientes gastos en mercaderías: enero, 180 €; febrero, 220 €; marzo, 250 €; abril, 255 €; mayo, 280 €; junio, 900 €; julio, 950 €; agosto, 100 €; septiembre, 260 €; octubre, 280 €; noviembre, 280 €; diciembre, 1 000 €. **Total:** 4 955 €. Se supone que se venderán todas las mercaderías que se compran.

Son dos socios-trabajadores y perciben 100 €/mes cada uno de sueldo, pagando a la Seguridad Social 32 €/mes cada uno.

En concepto de tributos pagan 48 € en enero y 48 € en julio.

El banco abonará mensualmente 2 € en concepto de interés por la cuenta corriente, empezando en enero.

En concepto de suministros se pagarán 13 €/mes, de enero a diciembre.

Realiza el balance final e interprétilo:

Activo		Pasivo	
		Patrimonio neto	
		Capital	1 000
		Pérdidas y ganancias	-1 691
Activo no corriente		Pasivo no corriente	
Inmovilizado intangible		Préstamo bancario a 2,5 años	120
Inmovilizado material			
Maquinaria	240		
Amortización	(-24)		
Inversiones inmobiliarias			
Inmovilizado financiero			
Activo corriente		Pasivo corriente	
Existencias		Cuenta crédito	787
Créditos pendientes de cobro			
Efectivo			
Total	216	Total	907

Interpretación

Sabemos que en el balance debemos representar «todo lo que pertenece a la empresa», «todo lo que le deben a la empresa» y «todo lo que la empresa debe».

Antes de empezar debemos saber que en el balance nunca aparecen aquellos gastos en bienes o servicios que se

paguen al contado y se consuman durante el año. La razón es que si se han pagado al contado, la empresa no lo debe, y si se han consumido, ya no están en manos de la empresa. Lo mismo ocurre con los ingresos al contado; si lo hemos cobrado al contado, significa que no nos lo deben. Todos estos gastos e ingresos al contado aparecen recogidos en el saldo del banco.





Caso práctico 6 (cont.)

Pues bien, vamos a ir leyendo el enunciado del problema, y a la vez anotando en el balance los datos que procedan:

Lo primero que leemos es que dos socios aportan en concepto de capital 1 000 €. Como el capital se lo debe la empresa a los socios, deberá ir en el pasivo del balance, concretamente en el patrimonio neto, porque es una deuda no exigible.

Seguimos leyendo y nos encontramos con un **préstamo** de 200 €; ahora sí está claro que lo debe la empresa. Pero, atención, durante el año ha devuelto $(20 + 20 + 20 + 20) = 80$ €, luego solo debe 120 €, que llevamos al pasivo. También habla de 12 € de **intereses** al mes, pero como se han pagado al contado, no aparecen en el balance, porque si se han pagado quiere decir que no se deben.

Continuamos con la lectura, y aparece un **alquiler** por 100 € mensuales; como lo hemos pagado al contado, no aparece en el balance.

Continuamos leyendo y surge una compra de maquinaria por valor de 240 €, que pagamos al contado y amortizamos en 10 años. La máquina es algo propio de la empresa, que no se ha consumido en su totalidad, solamente una décima parte, porque se amortiza en 10 años. Por tanto, aparecerá en el activo por su precio de compra, seguido de la amortización con signo negativo. De tal forma que si al precio de compra le restamos la amortización nos dará el valor real de dicho inmovilizado.

Seguimos con la lectura y aparece un **seguro de incendios** que se paga al contado y, por tanto, no aparece en el balance.

Después se presentan las **ventas**, las cuales se cobraron al contado y, por tanto, no aparecen en el balance.

A continuación vienen unos gastos en **publicidad** pagados al contado, lo que implica que no aparecen en el balance.

Seguimos leyendo y aparece una compra de mercaderías, que se pagan al contado y se consumen en su totalidad durante el año; por tanto, tampoco aparecen en el balance. (Si hubiesen sobrado mercaderías porque no se hubieran vendido, las sobrantes irían a existencias en el activo corriente.)

Continuamos leyendo y aparecen el **sueldo** y la cuota de la **Seguridad Social** de los socios; como estos han cobrado su sueldo puntualmente y han cotizado a la Seguridad Social sin retrasos, tampoco aparecen en el balance.

Seguidamente aparecen unos tributos que corresponden a este ejercicio y se han pagado al contado, por lo que no aparecen en el balance.

Después el **banco nos abona unos intereses** que nosotros ingresamos en nuestra cuenta corriente, y tampoco aparecen en el balance.

Luego pagamos el consumo de **suministros**, y lo hacemos al contado; por tanto, no aparecen en el balance.

¡Atención! Como ya dijimos anteriormente, el plan de tesorería nos dice si tenemos dinero en la cuenta corriente o si, por el contrario, debemos dinero al banco, porque hemos necesitado abrir una cuenta de crédito. En nuestro caso hemos necesitado abrir una cuenta de crédito y debemos al banco 787 €. Pues bien, si existe dinero en la cuenta corriente, debemos llevar el saldo al activo del balance (efectivo), porque es algo que tiene la empresa, en este caso dinero en el banco. Y si hemos tenido que abrir una cuenta de crédito, llevaremos su saldo al pasivo (pasivo corriente), porque es algo que debemos, en este caso 787 €.

Por último, sumamos el activo y el pasivo y comprobamos que el pasivo es mayor que el activo, lo que significa que ha habido pérdidas, que llevamos al patrimonio neto del balance hasta que la empresa decida qué hacer, en nuestro caso 1 691 € de pérdidas.

Conclusión

1. El pasivo nos dice de dónde hemos obtenido el dinero: 1 000 € que aportaron los socios, más 120 € que debemos del préstamo, más una cuenta de crédito de 787 €.

El activo nos dice en qué hemos empleado el dinero: compra de una máquina cuyo valor es de $240 - 24 = 216$ €.

La diferencia entre activo y pasivo nos indica si obtuvimos pérdidas o ganancias: hemos obtenido unas pérdidas de 1 691 €.

2. Si el activo total es mayor que el pasivo no corriente + el pasivo corriente, estamos lejos de la quiebra; de lo contrario, cerca o en quiebra: $216 < 907$; por tanto, estamos en quiebra.

3. Activo corriente > pasivo corriente.

En este caso, el activo corriente es 0, y el pasivo corriente 787; por tanto, no tiene liquidez, lo que le acerca a la suspensión de pagos. Pero al estar en quiebra esto ya no tiene mucha importancia.

4. Lo ideal es 50%/50%. Los fondos propios 1 000 + (-1 691), y las deudas, 907. Mayor desproporción no cabe, un auténtico desastre.

5. La relación ideal de deudas a largo plazo/deudas a corto plazo es 75%/25%.

En nuestro caso es 13%/87%; casi toda la deuda es a corto plazo, cuando debería ser al contrario.

En resumen, un auténtico desastre de empresa. Habrá que revisar en profundidad todo el plan de empresa, pero se ve muy difícil seguir adelante.



Caso práctico 7

Elaboración de un plan financiero

Gonzalo Rincón decide montar un pequeño taller, y para ello se pone a calcular lo que necesitará, cuánto le costará y cómo lo pagará.

Aportará de su bolsillo 5 400 € en concepto de capital en enero.

Pedirá un préstamo al banco en el mes de enero por valor de 4 500 €; pagará unos intereses trimestrales de 4 € (marzo, junio, septiembre y diciembre), que hacen un total de 16 € al año, y devolverá cada trimestre (marzo, junio, septiembre y diciembre) 350 €, lo que supondrá un total de 1 400 € al año.

Alquilará un local en enero, cuya renta mensual será de 200 €, que en computo anual supondrá 2 400 €. Y dejará una fianza en enero de 400 € por el alquiler.

Comprará mobiliario por un total de 1 000 €, y pagará 600 € en abril y el resto el año siguiente en enero; se amortizará en 10 años.

Comprará maquinaria y piensa pagarla de la siguiente forma: 300 € en enero y 700 € en diciembre. Se amortizará en 10 años.

El seguro de incendio y robo le costará 10 €, y lo pagará en su totalidad en el mes de febrero.

Se gastará un total de 2 000 € en la compra de materias primas, pagará 1 000 en febrero y el resto lo pagará en febrero del próximo año. De dichas materias primas cree que consumirá 1 750 € y le sobrarán por valor de 250 €, pero prefiere que le sobren y no que le falten.

Encarga un estudio de mercado para evaluar las futuras ventas mes a mes y obtiene los siguientes datos: enero, 0 €; febrero, 900 €; marzo, 900 €; abril, 900 €; mayo, 900 €; junio, 1 100 €; julio, 1 100 €; agosto, 1 100 €; septiembre, 1 100 €; octubre, 900 €; noviembre, 900 €; diciembre, 900 €. Las ventas se cobran a mes vencido (las de enero se cobran en febrero, las de febrero en marzo, etc.). Por dicho estudio de mercado pagará 300 € en enero.

Se gastará en publicidad 120 €, repartidos de la siguiente forma: enero, 40 €; julio, 40 €; agosto, 40 €.

Durante el año necesitará un solo empleado, pero durante los meses de mayo, junio, julio y agosto se necesitarán dos empleados más; en total, 3 empleados. El salario de cada empleado será de 200 €/mes (incluido el prorrata de las pagas extraordinarias), que en cómputo anual supone 4 000 €. La Seguridad Social por empleado será de 6 €/mes, lo que supondrá 120 € al año.

Los pagos a cuenta por los impuestos de ese año ascenderán a 48 € y se pagarán en cuatro plazos: abril, 12 €; julio, 12 €; octubre, 12 €; enero del siguiente año, 12 €.

El banco abonará a partir de febrero 1 € cada mes en concepto de intereses por la cuenta corriente, lo que anualmente supondrá 11 €.

En concepto de suministros (agua, luz y teléfono) se ha presupuestado un gasto medio por mes de 3 €, que hace un total de 36 € anuales.

Abrirá una cuenta corriente en un banco para ingresar los saldos positivos de cada mes y pedirá la apertura de una cuenta de crédito para cubrir los saldos negativos que pudieran aparecer.

Se pide:

- Elabora el plan de tesorería previsional (indicando si es necesario solicitar una cuenta de crédito y por qué cantidad).
- Elabora la cuenta de resultados previsional.
- Elabora el balance previsional.
- Comenta los resultados obtenidos.

Solución

d) Comentario de los resultados

En el plan de tesorería vemos que no necesitamos abrir una cuenta de crédito: las entradas hacen frente a las salidas y además nos sobra dinero. Podrían llamar nuestra atención los meses de febrero, abril, junio y diciembre, en los cuales nos falta dinero, pero ello no debe preocuparnos, pues en la cuenta corriente tenemos saldo suficiente.

En cuanto a la cuenta de resultados, vemos que los resultados ordinarios (antes de impuestos) son positivos (1 711), y si dividimos estos resultados entre el importe de las ventas (10 700) y lo multiplicamos por 100, obtenemos que por cada 100 € que la empresa ingresa por ventas gana 16 €, aproximadamente, lo cual para ser el primer año está muy bien, pues lo normal es obtener pérdidas.

En cuanto a la situación patrimonial de la empresa, el balance nos da la siguiente información:

- El activo (11 623) es mayor que el pasivo (9 912), lo que implica ganancias de 1 711, que coinciden con la cuenta de resultados.
- El activo (11 623) es 2,5 veces mayor que el PNC + PC (4 512), luego la empresa presenta una buena solvencia y, por tanto, está lejos de la quiebra.
- El activo corriente (9 423) es 6 veces mayor que el PC (1 412) y además los créditos a cobrar más el efectivo (9 173) son mayores que de PC (1 412), lo que implica que la empresa tiene abundante liquidez.
- Los fondos propios (5 400) respecto del total de deudas (4 512) están en una proporción de 54% – 46%, muy buena relación.
- La relación PNC/PC (deudas a corto plazo/deudas a largo plazo) es 68% – 32%, y lo ideal sería 75% – 25%. Se recomienda pasar deuda de corto plazo a deuda a largo plazo, pero no es preocupante.

En conclusión, encontramos una buena situación patrimonial que, junto a un plan de tesorería sin deudas y una cuenta de resultados con beneficios, está indicando: ¡adelante!





Caso práctico 7 (cont.)

a) Plan de tesorería previsional

Entradas	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Capital	5 400												5 400
Préstamo	4 500												4 500
Ventas			900	900	900	900	1 100	1 100	1 100	1 100	900	900	9 800
Intereses banco c/c		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Total	9 900	1	901	901	901	901	1 101	1 101	1 101	1 101	901	901	19 711
Salidas													
Intereses préstamo			4				4			4			4 16
Devolución préstamo			350			350			350		350		1 400
Alquiler	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2 400
Fianza	400												400
Mobiliario				600									600
Maquinaria	300										700		1 000
Seguro		10											10
Materias primas		1 000											1 000
Estudio de mercado	300												300
Publicidad	40						40	40					120
Salarios	200	200	200	200	600	600	600	600	200	200	200	200	4 000
Seguridad Social	6	6	6	6	18	18	18	18	6	6	6	6	120
Pago a cuenta impuestos				12			12			12			36
Suministros	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Total	1 449	1 419	763	1 021	821	1 175	873	861	763	421	409	1 463	11 438
Entradas – Salidas	8 451	-1 418	138	-120	80	-274	228	240	338	680	492	-562	8 273
Banco c/c	8 451	7 033	7 171	7 051	7 131	6 857	7 085	7 325	7 663	8 343	8 835	8 273	
Cuenta crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

b) Cuenta de resultados

Ingresos		Gastos	
Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ventas	10 700	Alquiler	2 400
		Amortización mobiliario	100
		Amortización maquinaria	100
		Seguro	10
		Materias primas	1 750
		Estudio de mercado	300
		Publicidad	120
		Salarios	4 000
		Seguridad Social	120
		Pago a cuenta impuestos	48
		Suministros	36
Ingresos financieros		Gastos financieros	
Intereses banco c/c	11	Intereses préstamo	16
Resultados de explotación		10 700 – 8 984 = 1 716	
Resultados financieros		11 – 16 = -5	
Resultados ordinarios		1 716 + (-5) = 1 711	

c) Balance previsional

Activo		Pasivo	
Activo no corriente	2 200	Neto patrimonial	5 400
Inmovilizado material	1 800	Capital	5 400
- Mobiliario	1 000		
- Amortización mobiliario	-100		
- Maquinaria	1 000	Pasivo no corriente	3 100
- Amortización maquinaria	-100	Préstamo	3 100
Inmovilizado financiero	400		
Fianza	400		
Activo corriente	9 423	Pasivo corriente	1 412
Existencias	250	- Mobiliario pendiente de pago	400
Materias primas sobrantes	250	- Materias primas pendientes de pago	1 000
Créditos pendientes de cobro	900	- Impuestos pendientes de pago	12
Ventas pendientes de cobro	900		
Efectivo	8 273		
Banco cuenta corriente	8 273		
Total	11 623	Total	9 912

6. Punto muerto o umbral de rentabilidad



¿Sabías que...?

Se denomina **punto muerto** porque en dicha cantidad el beneficio es cero.

Se denomina **umbral de rentabilidad** porque a partir de dicha cantidad se obtienen beneficios.

El **punto muerto** o **umbral de rentabilidad** es la cantidad que como mínimo debemos vender para **cubrir costes**.

Esto es, si vendemos exactamente la cantidad que indica el punto muerto no obtenemos ni pérdidas ni ganancias, si vendemos una cantidad inferior obtenemos pérdidas y si vendemos una cantidad superior obtenemos beneficios. Por tanto, **en el punto muerto los beneficios son iguales a cero**.



Claves y consejos

El punto **muerto** o **umbral** de rentabilidad también sirve para calcular a partir de qué cantidad nos interesa **fabricar** un producto o **comprárselo** ya hecho a otro fabricante.

Ejemplo: un fabricante de pantalones vaqueros no sabe si comprarlos hechos a un fabricante chino que se los ofrece a un precio de 15 € o fabricarlos él mismo con unos costes fijos de 40000 € y un coste variable por pantalón de 7 €. ¿Qué le recomiendas?

Respuesta: utilizamos la fórmula del punto muerto, pero en este caso «P» es el precio al que los ofrece el fabricante chino.

$$PM = CF / P - CVMe$$

$PM = 40000 / 15 - 7 = 5000$ pantalones. A partir de 5000 pantalones interesa fabricarlos; para menos de 5000 interesa comprarlos al fabricante chino.

Comprobación:

Para una fabricación de 4000 pantalones, fabricarlos costaría [coste total = $40000 + (7 \cdot 4000) = 68000$ €] y comprarlos al fabricante chino [coste = $15 \cdot 4000 = 60000$ €].

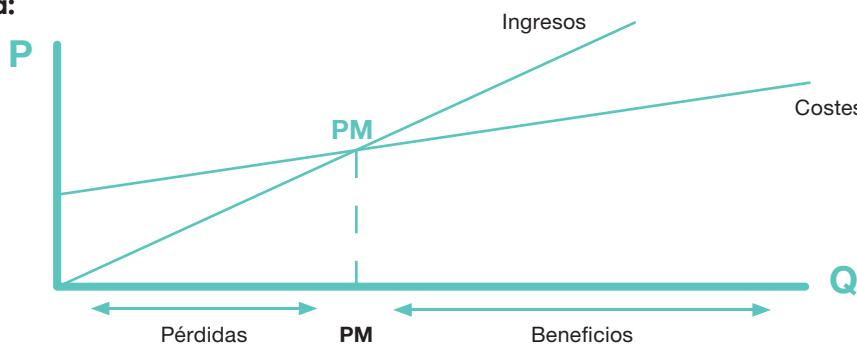
Para una fabricación de 6000 pantalones, fabricarlos costaría [coste total = $40000 + (7 \cdot 6000) = 82000$ €] y comprarlos al fabricante chino [coste = $15 \cdot 6000 = 90000$ €].

Para una fabricación de 5000 pantalones, fabricarlos costaría [coste total = $40000 + (7 \cdot 5000) = 75000$ €] y comprarlos al fabricante chino [coste = $15 \cdot 5000 = 75000$ €].

Fórmula:

$$PM = Costes fijos / (Precio - Coste variable por unidad)$$

Gráfica:



Los **costes fijos** son aquellos que no dependen de la cantidad producida: se produzca poco, mucho o nada, estos costes siempre son los mismos. Por ejemplo, el alquiler del local, el seguro contra incendios, las amortizaciones, la parte fija de los recibos de agua, luz, teléfono, gas, etc., determinados impuestos como el IAE, IBI, etcétera.

Los **costes variables** son aquellos que dependen de la cantidad producida: cuanto más se produzca más altos son estos costes. Por ejemplo, las materias primas, la parte variable de los recibos de agua, luz, teléfono, gas, etc., los envases y embalajes, etcétera.

Nos vamos a encontrar con costes que nos pueden hacer **dudar** entre un tipo de coste fijo o variable, como por ejemplo el de la mano de obra. No nos queda más remedio que intentar clasificarla en uno u otro grupo.

Veamos: si los trabajadores son fijos, en principio se consideran coste fijo. Si su sueldo consta de una parte fija y la otra está en función de las piezas que realicen al mes, entonces la primera parte es coste fijo y la segunda coste variable. Si son contratados en una empresa de trabajo temporal (ETT) porque tenemos exceso de trabajo, entonces se trata de coste variable. Las horas extraordinarias, por supuesto, son un coste variable, etc. Y así haremos con todos los conceptos que dudemos.

No se hunde el mundo si confundimos un coste con otro, pero intenta hacer los cálculos con la máxima exactitud posible.



Ejemplos

¿Cuál será el punto muerto de una empresa que fabrica un producto que vende al precio de 20 € la unidad y tiene unos costes fijos de 400000 € anuales y unos costes variables por unidad de producto de 15 €?

¿Qué obtendrá si vende 83000 unidades? ¿Beneficios o pérdidas?

¿Qué precio deberá poner a su producto si los estudios de mercado indican que no pueden vender más de 70000 unidades y quieren obtener unos beneficios de 30000 €?

Solución

Primera pregunta:

$PM = \text{Costes fijos} / (\text{Precio} - \text{Coste variable unitario})$

$PM = 400000 / (20 - 15) = 80000 \text{ unidades}$ deberá vender para cubrir los costes.

Segunda pregunta:

La respuesta es **beneficios**, ya que vende por encima del punto muerto.

Tercera pregunta:

Esta tercera pregunta encierra una mayor dificultad y para resolverla recurrimos a la fórmula siguiente:

$$B^o = (P \cdot Q) - (CF + CVMe \cdot Q)$$

$$30000 = (P \cdot 70000) - (400000 + 15 \cdot 70000)$$

$P = 21,14 \text{ €}$ será el precio que deberá poner para obtener 30000 € de beneficio, sabiendo que como máximo puede vender 70000 unidades en su mercado.



Importante

La fórmula del punto muerto también la podemos mostrar así:

$$B^o = (P \cdot Q) - (CF + CVMe \cdot Q)$$

Donde:

B^o = Beneficios

P = Precio

Q = Cantidad vendida

CF = Coste fijo total

$CVMe$ = Coste variable por unidad

Como en el punto muerto los beneficios son cero:

$$0 = (P \cdot Q) - (CF + CVMe \cdot Q)$$

Si de la fórmula anterior sacamos Q factor común:

$$0 = Q (P - CVMe) - CF$$

Si despejamos Q :

$$CF = Q (P - CVMe)$$

$$Q = CF / (P - CVMe)$$

$$PM = \text{Costes fijos} / (\text{Precio} - \text{Coste variable por unidad})$$



Caso práctico 8

Un transportista tiene unos costes fijos de 30 € al día y unos costes variables de 0,5 € por km recorrido. Si por cada servicio recorre una media de 70 km y cobra una media de 50 €, ¿cuántos servicios ha de hacer cada día para cubrir costes? ¿Y para obtener unos beneficios de 100 € diarios?

Solución

- Para resolver la primera cuestión aplicamos la fórmula del punto muerto:

$$CF / P - CVMe$$

Téngase en cuenta que el $CVMe$ es 0,5 € por km, y que en cada servicio recorre 70 km.

$$PM = 30 / 50 - (0,5 \cdot 70)$$

$$PM = 2 \text{ servicios diarios para cubrir costes}$$

- Para resolver la segunda pregunta tenemos que aplicar la fórmula:

$$B^o = (P \cdot Q) - (CF + CVMe \cdot Q)$$

$$100 = (50 \cdot Q) - [30 + (0,5 \cdot 70) \cdot Q]$$

$$100 = 50Q - 30 - 35Q$$

$$100 + 30 = 50Q - 35Q$$

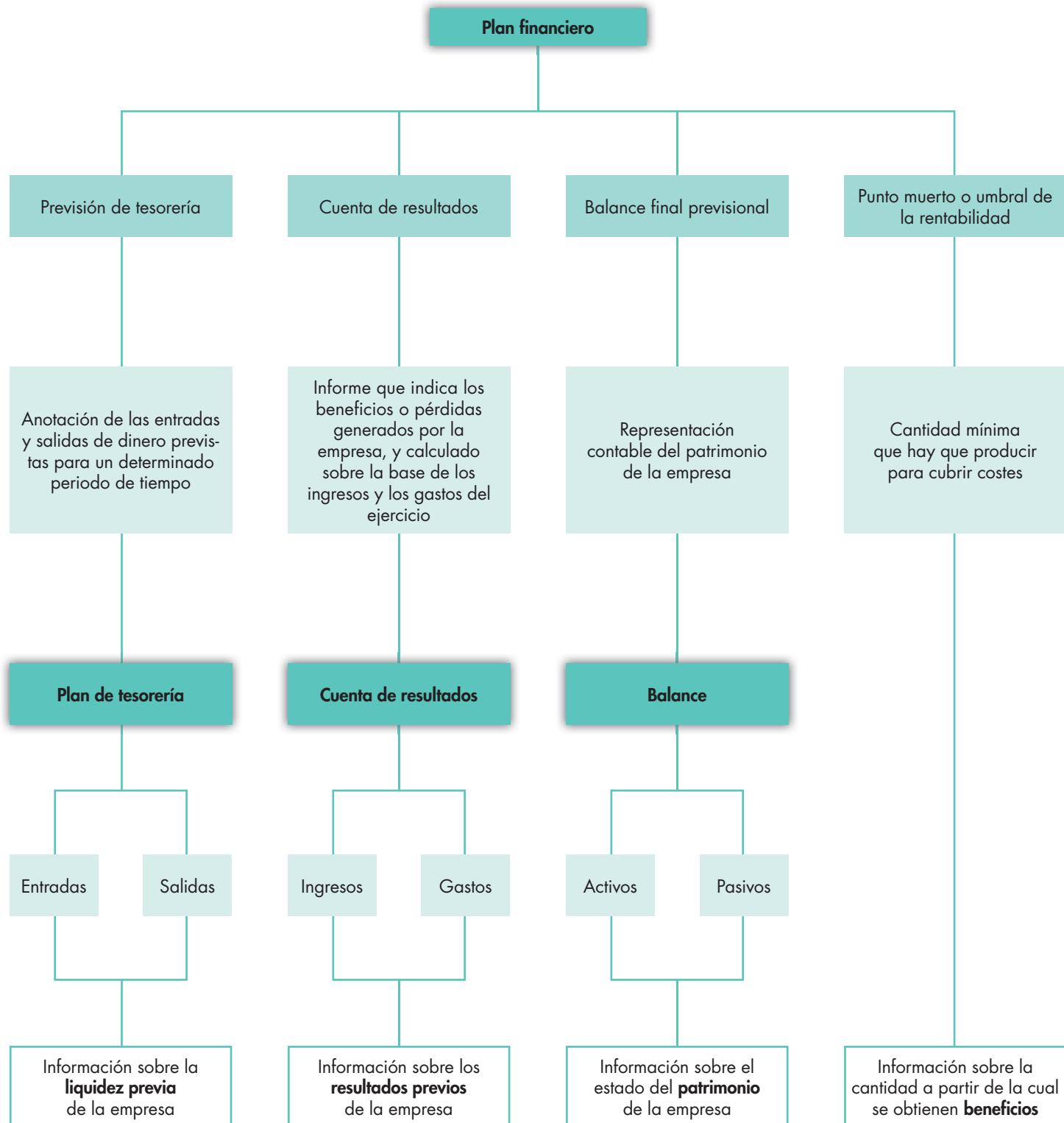
$$130 = 15Q$$

$$Q = 130 / 15$$

$$Q = 9 \text{ servicios aproximadamente (8,6 servicios exactamente)}$$



Síntesis





Test de repaso

1. Cuando compras un elemento amortizable, ¿qué anotarás como gasto en la cuenta de resultados?

- a) La amortización que corresponde a ese año.
- b) El valor del elemento amortizable.
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas.

2. Compras mercaderías por valor de 100 €, pero solo consumes por valor de 87 €, ¿qué anotarás como gasto en la cuenta de resultados?

- a) 100 €.
- b) 87 €.
- c) 13 €.

3. Compras y consumes materias primas por valor de 750 €, pagas 500 € al contado y el resto el próximo año, ¿qué anotarás como gasto en la cuenta de resultados?

- a) 750 €.
- b) 500 €.
- c) 250 €.

4. Si compras un elemento amortizable por 50 000 € y pagas 30 000 € al contado y el resto el próximo año, y sabiendo que se amortiza en 10 años, ¿qué anotarás como gasto en la cuenta de resultados?

- a) 3 000 €.
- b) 5 000 €.
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas.

5. La fianza por alquiler que depositas cuando alquilas un local:

- a) Es gasto que se anotará en la cuenta de resultados.
- b) No es gasto, y por tanto no se anotará en la cuenta de resultados.
- c) Unas veces se anotará y otras veces no, dependiendo de la cuantía.

6. Si vendemos por valor de 800 € y nos dejan a deber 200 €, ¿qué anotarás como ingreso en la cuenta de resultados?

- a) 300 €.
- b) 500 €.
- c) 800 €.

7. Cuando compras un elemento amortizable, ¿qué anotarás como salida en el plan de tesorería?

- a) La amortización que corresponde a ese año.
- b) El valor del elemento amortizable.
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas.

8. Las aportaciones que hacen los socios (capital):

- a) Son un ingreso que anotarás como tal en la cuenta de resultados.
- b) No son ingreso y por tanto no se anotará en la cuenta de resultados.
- c) Unas veces se anotarán y otras veces no, dependiendo de la cuantía.

9. El préstamo que nos hace una entidad de crédito, ¿se considera un ingreso que debe anotarse en la cuenta de resultados?

- a) No.
- b) Sí.
- c) A veces.

10. El préstamo que nos hace una entidad de crédito, ¿se considera una entrada que debe anotarse en el plan de tesorería?

- a) No.
- b) Sí.
- c) A veces.

11. La fianza por alquiler que depositas cuando alquilas un local:

- a) Se anotará en el plan de tesorería.
- b) No se anotará en el plan de tesorería.
- c) Unas veces se anotará y otras veces no, dependiendo de la cuantía.

12. Compras mercaderías por valor de 100 €, pero solo consumes por valor de 87 €, ¿qué anotarás como salida en el plan de tesorería?

- a) 100 €.
- b) 87 €.
- c) 13 €.

13. Compras y consumes materias primas por valor de 750 €, pagas 500 € al contado y el resto el próximo año, ¿qué anotarás como salida en el plan de tesorería?

- a) 750 €.
- b) 500 €.
- c) 250 €.

14. Si compras un elemento amortizable por 50 000 €, de los cuales pagas 30 000 € al contado y el resto el próximo año, y sabiendo que se amortiza en 10 años, ¿qué anotarás como salida en el plan de tesorería?

- a) 3 000 €.
- b) 5 000 €.
- c) 30 000 €.



Comprueba tu aprendizaje

Analizar los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable

1. Hemos estudiado el plan de tesorería, ¿sabrías indicar qué información proporciona dicho plan?
2. Hemos estudiado la cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, ¿sabrías indicar qué información proporciona?
3. Con respecto al balance final, ¿sabrías indicar qué información proporciona?
4. Supongamos que la empresa Autos Marsán SL compró repuestos por valor de 9 000 €, pero solo consumió repuestos por valor de 7 000 € a lo largo del año.

¿Qué tratamiento darías a esta compra de repuestos en el plan de tesorería, en la cuenta de resultados y en el balance final?

Para ayudarte, te ofrecemos dos respuestas en cada caso. Elige la respuesta correcta:

Plan de tesorería

- a) Anotaría la compra por 9 000 €.
- b) Anotaría la compra por 7 000 €.

Cuenta de resultados

- a) En ingresos de explotación anotaría 7 000 €.
- b) En ingresos de explotación anotaría 9 000 €.

Balance final

- a) En activo corriente y en el apartado existencias anotaría 2 000 €.
- b) En activo corriente y en el apartado existencias anotaría 7 000 €.
5. Supongamos que la empresa Vendemás.com compró un ordenador por valor de 2 000 € y decide amortizarlo al coeficiente máximo, esto es, al 26% anual, lo que supone una cuota de amortización igual a 520 € al año.

¿Qué tratamiento darías a la compra del ordenador en el plan de tesorería, en la cuenta de resultados y en el balance final?

Elige la respuesta correcta en cada caso:

Plan de tesorería

- a) Anotaría la compra por 2 000 €.
- b) Anotaría la compra por 520 €.

Cuenta de resultados

- a) En gastos de explotación anotaría 520 €.
- b) En gastos de explotación anotaría 2 000 €.

Balance final

- a) En el activo no corriente y en el apartado inmovilizado material anotaría 2 000 € y -520 €.
- b) En el activo no corriente y en el apartado inmovilizado material anotaría 1 480 €.

Describir las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, la liquidez y la rentabilidad de la empresa

6. ¿Puedes definir los conceptos de «solvencia», «liquidez» y «rentabilidad empresarial»? Para ayudarte vamos a mostrarte tres definiciones. Señala la que creas que corresponde a cada una de ellas.
 - a) Capacidad para cubrir deudas y obligaciones a corto o largo plazo.
 - b) Cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata.
 - c) Cualidad de una inversión para generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

7. Imaginemos que la empresa MiguelES presenta el siguiente balance a final de año:
 - Activo = 60 000.
 - Pasivo no corriente = 19 000.
 - Pasivo corriente = 3 500.
 ¿Podrías decir si la empresa es solvente?

8. Supongamos que la empresa Vendemás.com presenta los siguientes resultados a fin de año:

Resultados antes de impuestos: 100 000 €.

Ventas: 300 000 €.

Suponiendo que los resultados, en el sector en el que trabaja la empresa, suelen oscilar alrededor del 20% de las ventas, ¿qué puedes decir de la rentabilidad de Vendemás.com?

9. La empresa Autos Marsán SL presenta los siguientes datos de su balance final.
 - Activo corriente = 100 000 €.
 - Pasivo corriente = 50 000 €.
 - Créditos a cobrar = 50 000 €.
 - Efectivo = 25 000 €.

¿Tiene liquidez la empresa Autos Marsán SL?



Plan de empresa

Hemos llegado al punto más delicado del plan de empresa. Se trata de **comprobar si nuestra idea puede ser viable**, tanto desde el punto de vista económico como financiero.

Para ello tenéis que elaborar el **plan financiero** de vuestra futura empresa, que, como sabéis, se divide en tres grandes apartados:

- Primero el **plan de tesorería**, donde deberéis calcular las entradas y salidas de dinero a lo largo del año y verificar si algún mes os hará falta dinero y, en caso afirmativo, prever de dónde lo pensáis obtener.
- A continuación deberéis elaborar la **cuenta de pérdidas y ganancias** para comprobar si obtendréis beneficios o pérdidas, y deliberar si merece la pena seguir adelante o hay que revisar el proyecto.
- Y, por último, tenéis que echar un vistazo al patrimonio de la empresa para ver cómo ha quedado después de un año de compras y ventas. Para ello deberéis redactar el **balance** y a continuación analizarlo.

De la visión en conjunto de estos tres elementos obtendréis la respuesta a si vuestra empresa es viable o no.

Para ello, continuando la línea iniciada en las unidades anteriores, reunid al equipo de empresa y analizad la viabilidad de vuestro futuro negocio siguiendo las indicaciones de vuestro profesor.

Para llevarlo a cabo, podéis seguir los siguientes pasos:

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas.

- a) ¿Os parece necesario conocer por adelantado cuáles serán las entradas y salidas de dinero, mes a mes, durante los tres primeros años? ¿Cómo podría ayudaros el hecho de conocer estos datos? ¿Y conocer el desarrollo de vuestra cuenta corriente a lo largo de los tres próximos años? ¿Qué ventajas prácticas supone?
- b) ¿Sería interesante conocer cuáles serán los ingresos y los gastos que se producirán en vuestra futura empresa, en los tres próximos años? ¿Por qué? ¿Conocer los resultados de explotación y los resultados financieros por separado supone alguna ventaja?

c) ¿Qué mejorías reportaría al proyecto conocer anticipadamente el balance final de los tres próximos ejercicios económicos? ¿Qué sentido tiene conocer si vuestra futura empresa dispone de liquidez y solvencia y si está o no endeudada?

d) ¿Creeís que toda esta catarata de datos os puede ayudar a decidir si seguís adelante con la idea de negocio?

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, realizad las siguientes actividades.

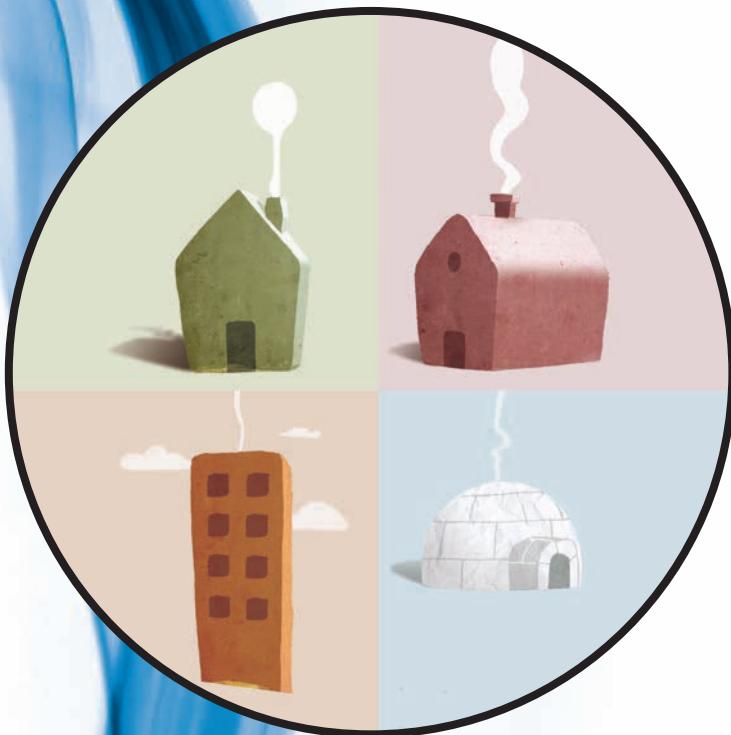
- a) Elaborad, tras la discusión y debate en grupo, una primera relación de entradas y salidas de vuestra futura empresa para los próximos tres años. Indicad el mes y el año en que se producirán.
- b) Elaborad, tras la discusión y debate en grupo, una relación de ingresos y gastos para los tres próximos años. Recordad el principio de caja y de devengo. En este caso aplicad el principio de devengo.
- c) Elaborad, tras la discusión y debate en grupo, una relación de los bienes que pertenecen a la empresa, de los acreedores de esta, y de todos los deudores de la empresa al finalizar el año; deberéis hacerlo para los tres próximos años.
- d) Como siempre, poned en común con el resto de grupos de clase vuestra decisión y sometedla a la opinión del resto de compañeros.
- e) También debéis recabar la opinión crítica de vuestro profesor al respecto.
- f) No es tarea fácil. Para ayudaros podéis visitar la página web www.emprendedores.es. En la parte inferior de la página de inicio se encuentra la sección *Planes de negocio*. Abrid cualquiera de ellos y fíjaos en su plan financiero. ¡Os será útil!

3. Tras realizar las actividades anteriores, podéis completar el apartado del plan de empresa, en el Centro de Enseñanza Online, referente a la posible viabilidad de vuestro negocio.

6

Unidad

Qué tipo de empresa me interesa



En esta unidad aprenderemos a:

- Analizar las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- Especificar el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida.
- Diferenciar el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- Completar el plan de empresa con la elección de la forma jurídica.

Y estudiaremos:

- Los diferentes tipos de empresas.
- La fiscalidad en las empresas.
- La elección de la forma jurídica.

1. Criterios para elegir la forma jurídica

A**Vocabulario**

Patrimonio. Conjunto de bienes, derechos y obligaciones de la empresa.

Esta unidad tiene como finalidad mostrar a los estudiantes los criterios básicos para elegir entre las diferentes formas jurídicas existentes a la hora de poner en marcha un proyecto empresarial.

Para ello, y junto con las **exigencias legales**, se hace referencia a las **características fundamentales** de las distintas formas jurídicas. Esta visión global ofrecerá a los emprendedores y futuros empresarios unos datos esenciales a la hora de decidir, y facilitarán tanto la creación de una empresa como su buen funcionamiento y estabilidad.

Cuando un emprendedor decide crear una empresa debe adoptar una de las formas jurídicas previstas legalmente. Como veremos más adelante, cada una de las opciones legales implica una serie de **ventajas y limitaciones**. Por esa razón, la elección debe ser objeto de un **riguroso estudio** por parte del promotor de la idea empresarial, con el fin de buscar la forma jurídica que mejor se ajuste a las características y necesidades del proyecto.

La **forma jurídica** nos va a identificar legalmente ante la Administración, los clientes y los proveedores y, además, puede llegar a repercutir en el **patrimonio** particular del empresario, o en el de los socios, cuando se trate de una sociedad.

A la hora de optar por una u otra forma jurídica no se pueden establecer unas normas exactas que nos permitan acertar sin posibilidad de error, pero sí que se deben tener en cuenta una serie de **criterios generales** al efectuar la elección:

- Complejidad de la **constitución**. Gestión, rapidez y simplicidad de la **tramitación**.
- Número de **socios**.
- **Necesidades económicas** del proyecto.
- **Responsabilidad patrimonial** de los promotores.
- **Aspectos fiscales**.

Vamos a analizarlos a continuación con cierto detalle.



Fig. 6.1. La forma jurídica nos identifica legalmente ante la Administración, los clientes y los proveedores.

● 1.1. Complejidad de la constitución. Gestión, rapidez y simplicidad de los trámites

Elegir una forma jurídica mercantil (sociedad) puede suponer un **exceso de trámites burocráticos**, tanto en la constitución como en la gestión posterior de la empresa, pero no es aconsejable tomar la decisión basándose solo en la mayor o menor burocracia.

Cualquier proyecto empresarial debe nacer con **vocación de crecimiento**, lo que a medio o largo plazo siempre hace necesaria una gestión rigurosa y adaptada a la dimensión del negocio y a sus posibilidades de crecimiento.

Además, se debe tener en cuenta que existen determinadas actividades cuya normativa predetermina una **forma jurídica concreta**, como puede ser el caso de las actividades de banca, seguros, agencias de viaje, etc.; y otras para las que la ley exige unos **requisitos específicos** (de espacio disponible, de medidas de seguridad, de tratamiento de residuos, etc.) que condicionan la elección.

Por último, los **costes económicos** de constitución también deben ser valorados. Si encargamos la constitución a una gestoría, será mucho más cómodo pero bastante más caro, ya que ciertos pasos (en Hacienda, por ejemplo) los puede hacer uno mismo sin coste económico alguno.

● 1.2. Número de socios

Los **socios** son las personas que se asocian para crear una empresa. Cada uno hace una aportación, acordada entre ellos, que puede ser económica, pero que también puede ser trabajo, experiencia, nombre, locales, etcétera.

El número de personas que participan en el proyecto es un aspecto importante que debe tenerse en cuenta. Si se trata de un solo socio, lo normal es que elija la forma jurídica de **empresario individual**, pero podría elegir otra fórmula societaria (por ejemplo, la Sociedad de Responsabilidad Limitada). En el caso de que sean varios los promotores, lo aconsejable es constituir una sociedad.

No obstante, la fórmula jurídica que elijamos también está condicionada por el número mínimo de socios que la ley establece para cada sociedad (Tabla 6.1).



Ejemplos

Ejemplo de costes externos derivados de la constitución de una Sociedad Limitada.

1. Certificación de denominación social: 35 €.
2. Redacción e inscripción de la escritura de constitución (incluye redacción de los estatutos y firma notarial): para una Sociedad Limitada de 3 006 €, el coste es de 280 € en notaría. Para otro tipo de sociedades, va en función de la cifra de capital social y del número de socios.
3. Liquidación del ITP y AJD: es el 1% del capital social. Para una Sociedad Limitada de capital social 3 006 euros, serían 30,06 €.
4. Inscripción en el Registro Mercantil: aproximadamente 150 € (esta cifra puede variar en función de las características de la empresa).
5. Legalización y sellado de libros en el Registro Mercantil: 60 €.

Costes totales aproximados para una empresa de capital social 3 006 € = 555,06 €.

Forma jurídica	N.º mínimo de socios
Sociedad de Responsabilidad Limitada	1
Sociedad de Responsabilidad Limitada Nueva Empresa	Mínimo: 1 Máximo: 5
Sociedad Anónima	1
Sociedad Laboral	3
Comunidad de Bienes	2
Cooperativa de Trabajo Asociado	3

Tabla 6.1. Número mínimo de socios que la ley establece para cada tipo de forma jurídica.



1.3. Necesidades económicas del proyecto



Web

www.info-empresas.net

The screenshot shows the homepage of Info-Empresas.net. At the top, there's a search bar and a menu with the word 'INFO-EMPRESAS.NET'. Below the header, there are several categories listed in a sidebar: Agricultura, Silvicultura, Ganadería y Pesca; Minería; Construcción y Contratas; Fabricantes; Transportes, Comunicaciones y Servicios Públicos; and others. The main content area shows a grid of small business cards.

En esta web encontrarás un directorio con las empresas existentes en la actualidad en España.

La dimensión económica del proyecto puede hacer necesario cierto nivel de inversión. Determinados tipos de sociedad exigen la disponibilidad de un **capital mínimo** para poder constituir la empresa, y la carencia de este podría limitar el acceso a unas fórmulas u otras.

Igualmente, actividades que requieran de mucha inversión aconsejan adoptar fórmulas mercantiles y abandonar situaciones personalistas.

El **capital social** es la aportación en dinero, bienes o trabajo que hacen los socios. Se aporta para la puesta en marcha o funcionamiento del negocio, y pasa a formar parte de la sociedad.

La aportación de cada socio le hace dueño de la empresa en la parte proporcional al capital aportado por cada uno de ellos. La ley establece para algunas de las formas jurídicas un capital social mínimo necesario para poder constituir ese tipo de sociedad (Tabla 6.2).

Si no se aporta entre todos los socios ese mínimo, la sociedad no puede constituirse. No obstante, los socios pueden aportar bienes o capital por un valor superior al mínimo marcado por la ley. En otros casos no existe mínimo legal y los socios pueden decidir la aportación que van a realizar.

Forma jurídica	Capital social mínimo
Empresario individual	No existe mínimo legal
Sociedad de Responsabilidad Limitada	3 005,06 €
Sociedad de Responsabilidad Limitada Nueva Empresa	Mínimo: 3 012 € Máximo: 120 202 €
Sociedad Anónima	60 101,21 €
Sociedad Laboral	SLL: 3 005,06 € SAL: 60 101,21 €
Comunidad de Bienes	No existe mínimo legal
Cooperativa de Trabajo Asociado	No existe mínimo legal

Tabla 6.2. Capital social mínimo necesario según la forma jurídica.



Caso práctico 1

Blanca López y Rosario Fernández han terminado el ciclo formativo de Grado Medio de Peluquería, y han pensado montar una pequeña peluquería en el barrio donde viven.

Cada una va a aportar 6 000 € y han oído hablar de la Sociedad Limitada Nueva Empresa como la forma jurídica más sencilla.

¿Pueden crear ese tipo de sociedad?

Solución

Desde el punto de vista del capital social, este tipo de sociedad establece un mínimo de 3 012 € y un máximo de 120 202 €, por lo que sí pueden montar la peluquería bajo esa forma societaria, aunque habría que analizar otras circunstancias para ver si es o no la mejor elección.

1.4. Responsabilidad patrimonial de los promotores

La responsabilidad es la obligación de responder de las deudas que tengamos por nuestra actividad empresarial.

La responsabilidad que vamos a tener frente a Administración, clientes, proveedores, trabajadores y bancos, fundamentalmente, es otro factor que debemos tener en cuenta.

Existen **dos tipos** de responsabilidad:

- **Limitada.** La responsabilidad se limita al capital, los bienes y derechos a nombre de la empresa, y nunca alcanzará a nuestros propios bienes personales.

Tienen responsabilidad limitada las **Sociedades de Responsabilidad Limitada**, las **Sociedades Anónimas**, las **Sociedades Laborales**, las **Cooperativas** y las **Sociedades Comanditarias** (para los socios comanditarios).

- **Ilimitada.** La responsabilidad abarca, además de a los bienes, los derechos y el capital de la empresa, a los propios personales de los socios, si con los de la empresa no es suficiente para pagar las deudas contraídas.

Corresponde a los **empresarios individuales**, las **Sociedades Colectivas**, las **Comunidades de Bienes** y las **Sociedades Comanditarias** (para los socios colectivos).

Este es un factor de peso a la hora de elegir la forma jurídica. En muchos casos el emprendedor intenta recurrir a fórmulas que limiten su responsabilidad patrimonial frente a terceros, pero esta opción no es posible cuando recurre a financiación ajena a través de entidades bancarias, en las que analizarán cautelosamente su situación y le exigirán la presentación de garantías suficientes, asumiendo de forma personal un endeudamiento para la empresa.



Fig. 6.2. La responsabilidad obliga a los socios de la empresa a responder de las deudas.

1.5. Aspectos fiscales

Cada una de las formas jurídicas va a estar sometida a un **régimen de tributación** diferente, y ello también debe ser considerado a la hora de la elección.

Se pueden diferenciar **dos grandes grupos**: la de aquellas formas jurídicas sujetas al **Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas** (IRPF), en sus diferentes modalidades (Estimación Directa o Estimación Objetiva), y las sometidas al **Impuesto de Sociedades** (IS).

Pero lo cierto es que a priori no existe un régimen fiscal más o menos ventajoso, sino que depende de los resultados reales o potenciales del negocio. En cualquiera de los casos, de lo que se trata es de calcular el rendimiento del negocio y sobre él aplicar un tipo impositivo, que nos da como resultado lo que hay que pagar a Hacienda.

El **tipo impositivo** es diferente en ambos casos. Así, en el IRPF varía dependiendo del rendimiento del negocio, de modo que el tipo impositivo aumenta cuanto más se gana (como se puede ver en la página web de la Agencia Tributaria, www.ateat.es, respecto a las tablas de retención), mientras que en el IS el tipo es generalmente del 30%, salvo para algunas situaciones específicas, en que se reduce.



Claves y consejos

Otra manera de clasificar la responsabilidad:

- **Responsabilidad subsidiaria.** Cuando una persona debe asumir la responsabilidad en defecto del obligado principal.
- **Responsabilidad solidaria.** Se puede exigir la totalidad de la deuda a cualquiera de los socios.
- **Responsabilidad mancomunada.** Cada socio responde de la deuda en proporción a su aportación al capital social.



Caso práctico 2

Pedro García, cuando terminó el ciclo superior de Automoción, montó un pequeño taller de reparación de automóviles con la forma de empresario individual.

Invertió en el negocio 25 000 €, pero al cabo de dos años este no ha prosperado y tiene deudas por valor de 40 000 €. Aurora Sánchez es una de las proveedoras a las que Pedro debe dinero.

¿Podrá cobrar la deuda aunque una vez liquidado el ta-

ller el valor del patrimonio empresarial sea inferior a las deudas?

Solución

Como Pedro García montó una empresa individual, su responsabilidad es ilimitada, por lo que debe hacer frente a las deudas no solo con el patrimonio de la empresa, sino con el suyo propio (cuentas corrientes, piso, etcétera).

**Importante**

Los tres casos en los que **se reduce el tipo impositivo del IS** son:

- Las Cooperativas fiscalmente protegidas, en que es del 20%.
- Las sociedades que facturen al año menos de 10 millones de euros, cuyos primeros 300 000 € tributan al 25% y el resto al 30%.
- Las Sociedades Civiles que tributan en régimen de atribución de rentas.

1.6. Otros aspectos

Existen **otros criterios** menos importantes, pero que también deben tenerse en cuenta:

- **Libertad de acción del emprendedor.** El margen de actuación y la libertad en la toma de decisiones es absoluta en los casos del empresario individual y las sociedades unipersonales. En el extremo opuesto estarían las Sociedades Mercantiles personalistas, en las que no se decide en función del capital social que se tenga, sino que cada persona representa un voto.
- **Imagen.** En algunos casos los clientes potenciales exigen que proyectemos una imagen de solidez que determinadas fórmulas personalistas no poseen.
- **Acceso a ayudas públicas.** Aunque no es un criterio recomendable en sí mismo a la hora de escoger la forma jurídica, sí es una variable que debemos tener en cuenta, por lo que habrá que atender a las circunstancias de cada proyecto y a cada convocatoria específica.

En las siguientes páginas web puedes encontrar información sobre **ayudas** para la creación de empresas:

- www.ayudas.net
- www.microsoft.com/spain/empresas/asesor_ayudas
- www.todosubvenciones.com
- www.pymesonline.com

A continuación vamos a estudiar en profundidad las características de las diferentes formas jurídicas, para que después podáis escoger el tipo de empresa que más os convenga.

**Web**

www.aeat.es



En la web de la Agencia Tributaria pueden descargarse las tablas de retenciones del IRPF.

Actividades

1. ¿Cuáles son los principales criterios que debemos tener en cuenta a la hora de elegir la forma jurídica de nuestra empresa?
2. Respecto al capital social de nuestra empresa, ¿qué límites existen?
3. Explica la diferencia entre responsabilidad limitada y responsabilidad ilimitada.
4. ¿Qué regímenes tributarios tienen las diferentes formas jurídicas?

**Caso práctico 3**

Juan Hernández y María Domínguez han elaborado su plan de empresa para constituir Vendemás.com, empresa dedicada al diseño, configuración y mantenimiento de páginas web.

Han pensado en constituirse en Comunidad de Bienes (CB), y cada uno de ellos participa al 50%. Como CB ambos tienen que tributar por el IRPF, no la Comunidad.

Según sus cálculos, el primer año tendrán unos resultados, antes de impuestos, de 44 774 €.

¿Hubiera sido más rentable fiscalmente constituirse como Sociedad Limitada?

Solución

Con los pocos datos de que disponemos podemos hacer una aproximación a la solución, considerando que ambos están solteros y no tienen hijos ni otros ingresos diferentes.

$\frac{44\,774}{2} = 22\,387$ € cada uno sería la cantidad por la que tienen que tributar.

Según las tablas de retención del IRPF, a esa cantidad le corresponde un 28%.

Así:

$$22\,387 \cdot 28\% = 6\,263,36 \text{ cada uno.}$$

Si se hubieran constituido en Sociedad Limitada, deberían haber tributado por el Impuesto de Sociedades al 25% (al ser sociedades de reducida dimensión).

Así:

$$44\,774 \cdot 25\% = 11\,193,5 \text{ € la Sociedad Limitada.}$$

Por tanto, aunque la diferencia es pequeña, fiscalmente les sería más rentable la Comunidad de Bienes.

2. El empresario individual

El **empresario individual** como forma jurídica es, según el Código de Comercio, aquella persona física que tenga capacidad legal para el ejercicio del comercio y se dedique a él habitualmente.

Las **características** del empresario desde el punto de vista legal son:

La persona tiene que ser mayor de edad y con libre disposición de sus bienes. Esto es, que tenga **capacidad legal**. Los menores de edad no emancipados podrán ser empresarios individuales en circunstancias especiales, siempre que tengan libre disposición de sus bienes y que lo hagan a través de sus representantes legales

La persona también tiene que realizar una **actividad empresarial**. Esta actividad debe ser habitual y no ocasional

El ejercicio de la actividad empresarial debe ser **en nombre propio**, ya que quien la realiza por cuenta de otro, como es el caso del director o el gerente de una empresa, no es empresario

La **responsabilidad** del empresario individual es **ilimitada**, lo que significa que responde del cumplimiento de sus obligaciones con todos sus bienes presentes y futuros

La **tramitación legal** de esta forma de organización es **muy simple**, ya que para constituirse como empresario individual no es necesario el otorgamiento de ninguna escritura pública ante notario ni su inscripción en el Registro Mercantil. La de empresario individual es la forma idónea para **empresas de muy reducido tamaño**, porque exige pocas gestiones y trámites, como veremos en la Unidad 7.

El empresario individual está sujeto al Régimen del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, pudiendo tributar a su elección por el sistema de módulos o por el de Estimación Directa.

El **sistema de módulos** se basa en unos pagos trimestrales y una posterior regularización anual, según unos elementos representativos de la actividad de que se trate (consumo eléctrico, superficie, personal empleado, etc.) y no en función de los ingresos y gastos reales. **La Estimación Directa**, que puede ser normal o simplificada, es el sistema tradicional de tributación basado en ingresos y gastos, como podremos ver en la Unidad 8.



Caso práctico 4

Javier Gómez, que ha terminado el ciclo de Comercio con 17 años, quiere montar una tienda de chucherías con el dinero que le dio su abuela y convertirse en empresario individual. Sin embargo, le han dicho que de ninguna manera puede ser empresario individual hasta que no cumpla los 18 años. Él no quiere esperar.

¿Puede ser empresario un menor de edad?

Solución

En principio ningún menor de edad puede ser empresario, salvo que esté emancipado legalmente, o que lo haga a través de sus padres o representantes legales, que completarían su capacidad hasta que cumpliera los 18 años, momento en el que tendría capacidad plena.



Vocabulario

Emancipación. Situación que permite que el mayor de 16 y menor de 18 años pueda disponer de su persona y de sus bienes como si fuera mayor de edad.

Libre disposición de los bienes. Facultad específica que tiene una persona para disponer libremente de sus bienes, en el uso, goce y disfrute de ellos, sin ninguna limitación que no sea generada o devenida por la ley o la Constitución.



Claves y consejos

El empresario individual

Ventajas:

- Rapidez y sencillez en los trámites al inicio de la actividad.
- No precisa de capital mínimo.
- Su elección puede estar justificada por motivos fiscales y de simplicidad de las obligaciones formales.

Inconvenientes:

- Responsabilidad ilimitada. Se extiende a todo su patrimonio.
- Puede estar sometido a un tipo impositivo elevado si el volumen de beneficios es importante, dada la progresividad del IRPF.
- No puede tener socios.

A**Vocabulario**

Lucrativo. Que produce ganancia o provecho.

El trabajador autónomo

Se considera **trabajador por cuenta propia** o **autónomo** a aquel que, de forma habitual, personal y directa, realiza una actividad económica con fines lucrativos sin que por ello esté sujeto a contrato, con independencia de que utilice, o no, servicio remunerado de terceros.

Se trata de un empresario individual con un régimen de cotización a la Seguridad Social. Sus principales **características** son:

- A pesar del nombre de «trabajador autónomo», es un **empresario individual**.
- Su relación con sus clientes no está sujeta a **ningún contrato** de trabajo.
- Tiene la obligación de darse de alta en el **Régimen Especial de Autónomos de la Seguridad Social**.
- Está sujeto a las **obligaciones** propias de un **empresario individual**: Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), de apertura de establecimiento, pago del IVA, etcétera.
- Tiene un **Régimen de Estimación Objetiva Singular** (REOS) en cuanto al IRPF.

Dadas sus características, esta figura es muy frecuente y adecuada cuando una persona quiere dedicarse a una actividad económica y beneficiarse de las prestaciones de la Seguridad Social.

Junto con el trabajador autónomo clásico, nuestra legislación ha creado la figura del **trabajador autónomo económicamente dependiente**, que es aquel trabajador autónomo que, no obstante su autonomía funcional, desarrolla su actividad con una fuerte y casi exclusiva dependencia económica del empresario o cliente que lo contrata, del cual proviene, al menos, el 75 % de los ingresos del trabajador.

**Importante****Pueden ser autónomos:**

- Los mayores de edad que tengan la libre disposición de sus bienes.
- Los menores de edad emancipados.
- Los menores de edad y los incapacitados, a través de sus representantes legales.

**Importante**

El término «empresario individual» hace referencia a una de las **formas jurídicas** que puede adoptar nuestra empresa. Por el contrario, el término «autónomo» se refiere a un **Régimen Especial de Afiliación a la Seguridad Social**.

**Caso práctico 5**

Miguel Estévez quiere trabajar por su cuenta dedicándose al montaje de instalaciones eléctricas, y aunque le han dicho que empresario individual y autónomo es lo mismo, él quiere ser empresario individual y constituir

la empresa Instalaciones Eléctricas MiguelES, pero le han comentado que para qué se complica la vida, que sea simplemente trabajador autónomo.

¿Es un consejo adecuado?

Solución

El problema es que la gente confunde un término con el otro. El origen viene de la expresión coloquial, al empresario individual se le llama comúnmente «autónomo». Sin embargo, son dos conceptos distintos.

Empresario individual. Forma jurídica de una empresa que, como su nombre indica, la gestiona una sola persona, con su propio NIF.

Autónomo. Régimen de la Seguridad Social al que se suelen inscribir los empresarios, sin importar la forma jurídica.

El concepto de empresario individual se refiere a la forma jurídica (es decir, ante Hacienda), mientras que autónomo se refiere al Régimen de la Seguridad Social.

Además, Miguel quiere contratar a un trabajador, trabajar para empresas públicas y privadas, dar más seguridad a sus clientes, hacerse publicidad y, en el futuro, convertir su empresa en Sociedad Limitada, esto es, dar más sensación de estabilidad y formalidad.

**Actividades**

5. Explica, desde el punto de vista de la ley, las características de un empresario individual.
6. ¿Qué es un trabajador autónomo económicamente dependiente?

3. La Sociedad de Responsabilidad Limitada

La Sociedad de Responsabilidad Limitada es aquella sociedad que puede ser constituida por uno o más socios y con un capital mínimo de 3 005,06 €, totalmente desembolsado, dividido en participaciones indivisibles y acumulables (un socio puede ser titular de varias).

Las participaciones **no pueden transmitirse libremente** a personas ajenas a la sociedad. Salvo que los estatutos dispongan otra cosa, solo se pueden transmitir al cónyuge, a los padres o hijos, o a otros socios.

La responsabilidad de los socios queda limitada al importe de su cuota de participación (responsabilidad limitada).



Vocabulario

Desembolsado. Capital efectivamente aportado por los accionistas, bien en efectivo, o bien en activos físicos o inmateriales.

Objeto social. Expresión de la actividad o actividades a las que se va a dedicar la sociedad.



Fig. 6.3. En la Sociedad Limitada el empresario solo responde con el capital inicial que puso en juego.



Caso práctico 6

Roberto Sánchez ha montado con dos amigos una empresa de cuidado de jardines (Cuijar SL), fundamentalmente para las urbanizaciones cercanas a su ciudad. Han aportado 1 500 € cada uno, y han adoptado la forma de Sociedad Limitada. Ha pasado un tiempo y, debido a una sequía persistente, se han visto con unas deudas que superan los 6 000 €, y uno de sus compañeros está pensando vender su moto para poder hacer frente a la deuda.

Roberto piensa que solo debe responder con su aportación. ¿Es así?

Solución

Al tratarse de una SL, la responsabilidad queda limitada al importe de la aportación de cada uno, por lo que en este caso, aunque teóricamente le correspondiera 1/3 de 6 000 € (2 000 €), en la práctica solo debe responder por el importe de su aportación (1 500 €).



CEO

En el Centro de Enseñanza Online (CEO) puedes encontrar un modelo de estatutos de Sociedad Limitada.



Vocabulario

Escríptura pública. Acto por el que los socios fundadores firman la escritura de constitución de la sociedad.



Fig. 6.4. Para constituir una sociedad es necesaria la escritura pública.

3.1. Constitución

La Sociedad de Responsabilidad Limitada se constituye mediante **escritura pública** (otorgada por todos los socios fundadores, por sí mismos o por medio de un representante) que se inscribirá en el Registro Mercantil, momento en el cual adquiere **personalidad jurídica**.

En la escritura de constitución deben constar los siguientes **datos**:

- La **identidad** del socio o socios.
- La **voluntad** de constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- Las **aportaciones** que cada socio realice y la numeración de las participaciones asignadas en pago.
- Los **estatutos** de la sociedad.
- La determinación del **modo concreto en que inicialmente se organice la administración**, en caso de que los estatutos prevean diferentes alternativas.
- La identidad de la persona o personas que se inicialmente encarguen de la administración y de la **representación social**.
- Aquellos **otros pactos** que se estimen convenientes, siempre que no sean contrarios a la ley.

El nombre de la sociedad habrá de incorporar la expresión «Sociedad de Responsabilidad Limitada» (SRL) o «Sociedad Limitada» (SL).

La distribución de ganancias y pérdidas se hará proporcionalmente a la cuota de participación que tenga cada socio.

3.2. Órganos de gobierno

En cuanto a los órganos de gobierno, en las Sociedades de Responsabilidad Limitada existirán los **siguientes**:

- La **junta general de socios** es el órgano de deliberación y decisión y está formada por todos los socios de la sociedad. Es el órgano principal.
- Un **administrador único**, o bien varios con facultades conjuntas, que pueden ser o no socios. Son los encargados de la gestión de la sociedad.



Claves y consejos

Los **estatutos** de la Sociedad Limitada deben contener:

- **Denominación** de la sociedad.
- El **objeto social**, determinando las actividades que lo integran.
- La **fecha del cierre del ejercicio social**.
- El **domicilio** social.
- El **capital social**, las participaciones en que se divide, su valor nominal y su numeración correlativa.
- El modo o **modos de organizar** la administración de la sociedad.

3.3. Derechos y obligaciones de los socios

La **principal obligación** del socio es la de **aportar las cantidades** a las que se hubiera comprometido.

En cuanto a sus **derechos**, los más importantes son:

- **Asistir a la junta general de socios** y participar de los acuerdos que se tomen.
- **Separar a los administradores** de su cargo por acuerdo de la junta general.
- **Revisar las cuentas** anuales y aprobarlas.
- **Recibir los beneficios** que le correspondan en función de su participación social, y en el patrimonio resultante de la liquidación de la sociedad.
- **Derecho de tanteo** en la adquisición de las participaciones de los socios salientes.

3.4. Sociedad Limitada Nueva Empresa

La Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE) se regula como una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada, en la que el capital social está dividido en **participaciones indivisibles y acumulables**.

Ha sido aprobada por Ley 7/2003, de 1 de abril, como expresión simplificada de la Sociedad de Responsabilidad Limitada. Se trata de crear un régimen societario **más sencillo** que el actual, así como de reducir al máximo el tiempo necesario para la constitución de sociedades.

El **capital social** no podrá ser inferior a **3 012 €** ni superior a **120 202 €**. Los socios no responden de las deudas sociales, y su responsabilidad está limitada al capital aportado.

No existe un número mínimo de socios, por lo que puede constituirse con un único socio. El número máximo de socios fundadores está limitado a 5, y solo pueden ser socios las personas físicas.

La constitución se realiza mediante escritura pública ante notario y deberá ser inscrita en el Registro Mercantil. Como órganos sociales, la junta general funciona igual que la SRL, y la administración podrá confiarse a un órgano unipersonal o pluripersonal. Tributan a través del **Impuesto de Sociedades**.

Aspecto importante es la posibilidad de realizar los trámites de **constitución y alta** de la misma **por medios telemáticos** y **en 48 horas** (nos referiremos a ello en la Unidad 7).



CEO

En el Centro de Enseñanza Online puedes encontrar un modelo de estatutos de la Sociedad Limitada Nueva Empresa.



Vocabulario

Tanteo. Se denomina «derecho de tanteo» al derecho de adquisición preferente de los socios de las participaciones de otro socio, frente a terceras personas ajenas a la sociedad.

Telemático. La transmisión de datos a distancia entre y por medio de ordenadores.

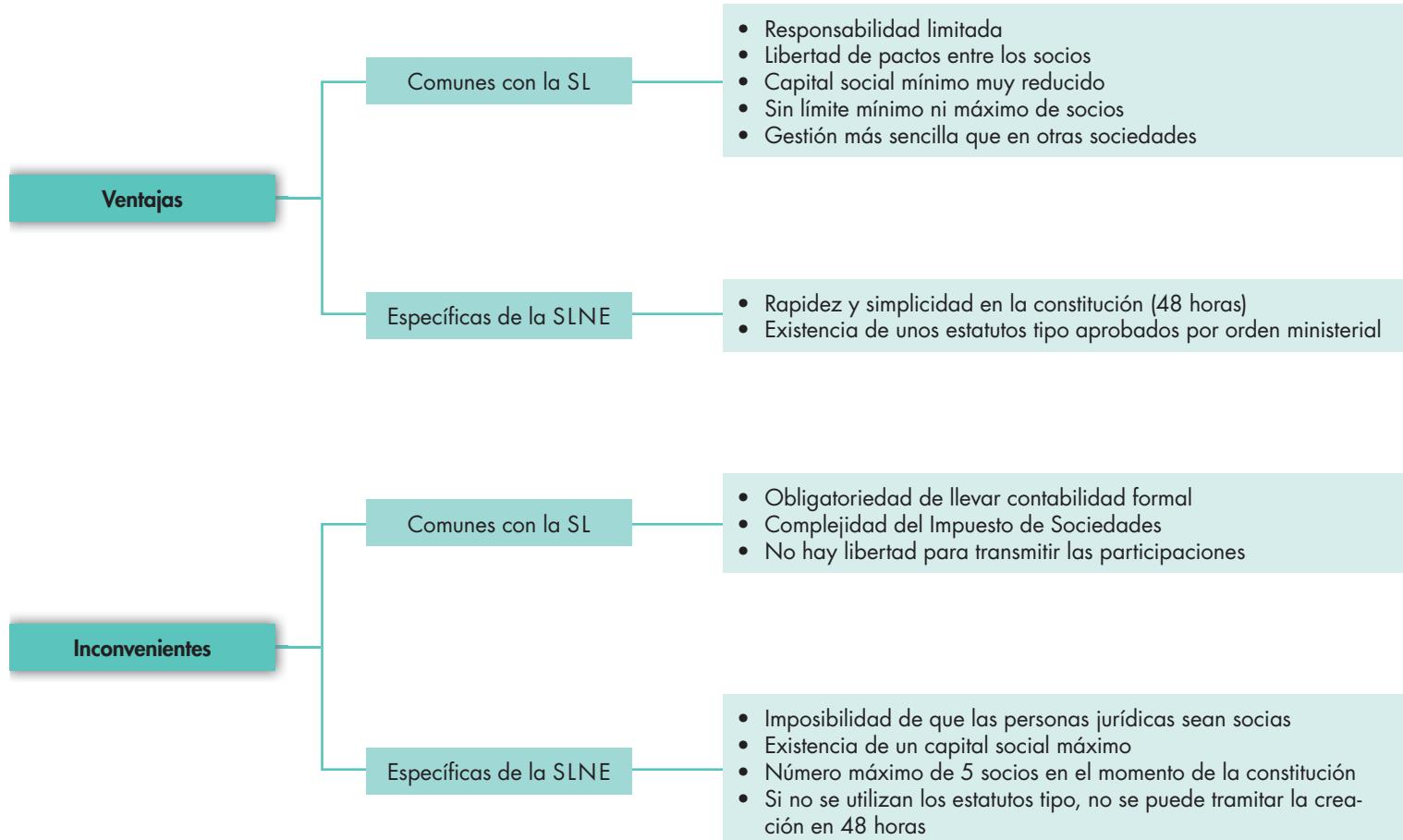


Fig. 6.5. Principales ventajas e inconvenientes de la SLNE.

4. La Sociedad Anónima

A

Vocabulario

Acción. Una acción es una parte alícuota del capital social de una Sociedad Anónima.

Alícuota. Proporcional.

La **Sociedad Anónima** es una sociedad constituida por uno o más socios, cuyo capital social es como mínimo de 60 101,21 €, y está dividido en títulos que se pueden transmitir libremente, generalmente de igual valor, denominados «acciones», no respondiendo los socios que las poseen más que del valor representado por ellas (responsabilidad limitada).

Hay que recordar que para calcular el capital social se recurre a la **fórmula** siguiente:

$$\text{Capital social} = \text{número de acciones} \cdot \text{valor nominal de cada acción}$$

En cuanto a sus **características**, podemos señalar las siguientes:

- Es una sociedad eminentemente **capitalista**. No importa la identidad de los socios, solo interesa la aportación de capital.
- El capital está íntegramente representado por **acciones**.
- La **responsabilidad** de los socios **está limitada** al valor de sus acciones.
- **Se rige democráticamente** por mayoría simple de votos.
- El capital mínimo para su constitución es de **60 101,21 €**. Debe estar íntegramente suscrito en el momento de constituirse la sociedad, es decir, debe haber un compromiso por parte de los socios para cubrir la totalidad del capital, que por lo menos ha de estar desembolsado (pagado) en un 25%.
- Aunque es factible la sociedad con un solo socio (unipersonal), lo más habitual es que la Sociedad Anónima se forme con **varios socios**.

4.1. Constitución de la sociedad

Se realizará mediante **escritura pública** y posterior inscripción en el **Registro Mercantil**, momento este en el que adquirirá personalidad jurídica.

En el nombre de la sociedad deberá figurar obligatoriamente la expresión «Sociedad Anónima», o su abreviatura, «SA».



Caso práctico 7

Manuel Fernández es socio de la sociedad Metín SA, dedicada a la informática. El capital de esta sociedad está distribuido en 1 000 acciones con un valor nominal de 100 € cada una.

¿Cuál es el capital social de la misma?

Solución

Capital social = 1 000 acciones · 100 € de valor nominal de cada acción.

Capital social = 100 000 €.

4.2. Órganos de gobierno

Los órganos de gobierno de las Sociedades Anónimas son los **siguientes**:

- La **junta general**. Es la reunión de todos los socios para deliberar y tomar acuerdos sociales por mayoría de los votos.
- Los **administradores**. Ejercen la doble función de gestión y representación. Cuando la gestión se encomienda a un grupo de personas se constituye un consejo de administración.
- Los **auditores de cuentas**. Constituyen un órgano interno de revisión de la contabilidad. Su nombramiento se hace en la junta general, y no cesarán en su cargo hasta que se celebre la junta en la que se aprueben las cuentas del ejercicio.



CEO

En el Centro de Enseñanza Online puedes ver un modelo de estatutos de Sociedad Anónima.



4.3. Obligaciones y derechos de los socios

La **principal obligación** del accionista se reduce a la de **realizar el pago de capital** correspondiente al valor de sus acciones.

En cuanto a los **derechos**, fundamentalmente son los siguientes:

- **Derecho a participar en las ganancias sociales**. La participación que se ofrece a los accionistas sobre los beneficios sociales y que se decide en la junta general se denomina «**dividendos**», que podemos definir como la ganancia correspondiente a cada acción que se produce en un año determinado.
- **Derecho a participar en el patrimonio de la sociedad**, en caso de liquidarse esta.
- **Derecho a la suscripción preferente de nuevas acciones**, en caso de ampliación de capital.



Caso práctico 8

En el ejercicio 2012, Metín SA, con un capital social dividido en 1 000 acciones, tuvo unos beneficios de 30 000 €. La junta general decidió distribuir entre los socios 24 000 € de esos beneficios.

¿Cuánto le corresponde como dividendos a Manuel si posee 10 acciones?

Solución

Dividendo por cada acción = Dividendos / n.º acciones totales.

En nuestro caso, dividendo por acción = $24\,000 / 1\,000$; es decir, 24 € de dividendo por cada acción.

Como Manuel tiene 10 acciones, le corresponde: $10 \cdot 24 = 240$ €.



Actividades

7. ¿Qué es una Sociedad Limitada?
8. ¿Cuáles son las particularidades de la Sociedad Limitada Nueva Empresa respecto a la Sociedad Limitada normal?
9. ¿Cuáles son las ventajas de este tipo de sociedades?
10. Explica las características de la Sociedad Anónima.
11. Analiza los órganos de gobierno de una Sociedad Anónima.

5. Las Sociedades Laborales



CEO

En el Centro de Enseñanza Online puedes encontrar un modelo de estatutos de la Sociedad Limitada Laboral.

Las **Sociedades Laborales** vienen reguladas por Ley 4/1997, de 24 de marzo, y son aquellas Sociedades Anónimas o Sociedades de Responsabilidad Limitada en las que la mayoría del capital social pertenece a los trabajadores que prestan en ellas sus servicios, retribuidos de forma directa y personal, y cuya relación laboral lo sea en jornada completa y por tiempo indefinido.

El capital social está dividido en **acciones nominativas** o **participaciones sociales**, y ningún socio podrá poseer un número de ellas que represente más de la tercera parte del capital social, salvo que se trate de Sociedades Laborales participadas por el Estado, las comunidades autónomas o entidades públicas locales, en cuyo caso su participación no podrá alcanzar el 50% del capital social.

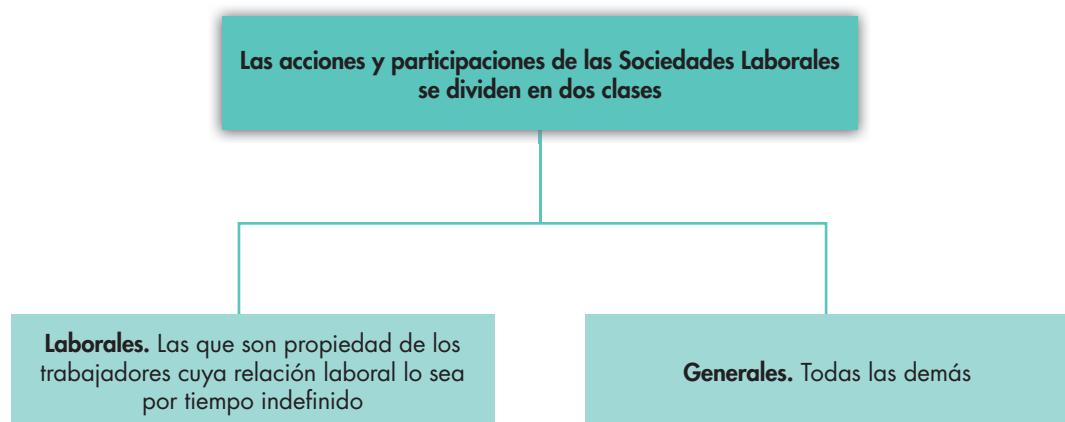


Fig. 6.7. Tipos de acciones de las Sociedades Laborales.

En una Sociedad Laboral pueden existir **tres tipos de miembros**:

- **Socios trabajadores.** Están ligados a la empresa por un contrato indefinido y a jornada completa. Prestan sus servicios a la sociedad de forma directa y personal. Son propietarios de, al menos, el 51 % del capital social.
- **Socios no trabajadores.** Son propietarios de acciones, pero no tienen relación laboral con la sociedad.
- **Trabajadores asalariados.** Estas sociedades pueden contratar trabajadores por tiempo indefinido que no sean socios (no son poseedores de acciones), pero el número de horas/año trabajadas por estos no podrá ser superior al 15 % del total de horas/año trabajadas por los socios trabajadores. Si la sociedad tiene menos de 25 socios trabajadores, el porcentaje será del 25 %.



Caso práctico 9

Ángel es socio trabajador de una Sociedad Limitada Laboral.

¿Tiene derecho a cobrar la prestación por desempleo al dejar de trabajar en la SLL?

Solución

Dado que su contrato es indefinido y a jornada completa, tendrá derecho a la prestación por desempleo siempre que cumpla los demás requisitos que marca la ley.

5.1. Constitución

La sociedad tendrá personalidad jurídica desde su **inscripción en el Registro Mercantil**, si bien para ello deberá aportarse el **certificado** que acredite que dicha sociedad ha sido calificada por el **Ministerio de Trabajo** como tal, e inscrita en el **Registro de Sociedades Laborales**.

En la denominación de la sociedad deberá figurar la indicación «Sociedad Anónima Laboral» o «Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral», o sus abreviaturas «SAL» o «SLL», según proceda.

5.2. Obligaciones

Estas sociedades tienen la obligación de constituir un **fondo especial de reserva**, dotado con un 10% de los beneficios netos de cada ejercicio, que no podrá ser repartido entre los socios, salvo en caso de liquidación de la sociedad.

La Sociedad Laboral tributa a través del Impuesto de Sociedades, y los socios trabajadores estarán afiliados al Régimen General o a alguno de los Regímenes Especiales de la Seguridad Social, según proceda.

En lo no previsto en la Ley de Sociedades Laborales, estas se regirán por las normas correspondientes a las Sociedades Anónimas o a las Sociedades de Responsabilidad Limitada, según la forma que ostenten.



¿Sabías que...?

Las Sociedades Laborales **crean empleo** desde su constitución, y facilitan el acceso de los trabajadores a los medios de producción. Además, estos participan en los **beneficios de la entidad** por su condición de socios laborales. Son consideradas entidades de **economía social**.

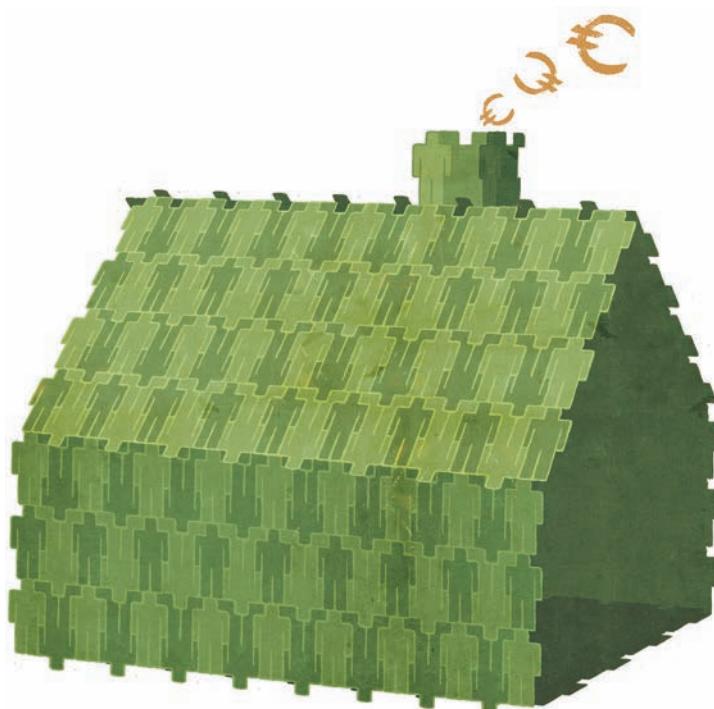


Fig. 6.8. En las Sociedades Laborales el capital social pertenece a los trabajadores.



Caso práctico 10

La empresa Piedras de Villamayor SLL, con un capital social de 50 000 €, ha tenido unos beneficios durante el ejercicio de 10 000 €, y uno de los socios propone repartirlos entre los socios.

¿Puede hacerse?

Solución

No. Hay que respetar el 10% de los beneficios para el fondo especial de reserva.

Solo se pueden repartir: $10\,000 \cdot 90\% = 9\,000 \text{ €}$

6. Las Sociedades Cooperativas



Fig. 6.9. Las Sociedades Cooperativas están formadas por socios que se unen para solucionar sus necesidades económicas y sociales en común.

La **Sociedad Cooperativa** se define como un grupo de personas, físicas o jurídicas, que, con **capital variable** y bajo una **estructura y gestión democráticas**, se asocian a través de una empresa, en régimen de **libre adhesión** y **baja voluntaria** (principio de puertas abiertas), para solucionar sus necesidades económicas y sociales en común, asumiendo riesgos y compartiendo beneficios una vez atendidos los fondos comunitarios.

En cuanto a las **características**, las más importantes son:

- La **gestión y el gobierno de las Cooperativas** corresponde exclusivamente a estas y a sus socios.
- El **capital es variable**, ya que puede aumentar o disminuir en función del número de socios.
- **Libre adhesión y baja** de los socios.
- Funcionan de forma **democrática**: cada miembro tiene un voto, con independencia de su aportación.
- Los socios no responderán personalmente de las deudas sociales (**responsabilidad limitada**), salvo disposición en contrario de los estatutos, que deberán señalar, para este caso, el alcance de la responsabilidad.
- Las Cooperativas **no tienen ánimo de lucro**, sino que persiguen otros fines de interés económico y social; por ello, si hay excedentes, una vez atendidos los fondos comunitarios, estos deben ser repartidos de forma equitativa entre sus miembros en función de las actividades que realizan, y no en función del capital aportado.

6.1. Clases de Cooperativas

Las Cooperativas se clasifican como de **primer grado**, cuando sus socios son **personas físicas o jurídicas**, y de **segundo o ulterior grado**, cuando están constituidas por **dos o más Cooperativas** de la misma o distinta clase.

La ley recoge **doce tipos de Cooperativas de primer grado**: de **trabajo asociado**, de **consumidores y usuarios**, de **viviendas, agrarias**, de **explotación comunitaria de la tierra**, de **servicios**, del **mar**, de **transportistas**, de **seguros**, **sanitarias**, de **enseñanza**, de **crédito**.

Por su importancia como entidades de economía social, vamos a centrarnos en las Cooperativas de trabajo asociado.

6.2. Las Cooperativas de Trabajo Asociado

Las Cooperativas de Trabajo Asociado, al igual que las Sociedades Laborales, son un tipo de empresas que surgen como resultado de la **capacidad de auto-organización** de los propios trabajadores, y responden a iniciativas para **hacer frente al desempleo**.

Las **Cooperativas de Trabajo Asociado** son aquellas que asocian al menos a tres personas naturales (con nombres y apellidos) para desarrollar una actividad, cuyo objeto es proporcionar puestos de trabajo a los socios para producir en común bienes o servicios para vender a terceros.

En este tipo de Cooperativa la cualidad de **socio** va indisolublemente unida a la de **trabajador** al servicio de la Cooperativa, ya que lo realmente importante es la **prestación laboral del socio**.

En una Cooperativa de Trabajo Asociado se admiten una serie de figuras: **socios**, **socios colaboradores** y **trabajadores por cuenta ajena**, si bien las dos últimas figuras pueden no darse.

@
Web

www.coceta.coop

Visita la página de la Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado.

O A. Los socios

Para formar una Cooperativa de Trabajo Asociado se necesitan **como mínimo tres socios**. Estos solo pueden ser **personas físicas**.

Para ser admitidos como socios han de cumplir unos **requisitos**, como son:

- **Ser mayor de 16 años.**
- **Aportar la cantidad mínima obligatoria fijada en los estatutos** (normalmente, el 25% de la aportación).
- **Pasar el periodo de prueba** previsto en los estatutos, y que en general no será superior a seis meses.

O B. Socios colaboradores

Aportan capital social, y **sus aportaciones no pueden superar las sumas de las de los socios trabajadores**, siendo incompatible ser a la vez socio trabajador y socio colaborador. Poseen las siguientes características:

- Los socios colaboradores **no tienen derecho a retorno cooperativo**, pero sí a un interés por sus aportaciones; este interés no será inferior al percibido por los socios, ni superior en más de 6 puntos al interés legal del dinero.
- Los socios colaboradores **no podrán ser nombrados miembros del consejo rector**, ni del comité de recursos, ni intervenentes. Sí podrán asistir a la asamblea general, con voz y un número de votos a ellos correspondientes (sumados entre sí), que en conjunto no supere el 30% de los votos de los órganos sociales de la Cooperativa.
- En el supuesto de baja, tendrán **derecho al reembolso** de sus aportaciones al capital social. El plazo de reembolso no excederá de cinco años a partir de la fecha de baja o, en su caso, del plazo mínimo de permanencia obligatoria en la Cooperativa.

O C. Trabajadores por cuenta ajena

La Cooperativa puede contratar trabajadores por cuenta ajena, que **no podrán superar el 30% del total de horas/año realizadas por los socios trabajadores**. Si la Cooperativa cumple con los requisitos para estar especialmente protegida (a efectos fiscales), el número de trabajadores asalariados contratados por tiempo indefinido no podrá exceder del 10% del total de los socios.

O D. Órganos de gobierno

Los órganos que se ocupan del gobierno y control de la Cooperativa son: la **asamblea general**, el **consejo rector**, los **interventores** y el **comité de recursos** (Fig. 6.10).

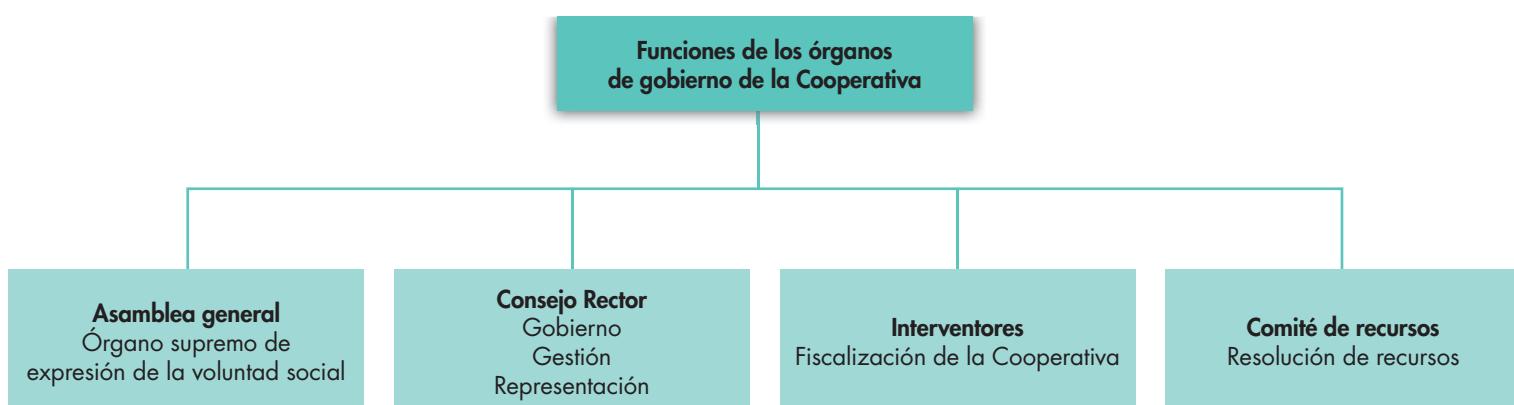


Fig. 6.10. Órganos que se ocupan del gobierno y control de la Cooperativa.

Importante

Los **socios** tienen como **derechos específicos**, aparte de los propios de cualquier otra Cooperativa:

- Derecho a percibir, en plazo no superior al mes, **anticipos laborales** a cuenta de los resultados finales del ejercicio económico (equivalente al salario para estos socios trabajadores).
- Derecho a **vacaciones, permisos y descansos**, en los términos previstos en la ley y en los estatutos, así como a disfrutar de los beneficios de la Seguridad Social, pudiendo optar por el Régimen General o el Régimen Especial de Autónomos.
- Derecho al **reembolso de sus aportaciones** cuando causen baja.



Vocabulario

Retorno cooperativo. Es el reparto entre los socios en proporción a su actividad cooperativizada, nunca en proporción a su participación en el capital social.

○ E. Capital

El capital social estará constituido por las **aportaciones obligatorias y voluntarias** de los socios y, en su caso, de los socios colaboradores. En los estatutos se fijará el capital social mínimo, puesto que no está legalmente establecido el límite máximo ni mínimo para formar este capital social.

Las aportaciones se acreditarán mediante **títulos nominativos**, que en ningún caso tendrán la consideración de títulos valores (no son acciones).

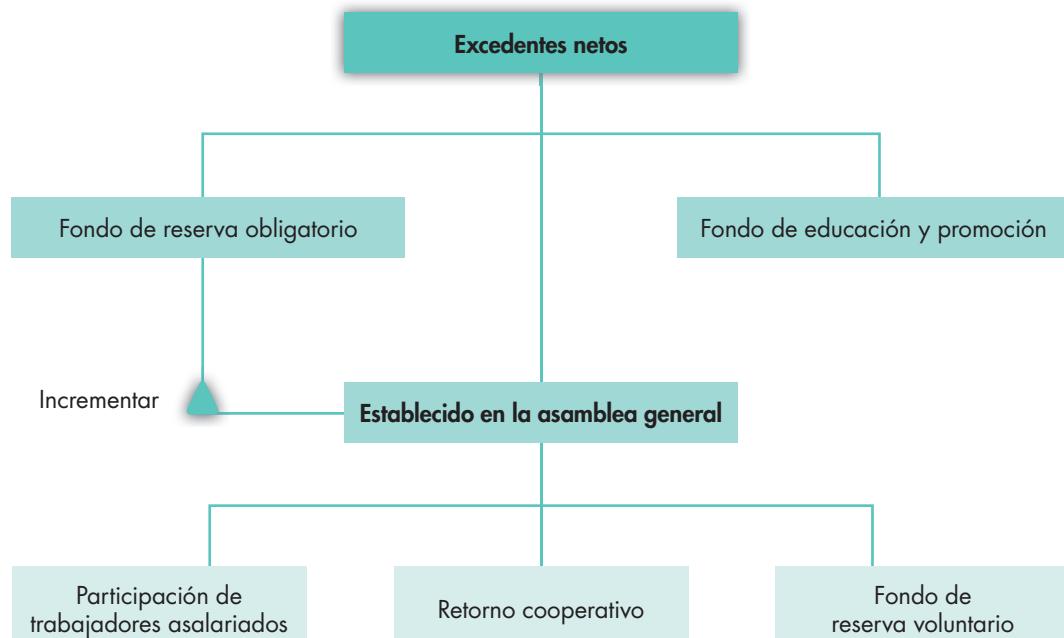
El importe total de las aportaciones de cada socio **no puede exceder del 25%** del capital social.

Las aportaciones de capital pueden ser obligatorias o voluntarias. Las primeras están establecidas en los estatutos, donde se fija la aportación obligatoria mínima para ser socio, que deberá desembolsarse, inicialmente, al menos en un 25%; el resto se desembolsará en la forma y plazos previstos por los estatutos o por la asamblea general. Las aportaciones voluntarias se acuerdan por la asamblea general y deberán desembolsarse totalmente en el momento de la suscripción.

Al **cierre del ejercicio económico**, el consejo rector confeccionará el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, la memoria explicativa, y la propuesta de distribución de excedentes o ganancias, así como el destino de los beneficios extracooperativos o de la imputación de las pérdidas.

Los **excedentes netos** del ejercicio económico, una vez deducidos los impuestos, se aplicarán a los siguientes fines:

- Al **fondo de reserva obligatorio**, destinado a la consolidación, desarrollo y garantía de la Cooperativa.
- Al **fondo de educación y promoción**, destinado a actividades de formación y educación de los socios.
- El resto de los excedentes se puede aplicar, según lo establezca la asamblea general, a **retorno cooperativo**, a la participación de los trabajadores asalariados en los beneficios de la Cooperativa (equivalente al 25% del retorno obtenido por un socio trabajador con actividad similar o igual), a incrementar el fondo de reserva obligatorio, o a la creación de un fondo de reserva voluntario.



¿Sabías que...?

En los medios cooperativos se ha preferido hasta ahora hacer uso del término «distribución de excedentes», en contraposición al de «**distribución de beneficios**», con el propósito de diferenciar de este modo las Cooperativas de las Sociedades Mercantiles.



Actividades

12. ¿Qué son las Sociedades Laborales?
13. ¿Qué tipos de miembros pueden existir en una Sociedad Laboral?
14. Explica las características principales de una Cooperativa.
15. ¿Cuáles son los principales órganos de gobierno de una Cooperativa de Trabajo Asociado?

Fig. 6.11. Posible distribución de los excedentes.

● 7. Las Comunidades de Bienes y las Sociedades Civiles

Según nuestra legislación, hay **comunidad** cuando la propiedad de una cosa o de un derecho pertenece proindiviso a varias personas.

La **Comunidad de Bienes** es un tipo de propiedad con las siguientes **características**, recogidas en el Código Civil, artículos 392 a 406:

- Unidad de la cosa.
- Pluralidad de sujetos.

El número **mínimo de socios (comuneros)** es de **dos**, y estos responden con todo su patrimonio (**responsabilidad ilimitada**), sin que exista un capital social mínimo para su constitución.

Esta es una forma jurídica válida si el negocio es **simple** y requiere **poca inversión**.

La denominación de la comunidad constará del nombre completo del primer comunero seguido de la expresión «y otros», y de las siglas «CB».

Por lo que hace referencia a su **régimen tributario**:

Es la comunidad como tal la que debe darse de alta,
y no cada uno de los miembros, en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

No tributan por el Impuesto de Sociedades, al no tener personalidad jurídica, pero sí lo debe hacer cada comunero, en su parte proporcional, por los beneficios que obtenga la sociedad (rendimiento de actividades empresariales) en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)

Debe declararse de forma conjunta por toda la comunidad
el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)

En relación con su **régimen laboral**, los trabajadores por cuenta ajena de una comunidad deben darse de alta en la Seguridad Social en el Régimen General; no así los comuneros que aporten trabajo a la comunidad, que deben darse de alta como autónomos. Los que solamente aportan capital no se computan como trabajadores y, por tanto, no deben darse de alta.

Otra figura parecida son las **Sociedades Civiles particulares**:

Una **Sociedad Civil particular** es aquella por las que dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria, con ánimo de partir entre sí las ganancias.

La **diferencia** entre Sociedad Civil y Comunidad de Bienes consiste en que la primera tiende a la obtención de un beneficio común y partible, y la segunda a la mera conservación y al aprovechamiento de un bien común.

A

Vocabulario

Proindiviso. Cuando la propiedad de una cosa o un derecho pertenece a varias personas en común sin división entre las mismas.



Fig. 6.12. Cuando la propiedad de una casa o un derecho pertenece proindiviso a varias personas se dice que hay «comunidad».

CEO

En el Centro de Enseñanza Online puedes encontrar un modelo de contrato de Sociedad Civil.

8. La franquicia



Web

www.franquicias.es



Visita esta página de franquicias y coméntala con tus compañeros.

La **franquicia** es un contrato entre dos partes, una empresa o profesional (franquiciador) y otra empresa o profesional (franquiciado), mediante el cual el primero cede al segundo el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios, y el segundo, a cambio, entrega una contraprestación económica.

8.1. Aportaciones y contraprestaciones

El **franquiciador aporta** un **producto** o servicio (lo suficientemente rentable, conocido y diferenciado de los demás), una **marca** (en sentido amplio: marca, enseña, razón social, nombre comercial, signos y símbolos; logotipo, etc.) y un **Know How** o «saber hacer», esto es, el modo, forma y manera de gestionar y dirigir ese negocio.

El **franquiciado recibe** el **producto** + la **marca** + el **Know How** a través de una **licencia** para la explotación en exclusiva de ese negocio en una determinada zona geográfica. A cambio entrega una contraprestación económica llamada «**canon de entrada**», y después, de forma periódica, seguirá entregando otras cantidades de dinero denominadas «**Royalty**» y «**canon de publicidad**».

Por tanto, el franquiciador disfruta de una serie de **ventajas** al obtener la franquicia:

- Expansión rápida.
- Muy poca inversión.
- Conocimientos del mercado local.
- Ingresos más estables.

Pero hay también una serie de **inconvenientes** de la franquicia para el franquiciador:

- Conflictos.
- Menores ingresos.

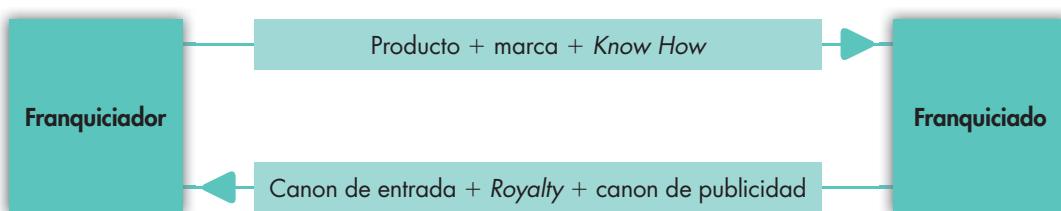


Fig. 6.13. Funcionamiento de la franquicia.



Caso práctico 11

María ha visto la posibilidad de montar un centro de estética a través de una franquicia que se ha anunciado en el periódico de su localidad. El anuncio habla de todas las ventajas que ofrece adherirse a la empresa franquiciadora, pero no dice nada de lo que puede costar.

¿Cuál sería la aportación que ella debería hacer?

Solución

María deberá entregar inicialmente una cantidad de dinero en concepto de canon de entrada, y periódicamente otras cantidades de dinero: *Royalty* (porcentaje de lo que facture), así como un canon de publicidad para ayudar a sufragar los gastos de publicidad.

8.2. Algunas cuestiones sobre franquicias

La **duración** del contrato de franquicia lo determinan las partes en el contrato, pero siempre ha de ser por un periodo de tiempo tal que permita al franquiciado **amortizar** la inversión realizada. Además, el contrato, en la mayoría de los casos, suele tener una cláusula de renovación automática por un periodo de tiempo determinado.

Las empresas del franquiciado y la del franquiciador son totalmente **independientes**, y el franquiciado puede tener la certeza de que en su zona de influencia no se establecerá ninguna franquicia más del mismo franquiciado. La **zona de influencia** se pacta en el contrato de franquicia. No obstante, el franquiciado **no tiene libertad para dirigir su empresa**, tiene que ajustarse al **Know How** que le ha comunicado el franquiciador; este es **obligatorio** para el franquiciado y no debe tomarse como un simple manual orientativo.

El franquiciador puede **inspeccionar** la empresa del franquiciado, fundamentalmente por **dos razones**:

- Para comprobar que está **siguiendo el método** y las instrucciones contenidas en el **Know How**.
- Para comprobar que la **facturación** que el franquiciado ha comunicado al franquiciador es la correcta, ya que el **Royalty** y el canon de publicidad se pagan en función de la facturación.

El franquiciado debe pagar un canon de publicidad que tiene como objetivo constituir un fondo destinado a la realización de **campañas de publicidad** que redunden en beneficio de toda la cadena. Por ello se aconseja que el franquiciador facilite una información detallada de los importes recaudados y el destino que se haya dado a dichos fondos.

Como otras cláusulas, suele ser habitual que se pacte en el contrato de franquicia que el franquiciado, una vez finalizado el contrato, **no podrá crear un negocio de parecidas características** durante un determinado periodo de tiempo. De no pactarse esta cláusula, el antiguo franquiciado podría aprovecharse de lo aprendido y aplicar a su nueva empresa el **Know How** del franquiciador, lo cual se considera como una competencia desleal.

Veamos como ejemplo los datos de la franquicia de comida rápida Subway (Tabla 6.3):

Datos económicos	
Canon inicial	7 500 €
Royalty	8 %
Canon de publicidad	3,5 %
Tipo de inversión requerida	Inversión baja
Inversión total necesaria	1 600 € por m ²

Tabla 6.3. Ejemplo de franquicia. Hostelería y comida rápida Subway.



Actividades

16. Explica las diferencias y semejanzas entre una Comunidad de Bienes y una Sociedad Civil.
17. ¿Qué es una franquicia?
18. ¿Qué es el Know How?

¿Sabías que...?

Los **orígenes de la franquicia** en España se remontan a principios de los **años 60**, cuando empresas de origen francés como Pingouin Esmeralda, Descamps o Rodier introdujeron sus cadenas de establecimientos de lanas para labores, ropa de hogar y moda, respectivamente.

Evolución de las cadenas de franquicias en España

Año	Número de franquiciadores
1970	19
1980	47
1985	77
1990	195
1995	281
2000	541
2010	900



¿Sabías que...?

La Sociedad Colectiva y la Sociedad Comanditaria en la actualidad son casi inexistentes y apenas se utilizan. De ahí que no se hayan explicado en profundidad a lo largo de la unidad.

9. ¿Qué forma jurídica es conveniente para mi empresa?

En los apartados anteriores has estudiado detalladamente las características de las distintas formas jurídicas existentes para constituir una empresa.

A continuación te presentamos dichas características sintetizadas y sistematizadas, para que puedas establecer una **comparación** entre los distintos tipos de empresa y decidir cuál es el que se ajusta más a tus necesidades y aspiraciones. Recuerda que es una decisión importante, y debes analizar los pros y los contras de todas las opciones.

Empresario individual	Persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional
Sociedad Limitada	Sociedad de carácter mercantil cuyo capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden incorporarse a títulos negociables ni denominarse acciones, limitándose la responsabilidad de los socios al capital aportado
Sociedad Limitada Nueva Empresa	Es una especialidad de la Sociedad Limitada. Es más sencilla y reduce el tiempo de constitución
Sociedad Anónima	Sociedad cuyo capital está dividido en acciones que se pueden transmitir libremente y bajo el principio de responsabilidad limitada y no personal de los socios por las deudas sociales
Sociedad Laboral	Son SA o SL cuyo capital pertenece mayoritariamente a los trabajadores que prestan sus servicios en forma personal y directa, cuya relación laboral lo sea por tiempo indefinido
Cooperativa de Trabajo Asociado	Son las que proporcionan a sus socios puestos de trabajo, mediante su esfuerzo personal y directo, a tiempo parcial o completo, a través de una organización en común de la producción de bienes y servicios para terceros
Comunidad de Bienes	Contrato por el que la propiedad de una cosa o un derecho pertenece proindiviso a varias personas
Sociedad Civil	Sociedad por la que dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria con ánimo de partir entre sí las ganancias
Sociedad Colectiva	Sociedad de carácter personalista, que funciona en nombre colectivo de todos los socios y bajo su responsabilidad ilimitada y solidaria
Sociedad Comanditaria	Sociedad compuesta por socios colectivos con responsabilidad ilimitada y socios comanditarios con responsabilidad limitada, que se comprometen a participar en una actividad mercantil dirigida exclusivamente por los socios colectivos

Fig. 6.14. Descripción de las distintas formas jurídicas de una empresa.

Forma jurídica	Número de socios	Responsabilidad	Capital	Órganos directivos	Constitución
Empresario individual	1	Ilimitada	No existe mínimo	El titular	DNI Inscripción voluntaria en el Registro Mercantil
Sociedad Limitada	Mínimo: 1	Limitada	3 005,06 €	Junta general y administración unipersonal o pluripersonal	Escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil
Sociedad Limitada Nueva Empresa	Entre 1 y 5	Limitada	Mínimo: 3 012 € Máximo: 120 202 €	Junta general y administrador o consejo de administración	Escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil
Sociedad Anónima	Mínimo: 1	Limitada	60 101,21 €	Junta general y administrador o consejo de administración	Escritura Pública e inscripción en el Registro Mercantil
Sociedad Laboral	Mínimo: 3	Limitada	SLL: 3 005,06 € SA: 60 101,21 €	SLL: como la SL SAL: como la SA	Escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil. Inscripción en el Registro de Sociedades Laborales
Cooperativa de Trabajo Asociado	Mínimo: 3	Limitada salvo disposición contraria de los estatutos	No	Asamblea general, consejo rector e interventores	Escritura pública e inscripción en el Registro de Cooperativas
Comunidad de Bienes	Mínimo: 2	Ilimitada	No	Todos los comuneros	Contrato verbal o escrito
Sociedad Civil	Mínimo: 2	Ilimitada	No	Todos los socios	Contrato verbal o escrito
Sociedad Colectiva	Mínimo: 2	Ilimitada	No existe mínimo	Administradores. Un socio, varios o todos en conjunto	Escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil
Sociedad Comanditaria	Mínimo: 2	Ilimitada para los socios colectivos y limitada para los socios comanditarios	No existe mínimo	Los socios colectivos	Escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil

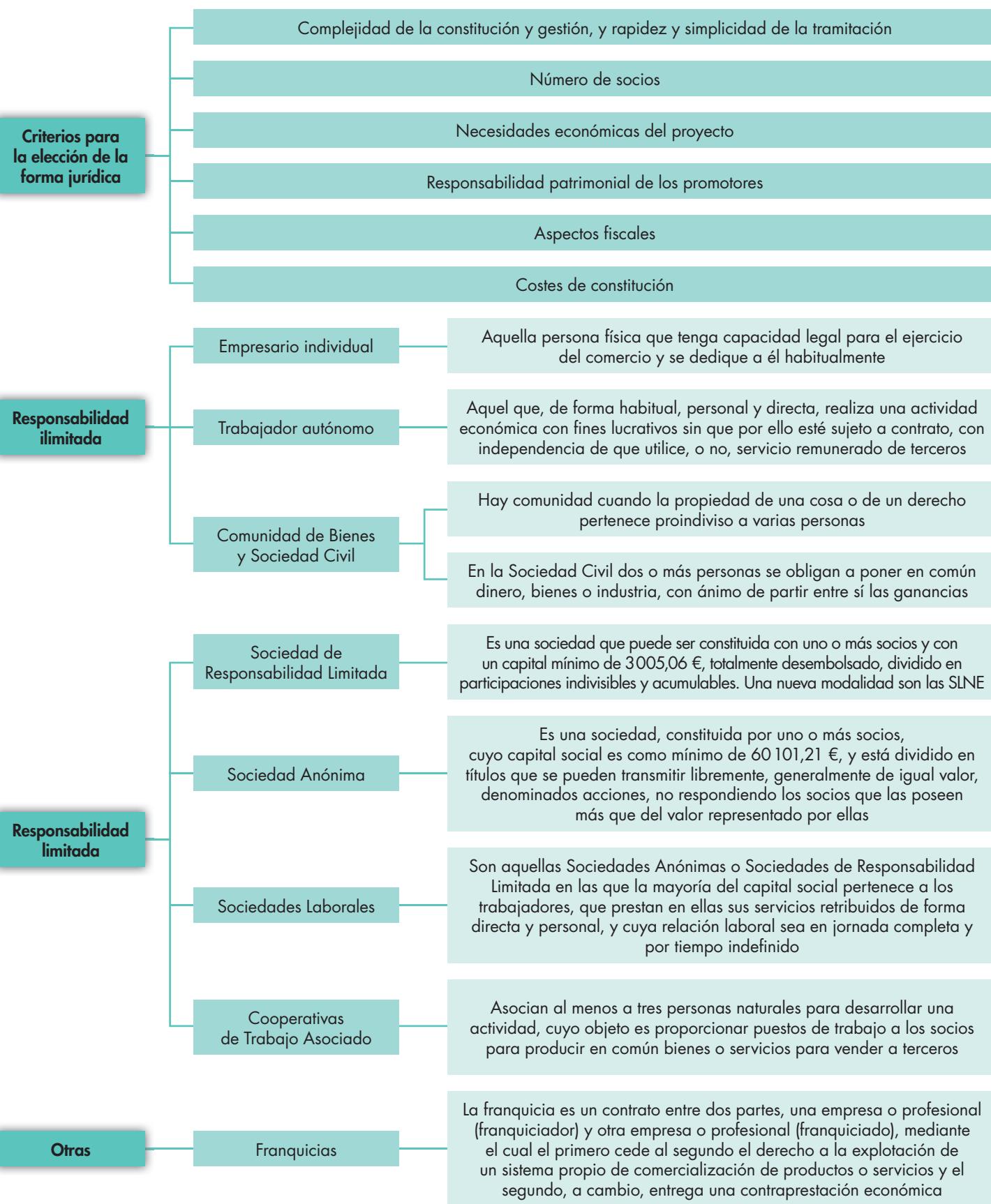
Tabla 6.4. Síntesis de las principales características de las distintas formas jurídicas.



Fig. 6.15. El emprendedor debe llevar a cabo un profundo estudio sobre qué forma jurídica le conviene más para su futuro negocio.



Síntesis





Test de repaso

1. La responsabilidad limitada significa:

- a) Que los socios responden solo con su aportación.
- b) Que los socios responden con todos sus bienes.
- c) Que los socios no responden de nada.
- d) Que los límites a la responsabilidad de los socios los marcan los estatutos de la Sociedad.

2. Señala la responsabilidad legal en las siguientes formas jurídicas:

- a) Empresario individual.
- b) Sociedad Limitada.
- c) Sociedad Anónima.
- d) Sociedad Laboral.
- e) Comunidad de Bienes.

3. El número mínimo de socios en una Sociedad Limitada es de:

- a) 1.
- b) 2.
- c) 3.
- d) 4.

4. Para ser empresario individual hay que tener un capital social mínimo de:

- a) 60 101,21 €.
- b) 3 005,06 €.
- c) No hay capital social mínimo.
- d) 120 202 €.

5. El empresario individual paga:

- a) El Impuesto de Sociedades.
- b) Solo el IVA.
- c) No paga impuestos.
- d) El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

6. Los órganos de gobierno de una Sociedad Limitada son:

- a) Consejo de administración, junta general y comité de recursos.
- b) Junta general y administradores.
- c) Junta general, consejo de administración e intervenidores.
- d) Los socios se reúnen cuando quieren y toman decisiones.

7. La Sociedad Limitada Nueva Empresa:

- a) Tiene un máximo de 5 socios.
- b) El capital social mínimo es de 3 012 €.
- c) Tributan por el Impuesto de Sociedades.
- d) Todas las anteriores son correctas.

8. La reunión de todos los socios de una Sociedad Anónima para deliberar y tomar acuerdos la conforman:

- a) Los administradores.
- b) La junta general.
- c) Los auditores de cuentas.
- d) El consejo rector.

9. Las Sociedades Laborales pueden ser:

- a) Colectivas y Limitadas
- b) Anónimas y Colectivas.
- c) Anónimas y Limitadas.
- d) Limitadas y Cooperativas.

10. Los miembros de una Comunidad de Bienes se denominan:

- a) Comunitarios.
- b) Comuneros.
- c) Socios.
- d) Asociados.

11. El Know How hace referencia a:

- a) La publicidad.
- b) El servicio.
- c) La marca.
- d) El saber hacer.

12. El retorno cooperativo es:

- a) Lo que devuelve Hacienda a los socios de las Cooperativas.
- b) El reparto entre los socios de los beneficios.
- c) Un fondo dedicado a la formación y promoción de los socios.
- d) Un fondo de reserva obligatorio.



Comprueba tu aprendizaje

Analizar las diferentes formas jurídicas de la empresa

1. Analiza los diferentes factores que hay que tener en cuenta en la elección de la forma jurídica.
2. Localiza información en Internet sobre el tipo de empresa que más se constituye en nuestro país. Realiza un coloquio para compartir la información con tus compañeros.
3. Confecciona un cuadro que recoja los factores diferenciadores que hay que considerar en función del tipo de empresa.
4. ¿Cuáles son los factores que un emprendedor tiene que considerar para elegir la forma jurídica de su negocio?
5. ¿Cómo influye el capital social y el número de socios en la elección de la forma jurídica?
6. Cita las principales características del empresario individual.
7. José Manuel, que tiene 16 años, quiere ser empresario individual. ¿Puede? Justifica la respuesta y compárala con la de tus compañeros.
8. Busca en Internet qué es una Sociedad Colectiva Irregular.
9. Redacta los estatutos de una Sociedad de Responsabilidad Limitada simulada.
10. Efectúa un esquema que relacione y diferencie las distintas formas jurídicas.
11. ¿Cuáles son las notas características de las Sociedades Anónimas?
12. Describe las funciones de los órganos de gobierno de las Sociedades Anónimas.
13. ProWeb SA, que elabora páginas web, tiene un capital de 100 000 € dividido en 500 acciones. ¿Cuál es el valor nominal de cada acción?
14. César, socio de ProWeb SA tiene 100 acciones. Si en el año 2012 ha tenido la Sociedad unos beneficios de 100 000 €, y la junta general decidió repartir en dividendos 75 000 €, ¿qué cantidad le corresponde a César en función de sus acciones?
15. Consulta los estatutos de una Cooperativa y coméntalos en clase, analizando sus elementos característicos.
16. ¿Cómo se pueden distribuir los excedentes netos en una Cooperativa de Trabajo Asociado?
17. Señala las diferencias fundamentales entre las Sociedades Laborales y las Cooperativas de Trabajo Asociado.
18. La empresa del franquiciado y la del franquiciador ¿son la misma?

19. Cita algunas ventajas de las franquicias.

20. Entra en alguna de estas páginas, elige tu sector económico y compara datos como: canon de entrada, Royalty, población...

- www.franquicias.es
- www.infofranquicias.com
- www.buscafranquicias.com

21. Escoge el sector que más se ajuste a tu perfil profesional, haz un estudio en profundidad y elige la franquicia que, según tu opinión, sea mejor.

22. Completa la siguiente tabla:

Forma jurídica	N.º mínimo de socios	Responsabilidad	Capital mínimo	Órganos
	Entre 1 y 5	Limitada		
Sociedad Anónima				Junta general, Consejo de Administración
	3		3 005,06 o 60 101,21	
		Limitada	3 005,06	
	1			El titular

23. Entra en el sitio web de la Seguridad Social y busca información sobre el tratamiento que recibe el trabajador autónomo.

www.seg-social.es

The screenshot shows the official website of the Spanish Social Security (Seguridad Social) with a header in Spanish. Below the header, there's a banner with the text "Basta en España para el pago del Ministerio de Trabajo e Inmigración con acceso a su página web. Encuéntrelo en nuestra versión". The main menu includes links like 'Inicio', 'Mapa Web', 'Ayuda', 'Glosario', 'Accesibilidad', 'Información Lingüística', 'Selección de idiomas', and a search bar. The page content is in Spanish and discusses the treatment of self-employed workers, featuring sections for 'Trabajadores', 'Pensionistas', and 'Empresarios'. It also lists news items such as 'Solicitud Tarjeta Sanitaria Europea (TSE)', 'Nueva Imagen de la Web de la Seguridad Social', 'Actualización Guía Coriza 2011', 'Aplicación del Convenio Multilateral Iberoamericano por la República de Chile', and 'Sellos Excelencia Europea +500 a la Dirección Provincial de la TGSS de Valladolid'. On the right side, there are links to 'SEDE ELECTRÓNICA', 'SISTEMA RED', 'AUTOCÁLCULO JUBILACIÓN', 'AULA DE LA SEGURIDAD SOCIAL', 'REVISTAS SEGUROACTIVA', and a sidebar with links to 'Acceso Sistema RED on-line', 'Certificados digitales', 'Compra y venta de inmuebles', 'Fondo de reserva', 'Internacional', 'Investigación social. FIPROS', 'Prestación de contratación', 'Servicios de gestión de datos para las Administraciones Públicas', 'Subastas de bienes embargados', and 'Tarjeta Sanitaria Europea'.



Comprueba tu aprendizaje

Especificar el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida

24. Analiza cuál es el significado de «responsabilidad» en el ámbito de la empresa.

25. Reflexiona acerca de los posibles tipos de responsabilidad que puede asumir un emprendedor en función de la forma jurídica que elija.

26. Pedro Gutiérrez es un empresario individual que ha cerrado su empresa porque sus deudas han alcanzado los 9 000 €. ¿Tiene esto alguna repercusión sobre su patrimonio particular?

27. Mamen y Javier quieren montar una Sociedad Limitada dedicada a la enseñanza de idiomas, y cada uno va a aportar 1 300 €. ¿Es esto posible?

Mamen tiene una casa en un barrio de Salamanca que le han valorado en 80 000 €, y tiene miedo a que si la sociedad va mal, tenga que vender su piso para hacer frente a las posibles deudas. ¿Es cierto? Justifica la respuesta.

28. Fátima quiere crear una pequeña empresa, dedicada a la venta de artículos de regalo para bodas, ser la única propietaria y no arriesgar su patrimonio, ya que sus padres le han regalado un pequeño apartamento en su barrio.

Por grupos, decidid cuál sería la mejor elección.

29. Elabora un cuadro comparativo entre las Sociedades Limitadas y las Sociedades Limitadas Nueva Empresa, haciendo especial énfasis en su grado de responsabilidad, comparado con otro tipo de formas jurídicas.

30. Debate en clase la siguiente afirmación: «Las Sociedades Laborales y las Cooperativas de Trabajo Asociado son una forma de crear empleo».

31. Teniendo delante el cuadro comparativo de las diferentes formas jurídicas, analiza si existe alguna forma jurídica en la que los diferentes socios pueden tener también diferente tipo de responsabilidad.

Diferenciar el tratamiento fiscal establecido para las diversas formas jurídicas de la empresa

32. Justifica si es cierto o falso:

- El tipo impositivo del IS es del 30% siempre.
- IRPF significa «Impuesto Regular del Patrimonio de los Funcionarios».
- El tipo impositivo del IRPF es del 15%.

33. Compara la fiscalidad de las diferentes formas jurídicas.

34. Uno de los elementos que debemos considerar a la hora de elegir la forma jurídica es el aspecto fiscal.

Busca en la página web de la Agencia Tributaria los porcentajes que tienen que pagar los diferentes tipos de empresas y responde en grupo a estas preguntas:

- Un empresario individual, ¿cuanto más gane, más porcentaje paga a Hacienda?
- Una Sociedad Limitada, ¿cuanto más gane, más porcentaje paga a Hacienda?

35. Samuel Sánchez tiene un pequeño taller de reparación de motos como empresario individual. Tiene 20 años y se acaba de independizar, por lo que vive en un apartamento alquilado muy cerca de su taller.

Así pues, no tiene más ingresos, de momento, que las reparaciones que ha ido realizando, y que el año pasado le reportaron unos ingresos de 35 000 €.

Ha pagado por el IRPF 5 250 € y, como le parece una barbaridad, se pregunta si no le sería más rentable constituirse en Sociedad Limitada para no pagar más que el Impuesto de Sociedades.

Analízalo con tus compañeros y responde con la mayor fidelidad posible.

36. A lo largo de la unidad hemos utilizado las expresiones «Estimación Directa» y «Estimación Objetiva». Aunque se trata de conceptos que se desarrollarán en profundidad en la Unidad 8, en pequeños grupos, y como avance, busca estos conceptos y coméntalos con tus compañeros.

37. Con ayuda de un motor de búsqueda, Google o similar, busca diferentes exenciones, bonificaciones y deducciones a las que pueden acceder las Sociedades Laborales.

38. En una Comunidad de Bienes, ¿cuál es el régimen tributario de los comuneros?

39. ¿Cuáles son las características principales del régimen tributario de las Comunidades de Bienes? ¿Son suficientemente atractivas frente a otras formas de empresa?

Analízalo en pequeños grupos para posteriormente debatirlo todo con la ayuda del profesor.

40. Elabora un cuadro comparativo de las Sociedades Laborales y de las Cooperativas de Trabajo Asociado.



Plan de empresa

Una vez que hemos analizado la idea de negocio y decidido sobre su viabilidad, hemos establecido el producto o servicio que vamos a ofrecer, con sus características técnicas, o las necesidades que pretende cubrir, si se trata de un servicio, y hemos estudiado el mercado para tener toda la información necesaria para el establecimiento de estrategias, ahora tenemos que decidir **qué forma jurídica va a tener nuestro negocio.**

Antes también deberemos haber analizado aspectos importantísimos como los potenciales clientes, la competencia que nos podemos encontrar, el plan de ventas y, dentro del área técnica, hemos de valorar una serie de planes como el de emplazamiento, el de producción, la organización y dirección, etcétera.

Además, también habremos decidido sobre el área económico-financiera: inversiones, capacidad financiera, previsiones de ventas y de gastos, presupuesto de tesorería, balance, etcétera.

Tras todo ello, es el momento de decidir la forma jurídica más conveniente para nuestra iniciativa.

Decidiremos si se tratará de una forma jurídica de empresario individual, de una Comunidad de Bienes o de una Sociedad Mercantil. Siguiendo las indicaciones de vuestro profesor, analizad cuál sería la mejor forma para el negocio que tenéis planteado en vuestro grupo.

Para ello, podéis seguir los siguientes pasos:

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas (estas reflexiones las podéis plasmar por escrito en una tabla comparativa en la que vayáis anotando las diferentes observaciones, con sus aclaraciones pertinentes).

a) ¿Os parece un elemento importante a la hora de decidir la posible complejidad de la constitución y gestión, así como la rapidez y simplicidad de la tramitación; o, por el contrario, esos elementos son únicamente accesorios y son otros los elementos a considerar? Cualquiera que sea vuestra respuesta, justificadla con los datos que os proporciona la unidad y discutidla en grupo. No olvidéis la opinión crítica de vuestro profesor.

b) ¿Cuántas personas participan de la iniciativa? ¿Sois varios socios? ¿Qué implica esto? ¿Qué importancia y trascendencia puede tener el número de personas

que participan en la iniciativa? ¿Puede condicionar la decisión sobre el tipo de empresa?

- c) ¿Requiere mucha o poca inversión? ¿Tenemos capital suficiente? ¿Dónde podemos obtener el capital que nos falte? ¿Podemos pedir algún crédito a una entidad de crédito?
- d) La responsabilidad patrimonial de los promotores ¿va a ser un elemento determinante en la decisión? ¿Cómo queremos responder de las posibles deudas de la empresa? ¿Qué significa, a efectos prácticos, la responsabilidad ilimitada?
- e) Todos debemos contribuir al mantenimiento del Estado, y lo hacemos, entre otras maneras, mediante los impuestos. De las dos posibilidades fundamentales que tienen las empresas para pagar impuestos, ¿cuál nos puede interesar más? ¿Cómo queremos que sea?
- f) ¿Hay alguna otra circunstancia que vaya a condicionar nuestra elección (libertad de acción del empresario, imagen, acceso a ayudas públicas)?

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, realizad las siguientes actividades:

a) Confeccionad, tras la discusión y debate en grupo, una primera propuesta de forma jurídica de vuestro negocio, analizando y explicando las razones que os llevan a tomar esa decisión. Esta propuesta deberá estar justificada y habrá de tener en cuenta todos los elementos analizados; fundamentalmente, los trabajados en esta unidad, pero también los que hayáis visto en las unidades anteriores. Repasad las decisiones de unidades anteriores y contrastad la viabilidad de esas decisiones con vuestra propuesta actual de forma jurídica.

b) Poned en común con el resto de grupos de clase vuestra decisión y sometedla a la opinión del resto de compañeros.

También debéis recabar la opinión crítica del profesor.

3. Tras ello, ya debéis tomar la decisión definitiva y podéis completar el apartado del plan de empresa, en el Centro de Enseñanza Online, referente a la elección de la forma jurídica.

7

Unidad

Empezamos con los trámites



En esta unidad aprenderemos a:

- Analizar los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una pyme.
- Identificar las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de poner en marcha una pyme.
- Incluir en el plan de empresa toda la información relativa a los trámites administrativos.

Y estudiaremos:

- Los trámites administrativos para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- El plan de empresa: los trámites administrativos.

1. Introducción



Vocabulario

Personalidad jurídica. Aquella por la que se reconoce a una persona, entidad, asociación o empresa la capacidad suficiente para contraer obligaciones y realizar actividades que generan plena responsabilidad jurídica, frente a sí mismos y frente a terceros.

Una vez decidida la forma jurídica que va a tener nuestro negocio, tiene gran importancia el análisis de los trámites administrativos. No solo porque su cumplimiento es imprescindible para que la empresa pueda iniciar su actividad, sino también porque los emprendedores van a tener que completar gran cantidad de documentación.

La **complejidad** en la tramitación no va a ser la misma en todos los casos. Así, lo más sencillo sería el empresario individual o la Sociedad Limitada Nueva Empresa, y lo más complejo una Sociedad Anónima Laboral o una Cooperativa. No obstante, como ya señalamos, esto no debe ser un condicionante para elegir una forma u otra.

En esta unidad vamos a analizar los **diferentes trámites administrativos** que van a afectar a **todo tipo de empresas** y que en principio no están relacionados con la actividad concreta de esta, con objeto de que los emprendedores tengan un conocimiento adecuado sobre la puesta en marcha de su empresa.

Hay que tener en cuenta, no obstante, que existen determinadas actividades que requieren otros permisos y trámites específicos que, por su extensión y casuística, no podemos tratar aquí.

Por tanto, en esta unidad trataremos los **trámites comunes** necesarios para la **constitución** de una empresa, por un lado, y para su posterior **puesta en marcha**, por otro.

1.1. Los trámites de constitución

Los **trámites de constitución** son los que hacen que la empresa tenga **personalidad jurídica**, y por lo tanto sea susceptible de derechos y obligaciones con plena responsabilidad.

El **empresario individual** no tiene ningún trámite específico de constitución. Por ser persona, ya es titular de derechos y obligaciones.

Las **sociedades** no tendrían posibilidades de ser titulares de derechos y obligaciones. Sin embargo, las normas jurídicas les reconocen personalidad jurídica, siempre que cumplan una serie de requisitos y trámites administrativos que se verán en apartados posteriores.

Todos los trámites son esenciales para la obtención de personalidad jurídica, pero esta se materializa en el momento de la inscripción de la sociedad en el registro correspondiente. Hasta ese momento carece de personalidad jurídica. Realizados los trámites de constitución y de adquisición de personalidad jurídica, es el momento de comenzar la documentación para su puesta en marcha.

1.2. Los trámites de puesta en marcha

Los **trámites de puesta en marcha** son aquellos que la empresa debe realizar una vez adquirida la personalidad jurídica, y sin los cuales no puede iniciar su actividad ni empezar a **funcionar**. Son posteriores a los trámites de constitución.

Dependiendo del tipo de empresa, el nuevo empresario deberá realizar un menor o mayor número de trámites, que se pueden agrupar en **cinco bloques** (que estudiaremos más adelante): la **obtención de licencias municipales**, la **inscripción en los registros correspondientes**, los **trámites fiscales** (Hacienda), los **laborales** (Seguridad Social) y la **adquisición y legalización de los libros oficiales**.

● 2. Trámites para la constitución de una empresa

La constitución de una empresa lleva aparejados una serie de trámites que es necesario llevar a cabo, pero que son diferentes en función de la elección que hagamos respecto a la forma jurídica. A continuación los presentamos de forma esquemática y posteriormente los iremos desarrollando.

Empresario individual	DNI del empresario individual No requiere ningún trámite específico
Comunidad de Bienes o Sociedad Civil	DNI de los promotores
	Contrato público o privado de constitución
	NIF
Sociedades Mercantiles	Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales
	Solicitud de certificación negativa del nombre o razón social
	Solicitud de calificación para Sociedades Laborales y Sociedades Cooperativas
	Justificación de aportaciones dinerarias o no dinerarias
	Escritura pública de constitución
	Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados
	Solicitud del Número de Identificación Fiscal
	Inscripción en el registro correspondiente

Tabla 7.1. Trámites de constitución.

● 2.1. Empresario individual

Como hemos visto, **no requiere ningún trámite específico para su constitución**; con el DNI es suficiente. En cambio, como verás más adelante, sí necesitará realizar una serie de trámites para la puesta en marcha.

● 2.2. Comunidad de Bienes y Sociedad Civil

A continuación veremos los **trámites** que se deben realizar para constituir una Comunidad de Bienes o una Sociedad Civil.

○ A. Contrato público o privado de constitución

Cuando varias personas se asocian y ponen en común bienes o derechos de forma conjunta, tenemos una Comunidad de Bienes.

Una Sociedad Civil se constituye mediante un **contrato** por el cual dos o más personas, para desarrollar una actividad económica y repartirse unas ganancias, ponen en común cualquiera de los factores siguientes: dinero, bienes y/o trabajo.

Este contrato (aparecerá el nombre de la sociedad, de las partes, el domicilio social, el objeto social, etc.) puede recoger prácticamente **cualquier pacto o acuerdo** (distribución de tareas, de ganancias, de pérdidas, etc.) a los cuales lleguen los asociados. Lo único que no se puede hacer es excluir a uno de los socios de la participación en los beneficios, así como contradecir la legislación.

**Importante**

La **declaración censal**, o modelo 036, nos será necesaria para realizar multitud de trámites, entre ellos para solicitar el NIF que identifica a una sociedad como tal.

B. Solicitud del NIF

El Número de Identificación Fiscal (NIF) es el **carné de identidad** de la empresa y sirve para **identificarla a efectos fiscales**.

Se deben presentar como **documentos**: impreso **modelo 036** (declaración censal), **copia simple de la escritura de constitución**, **fotocopia del DNI** del solicitante, si es un socio, o **fotocopia del poder notarial**, si es un apoderado. Se solicita en la Agencia Tributaria del domicilio de la empresa.

C. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD)

Para la constitución de una empresa es necesario pagar este impuesto dentro de los **30 días hábiles siguientes** a la fecha del contrato de constitución. El pago se hace en la **delegación territorial de la comunidad** en la que la empresa tenga su domicilio (**modelo 600**). El tipo impositivo aplicable es del 1% sobre el capital aportado.

2.3. Sociedades Mercantiles**Vocabulario**

Razón social. Es para la empresa lo que el nombre y apellidos para la persona física.

Esta denominación ha de figurar en la escritura pública, y en el caso del empresario individual, coincide con el nombre de la persona física que ejerce la actividad.

Nombre comercial. Es el signo, símbolo, emblema o denominación que sirve para identificar a una empresa en el ejercicio de su actividad y que la distingue en el mercado de otras empresas que realizan actividades idénticas o similares.

Veamos ahora los trámites necesarios para constituir una Sociedad Mercantil.

A. Solicitud de certificación negativa del nombre o razón social

Cuando se va a poner en marcha un negocio, hay que **dar nombre** al mismo. Para ello, a la vez que se redacta la escritura, los promotores de la sociedad deberán comprobar que el nombre elegido no coincide con el de ninguna otra sociedad existente. Así, deben solicitar un **certificado de no coincidencia** en el Registro Mercantil Central. La solicitud se realiza para obtener un certificado acreditativo de la no existencia de otra sociedad con el mismo nombre que la que se pretende constituir. Se puede hacer por **correo**, a través de otra **persona** o por **correo electrónico** desde la página web del Registro Mercantil Central: www.rmc.es.

En la solicitud se pueden indicar hasta tres denominaciones sociales, y se concederá para la primera que no aparezca registrada. Esta certificación se debe presentar en el acto posterior al otorgamiento de escritura de constitución y en la inscripción en el Registro Mercantil.

Por lo que hace referencia a las Cooperativas, esta solicitud se presentará en el Registro de Cooperativas.

**Caso práctico 1**

Miguel Estévez, que ha terminado un ciclo formativo de Grado Superior de la familia de Electricidad y electrónica, está elaborando su proyecto de creación de empresa: como sabes, una empresa individual.

No sabe muy bien qué nombre ponerle. Le han dicho que es importante para la imagen que vaya a dar después.

Le gustan los siguientes nombres, pero no sabe si podrá utilizarlos: 1.: «Instalaciones Eléctricas MiguelES»; 2.: «Instalaciones Eléctricas GuelVez»; 3.: «Instalaciones Eléctricas MiguelVez».

¿Qué trámite debe realizar para saberlo?

Solución

Debe solicitar la certificación negativa del nombre ante el Registro Mercantil Central, con un máximo de tres nombres, por orden de preferencia.

Efectivamente, le confirman que no hay otra empresa con el nombre de «Instalaciones Eléctricas MiguelES», ni es ilegal, así que el Registro emite un certificado y reserva el nombre, en el orden en que se haya solicitado, mientras no se haya constituido la sociedad, durante dos meses, renovable hasta 15 meses.

○ B. Solicitud de calificación para Sociedades Laborales y Sociedades Cooperativas

Para este tipo de sociedades es necesario presentar la solicitud de calificación de sus estatutos de forma que se compruebe que estas formas societarias reúnen todos los requisitos que marca la ley.

Para ello hay que presentar:

Certificación negativa del nombre

Acta de la asamblea constituyente

Proyecto de estatutos

Relación de promotores



Web

http://www.mtin.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/Regsociedades/index.htm



En esta página puedes encontrar las funciones y direcciones de los Registros de las Sociedades Cooperativas y de las Sociedades Laborales.

Se realizará en la **Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales** para las que tengan **ámbito nacional**, y en otro caso ante los **Registros de Cooperativas y Sociedades Laborales** de las **comunidades autónomas**.

○ C. Justificación de aportaciones dinerarias o no dinerarias

La **aportación del capital** a la sociedad deberá justificarse mediante **certificación bancaria** de desembolso en una cuenta a nombre de la sociedad.

En caso de **aportaciones no dinerarias** (bienes de equipo, terrenos, etc.), deberán hacerse constar en la **escritura de constitución**.



Vocabulario

Certificación bancaria. Certificado que expide una entidad bancaria para un motivo concreto.



Fig. 7.1. Las aportaciones a la sociedad deben justificarse adecuadamente.



¿Sabías que...?

En una Sociedad Limitada la **escritura de constitución** deberá ser otorgada por todos los socios fundadores, por sí mismos o a través de un representante, y el contenido básico de la misma es el siguiente:

- La identidad del socio o socios.
- La voluntad de constituir una Sociedad Limitada.
- La descripción de las aportaciones hechas por cada socio y de las participaciones que a cambio se le adjudiquen.
- Los estatutos de la sociedad.
- La forma en que inicialmente se va a organizar el órgano de administración de la sociedad.
- La identidad de las personas que van a ser nombradas administradores de la sociedad.
- Todos los pactos y condiciones que los socios juzguen conveniente establecer y que no se opongan a las leyes o a los principios configuradores de la Sociedad Limitada.

D. Escritura pública de constitución

Es el acto en el que los **socios fundadores** de la empresa **firman** la escritura pública de constitución de la misma ante notario.

En este mismo acto se aprueban los **estatutos de la sociedad**, que pasan a formar parte de la escritura de constitución, bien como texto de la misma, o bien como documento aparte que se une a dicha escritura. Estos van a fijar las **reglas de funcionamiento** de la sociedad y, por tanto, tienen una especial importancia.

Normalmente se encarga su redacción a **profesionales cualificados**, y se deberá ajustar a las normas que regulen el tipo de sociedad de que se trate. Se pueden establecer, además, todos los pactos lícitos que los promotores estimen convenientes.

E. Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

Como ya hemos señalado, se trata de un impuesto que **grava las operaciones societarias**, entre las que se encuentra la **constitución** de la misma.

Para la constitución de una sociedad es necesario pagar este impuesto dentro de los **30 días hábiles siguientes** a la fecha del otorgamiento de la escritura.

El pago se hace en la **delegación territorial de la comunidad** en la que la empresa tenga su domicilio (**modelo 600**). El tipo impositivo aplicable es del 1 % sobre el capital.

F. Solicitud del Número de Identificación Fiscal

El Número de Identificación Fiscal (NIF) es el carné de identidad de la empresa, cuya **utilización** se hace **obligatoria** en cualquier operación financiera, comercial o fiscal que la misma realice.

Constituida legalmente la sociedad, en el plazo de 30 días debe proceder a solicitar el Número de Identificación Fiscal (NIF). Con él la sociedad queda identificada a efectos fiscales.

Esta **solicitud** se efectúa en la delegación de Hacienda de la provincia en la que la sociedad tenga su domicilio, presentando los siguientes documentos:



Impreso oficial (modelo 036)

Fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad

Fotocopia del DNI del firmante de la solicitud

El NIF obtenido es **provisional**, con una validez de **6 meses**. Antes de finalizar este plazo se deberá retirar el **NIF definitivo**, y para ello se presentarán los siguientes documentos:

Resguardo del modelo de solicitud presentado

Original de la primera copia de la escritura de constitución

Fotocopia de la inscripción en el Registro Mercantil

Fig. 7.2. El NIF es el sistema de identificación tributaria utilizado en España para las personas físicas o jurídicas.

O G. Inscripción en el Registro correspondiente

El **Registro Mercantil** tiene como propósito dar publicidad a las situaciones jurídico-mercantiles, de tal manera que, al producirse la inscripción, puedan ser conocidas estas situaciones por todas las personas interesadas.

Como ya hemos visto, una sociedad no tiene personalidad jurídica mientras no se inscriba en el Registro Mercantil.

La inscripción debe solicitarse en el Registro Mercantil de la provincia **dentro del mes siguiente** a la fecha de otorgamiento de la escritura pública, presentando los siguientes documentos:

Copia de la escritura pública de constitución

Certificación del Registro General de Sociedades Mercantiles relativo a la **no coincidencia del nombre**

Documento que justifique el **pago del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados**

Hay **dos casos especiales**, que son las Sociedades Laborales y las Cooperativas:

- Las **Sociedades Laborales** tienen que inscribirse en el Registro de Sociedades Laborales, que depende de la Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales del Ministerio de Trabajo. Para ello presentarán una solicitud acompañada de tres copias de la escritura de constitución.

Inscrita la sociedad en este Registro de Sociedades Laborales, este redactará un certificado que acredite que dicha sociedad ha sido calificada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales como tal, y así poder inscribirla posteriormente en el Registro Mercantil.

Será en este momento cuando la sociedad gozará de personalidad jurídica.

- Por lo que respecta a las **Cooperativas**, deben inscribirse en el Registro General de Cooperativas. A partir de su inscripción en el mismo es cuando la Cooperativa adquiere su personalidad jurídica. Este registro cumple una misión semejante a la del Registro Mercantil (en el que no tienen que inscribirse), y es necesario realizar la inscripción en el plazo máximo de dos meses a partir de la fecha de otorgamiento de la escritura de constitución. Se debe presentar la solicitud de inscripción y cuatro copias de la escritura de constitución.

La inscripción se llevará a cabo, en función del ámbito de actuación de la misma, en la Dirección General de Cooperativas o en la Dirección Provincial de Trabajo.



Vocabulario

Registro Mercantil. Oficina pública que sirve para garantizar la seguridad jurídica del tráfico mercantil. Puede ser central o territorial.



Actividades

1. ¿Cuáles son las diferencias entre el empresario individual y las Sociedades Mercantiles a la hora de la constitución de una empresa?
2. ¿Qué función cumple el NIF?
3. Explica los diferentes registros en los que deben inscribirse las empresas según cuál sea su forma jurídica.
4. Enumera los trámites de puesta en marcha de una Sociedad Mercantil.



Caso práctico 2



Javier Martín y Manuel Sánchez van a constituir la Sociedad Limitada Autos Marsán con un capital social de 30 000 €.

¿Cuánto deberán pagar en concepto de Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados? ¿Dónde deberán pagarlos?

Solución

Deberán pagar el 1 % de 30 000 €, es decir, 300 €.

El pago se hará en la delegación territorial de la comunidad en la que la empresa tenga su domicilio, mediante el modelo 600.

3. Trámites de puesta en marcha

Una vez constituida la empresa, hay una serie de trámites para empezar a funcionar:

1. Alta en el censo
2. Alta en el IAE
3. Diligencia libros obligatorios
4. Inscripción de la empresa en la SS
5. Alta en el Régimen Especial de Autónomos de la Seguridad Social
6. Alta de los trabajadores, si los hubiere
7. Adquisición y sellado del libro de visitas
8. Compra de locales
9. Arrendamiento de locales
10. Licencia de obras
11. Licencia de apertura
12. Comunicación de apertura

3.1. Alta en el censo

Con este documento se comunica a la Administración el **comienzo** y el **tipo de actividad** de la empresa. Informa sobre las **características** de la actividad, del **local** y de la **modalidad tributaria** elegida.



Importante

El **IAE** es un tributo local que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas.

El **IVA** (Impuesto sobre el Valor Añadido) es un impuesto indirecto sobre el consumo.

Como estudiaremos en la Unidad 8, un **impuesto indirecto** no repercute de forma directa sobre los ingresos, sino que recae sobre los costes de producción y la renta de las empresas, y se traslada a los consumidores a través de los precios.

Esta declaración se presentará por empresarios y profesionales, con anterioridad al inicio de su actividad, en la Administración de Hacienda correspondiente al domicilio fiscal del sujeto pasivo, mediante el **modelo 036** o el **037** (simplificado).

En esta declaración, al margen de los datos de identificación, se indicará si se opta por alguno de los Regímenes Especiales del Impuesto sobre el Valor Añadido, que estudiaremos en la Unidad 8.

3.2. Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

Todos los emprendedores que inicien un nuevo negocio deben darse de alta en el IAE, en el epígrafe correspondiente, **antes del comienzo de su actividad** (dentro de los 10 días anteriores).

Todos los empresarios individuales y las sociedades que facturen **menos de un millón de euros** al año están **exentos** de pagar. Para ellos el alta, la baja o la modificación se llevará a cabo mediante el **modelo 036**. Las sociedades **obligadas** a pagar (por facturar más de un millón de euros al año) utilizarán el **modelo 840** para dichas altas, modificaciones o bajas.



Caso práctico 3

Ángel ha terminado 4.^º de la ESO y quiere montar un quiosco de chucherías. Su amigo Carlos le ha dicho que tiene que darse de alta en el IAE, y cree que no debe pagar nada por ello. A Ángel le extraña mucho y no sabe qué hacer.

Solución

En la Agencia Tributaria le informan de que, efectivamente, tiene que darse de alta, pero no pagará nada, ya que las personas físicas y las sociedades que facturen menos de un millón de euros están exentas.

3.3. Diligencia y legalización de los libros obligatorios

Los empresarios deben llevar una **contabilidad ordenada** y adecuada a su actividad, y un **libro diario** y otro de **inventarios y cuentas anuales**. Además, por cuestiones fiscales, deben llevar una serie de **libros auxiliares**.

Según el tipo de empresa, se han de llevar unos libros u otros. En la Tabla 7.2 se puede ver qué libros han de llevar los **empresarios individuales**, las **Sociedades** y las **Cooperativas**.

Empresarios individuales	Estimación Directa Normal	Actividad industrial, comercial o de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Libro diario • Libro de inventario y cuentas anuales
	Estimación Directa Simplificada	Actividad no mercantil	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ventas e ingresos • Libro de ingresos y gastos • Libro registro de bienes de inversión
	Estimación Objetiva		<ul style="list-style-type: none"> • Ha de conservar las facturas numeradas por orden de fechas y agrupadas por trimestres • Libro registro de bienes de inversión • Libro registro de ventas e ingresos • Libro registro de compras y gastos
Sociedades			<ul style="list-style-type: none"> • No tiene la obligación de tener ningún libro • Ha de conservar los justificantes de sus operaciones
Cooperativas			<ul style="list-style-type: none"> • Libro registro de socios • Libro registro de aportaciones al capital social • Libro de actas • Libro de inventario • Libro diario

Tabla 7.2. Libros obligatorios según el tipo de empresa.

La **legalización de los libros contables** se podrá realizar:

1. De forma ordinaria, presentándolos en el Registro Mercantil antes de su utilización, completamente en blanco y con sus folios numerados correlativamente
2. A posteriori, después de haber realizado anotaciones en hojas sueltas, antes de que transcurran los 4 meses siguientes a la fecha de cierre del ejercicio
3. En hojas o folios que después son encuadrados correlativamente, por orden de fechas
4. En soporte digital
5. Vía telemática a través de la página www.registradores.org



Claves y consejos

El **Código de Comercio** establece en su artículo 26 los **libros auxiliares** que deberán llevar las Sociedades Mercantiles: «[...] llevarán también un libro de actas, en el que constarán, al menos, todos los acuerdos tomados por las juntas generales y especiales y los demás órganos colegiados de la sociedad, con expresión de los datos relativos a la convocatoria y a la constitución del órgano, un resumen de los asuntos debatidos, las intervenciones de las que se haya solicitado constancia, los acuerdos adoptados y los resultados de las votaciones».



CEO

En el Centro de Enseñanza Online (CEO) puedes encontrar el apartado del **Código de Comercio** donde se recogen los libros que deben llevar los empresarios (Título III, Sección I: «De los libros de los empresarios»).

3.4. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Antes del inicio de sus actividades, todos los **empresarios que vayan a contratar personal** deben inscribirse como tales en el Régimen General de la Seguridad Social.

La inscripción se realiza en la Tesorería Territorial de la Seguridad Social, a nombre de la persona física o jurídica titular de la empresa, y en el modelo oficial (**TA.6**).

En la solicitud de inscripción han de constar los datos de identificación completos de la empresa, a cuya solicitud debe acompañarse, si el solicitante es **persona física**, el **DNI**. Si el solicitante es una **sociedad**, hay que presentar una **certificación** de su existencia del Registro Mercantil.

Además, se presentará: **alta en el IAE, copia de la escritura de constitución e impreso de alta de, al menos, un trabajador**.



Vocabulario

Días hábiles. Días laborables de acuerdo con el calendario oficial. Cuando un día fuese hábil en el municipio o comunidad autónoma en que residiese el interesado, e inhábil en la sede del órgano administrativo, o a la inversa, se considerará inhábil en todo caso.

Día inhábil. Jornada no válida procesal o administrativamente para la realización de actos con plena eficacia jurídica.

Día laborable. Jornada en la que se presta la pertinente relación laboral (a efectos del cómputo de los distintos plazos).

Días naturales. Todos los días, incluidos los festivos.

3.5. Alta del empresario

Toda persona que se dé de alta en el IAE para ejercer una **actividad comercial, industrial o de servicios**, deberá **obligatoriamente** inscribirse en el **Régimen Especial de los Trabajadores Autónomos**, incluso si desarrolla una actividad por cuenta ajena y está dado de alta en el Régimen General.

El alta se lleva a cabo en la provincia donde se ejerza la actividad, dentro de los 30 días naturales siguientes al nacimiento de la obligación, en la Tesorería Territorial de la Seguridad Social.

Si se desarrollan varias actividades como autónomo que dan lugar a la inclusión en este régimen, la **afiliación y cotización** será **única**, a elegir por el interesado de entre las actividades desarrolladas.

La cuota a la Seguridad Social se paga mensualmente.



Caso práctico 4

Ana Espinosa Arribas terminó hace dos años el Ciclo Formativo de Grado Medio de Servicios de Restauración. Está contratada por las mañanas en un hotel como camarera para servir los desayunos y las comidas, y por la tarde ha abierto como empresaria individual una pequeña empresa en la que se sirven bocadillos de tortilla de todas las clases.

¿Debe darse de alta en la Seguridad Social?

Solución

Por su trabajo como asalariada en el hotel, queda obligada a estar dada de alta en la Seguridad Social en el Régimen General. Y por su negocio está obligada a darse de alta en la Seguridad Social en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

3.6. Afiliación y alta de los trabajadores

Inscrita la empresa, el paso siguiente es la afiliación de los trabajadores. Esta es **obligatoria** para todas las personas incluidas en el campo de aplicación de la Seguridad Social, **única** y **vitalicia**.

El **empresario** está obligado a solicitar la afiliación de los trabajadores que ingresan a su servicio y que, con anterioridad, no hayan prestado servicios a ningún otro empresario. No obstante, si la afiliación no se realiza voluntariamente por el empresario, podrá ser solicitada por el interesado, o la podrá practicar de oficio la propia Seguridad Social.

La solicitud se formulará a nombre de cada trabajador en la Tesorería Territorial de la Seguridad Social, dentro de los **cinco días naturales siguientes** a la fecha de inicio del trabajo. Los **documentos** que deben presentarse son:

Impreso oficial modelo TA 1

DNI del trabajador

Realizada la afiliación del trabajador, inmediatamente se procede a encuadrarle en el **régimen** que le corresponda, según la actividad que haya de realizar. Se considera, entonces, que el trabajador ha sido dado de alta en el régimen correspondiente.

Por tanto, la **afiliación** siempre coincide con el **alta inicial**. En cada cambio de empresa, esta no tendrá que afiliar al trabajador, al ser la afiliación inicial única para toda la vida, pero sí darle de alta.

Las **altas** que se soliciten respecto de trabajadores **ya afiliados** seguirán el mismo procedimiento que para la afiliación. Así, el empresario deberá comunicar a la Tesorería Territorial de la Seguridad Social las altas de los trabajadores que ingresen a su servicio, con anterioridad a la fecha de inicio de la relación laboral.

Como **particularidades de los socios** en los distintos tipos de empresas podemos distinguir:

- En las **Sociedades Limitadas** y **Anónimas** hay que diferenciar **varias situaciones**:

Si el socio trabaja personalmente en la empresa y no desempeña funciones de dirección, deberá inscribirse en el Régimen General

Si el socio no recibe salario por su actividad, pero sí una participación en los beneficios, debe inscribirse en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos

Si el socio desempeña solamente tareas de administración, deberá inscribirse en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos

- Los socios de las **Cooperativas de Trabajo Asociado** pueden elegir entre el Régimen General o el Especial de Trabajadores Autónomos, pero esta opción debe figurar en los estatutos de la Cooperativa.



Vocabulario

Vitalicio. Para toda la vida.

Lucrativo. Que produce ganancia o provecho.

De oficio. Se denomina actuación de oficio a un trámite administrativo que se inicia sin necesidad de actividad alguna por parte del interesado.

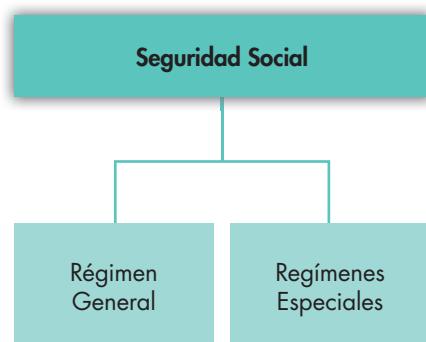


Fig. 7.3. Las empresas darán de alta a los trabajadores en la Seguridad Social, encuadrándolos en el régimen que corresponda según la actividad empresarial.



¿Sabías que...?

El **libro de matrícula** no es obligatorio. En él se inscriben todos los trabajadores que prestan servicios en un centro de trabajo, **así como los cambios en su situación laboral**.



Vocabulario

Calificación urbanística. Calificación del suelo que define los usos permitidos sobre este.

Cédula urbanística. Es un documento expedido por el ayuntamiento respectivo que confirma la legalidad de la construcción del inmueble (licencia de las obras, aprobación del proyecto y de la primera utilización).

3.7. Adquisición y sellado del libro de visitas

Los empresarios deberán adquirir y sellar el libro de visitas en la **Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo**.

Es un libro **obligatorio** que sirve para que los Inspectores de Trabajo realicen las anotaciones que consideren oportunas en caso de visita a su establecimiento: aunque la empresa no tenga trabajadores a su servicio, deberá tenerlo en cada centro de trabajo a disposición de la autoridad laboral.

Las diligencias más habituales que se recogen en el libro de visitas se refieren a la subsanación de **deficiencias no graves en materia de seguridad e higiene**, al requerimiento de **ingreso de cuotas de la Seguridad Social**, o incluso a la decisión de **paralización o suspensión de trabajos** en caso de riesgo para los trabajadores prevista en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

3.8. Compra de los locales

Si para el desarrollo de la actividad proyectada es preciso comprar terrenos o locales, se debe comprobar que la calificación urbanística de estos nos va a permitir desarrollar dicha actividad, de tal manera que no exista ningún obstáculo para obtener posteriormente las oportunas **licencias municipales**.

Por ello es conveniente dirigirse al servicio técnico del ayuntamiento y solicitar o consultar la **cédula urbanística**, en la que se reflejará el régimen urbanístico de la finca objeto de la misma.

El acto de compra se formalizará mediante el correspondiente **contrato de compraventa**, que se elevará a **escritura pública**. Posteriormente se deberá inscribir en el **Registro de la Propiedad**, pagándose el **IVA**, cuando se trate de la primera transmisión, o el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales, en la segunda o posteriores transmisiones.

Además, se deberá presentar la declaración de alta en el **Impuesto sobre Bienes Inmuebles** dentro de los dos meses siguientes a la fecha de adquisición del mismo.

También se debe presentar la declaración por las **alteraciones** que afecten a los inmuebles (obras, modificación de uso y destino, etcétera).

La **declaración de alta o por variaciones** se presentará en la delegación de **Hacienda**, pero existen diferentes modelos, ya que su recaudación y liquidación corresponde al ayuntamiento del municipio donde estén ubicados los inmuebles.

3.9. Arrendamiento de locales

Hay veces que para ejercer la actividad no se cuenta con un local propio donde desarrollar el negocio, y es preciso obtener el derecho a su uso mediante un **contrato de arrendamiento**.

Los contratos de arrendamiento de viviendas, locales de negocio, oficinas, almacenes, depósitos, etc., se encuentran regulados por la **Ley de Arrendamientos Urbanos**, y en los mismos, las partes (arrendador y arrendatario) establecen las cláusulas que van a regir durante la vigencia del contrato.

El contrato de arrendamiento puede celebrarse de forma **verbal** o por **escrito**, siendo aconsejable celebrarlo por escrito, con el objetivo de evitar problemas futuros. Los contratos podrán ser privados o formalizarlos ante notario.

Los contratos de arrendamiento de locales de negocio llevan consigo el depósito, por parte del arrendatario, de una **fianza** equivalente a dos mensualidades.

En caso de que el contrato sea de **traspaso**, este se formalizará en escritura pública y el nuevo arrendatario se subrogará en los derechos y obligaciones del anterior. En estos casos es muy importante tener en cuenta el **plazo de vigencia** del contrato y la posibilidad de poder ejercer, a su vez, el derecho de traspaso. El contrato de traspaso se formalizará en escritura pública.

3.10. Solicitud de licencia de obras

Si necesitamos hacer obras en los locales donde vamos a desarrollar nuestra actividad, debemos solicitar del ayuntamiento la oportuna licencia de obras.

Esta licencia supone que el ayuntamiento reconoce que las obras que se quieren realizar están de acuerdo con las **normas urbanísticas** del municipio.

Existen varias **clases de licencias**:

- Licencia para **obras de nueva planta**.
- Licencia para **obras de reforma de edificaciones existentes**.
- Licencia para **obras menores**. Tienen por objeto la reposición de algún elemento constructivo deteriorado (las de revoco de fachadas interiores o exteriores, las de decoración del interior de habitaciones, la de reparación del pavimento, etcétera).



Fig. 7.4. Antes de comprar un terreno o local, hay que comprobar que no hay ningún obstáculo legal para poder desarrollar allí nuestra actividad o llevar a cabo las obras necesarias.

3.11. Solicitud de licencia de apertura

Esta licencia tiene como finalidad **autorizar el uso del local** y sus instalaciones, previa constatación de que estos se encuentran debidamente terminados y dispuestos, según las condiciones urbanísticas, ambientales y de seguridad.

Esta licencia se solicita en el ayuntamiento, y **debe hacerse para**:

- Los **primeros establecimientos**.
- Los **traslados a otros locales**.
- Los **traspasos** o cambios de titular de los locales, cuando varía la actividad.
- Las **variaciones y ampliaciones de actividades** desarrolladas en los locales, aunque continúe el mismo titular.
- La **ampliación** de locales.

Existen **dos tipos de licencias**:

1. Licencia de apertura para **actividades inocuas**. Todas aquellas que no están incluidas en el grupo de actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas.
2. Licencia de apertura para **actividades calificadas**, que son las incluidas en el reglamento como molestas, insalubres, nocivas o peligrosas.

3.12. Comunicación de apertura del centro de trabajo

Cuando se vaya a proceder a la apertura de un nuevo centro de trabajo, o a la reanudación de una actividad después de efectuar alteraciones de importancia, se debe comunicar a la **Dirección Provincial de Trabajo** o al órgano competente de la comunidad autónoma dentro de los **30 días siguientes** a aquel en que se inicien las actividades.

En la comunicación se deben reseñar los datos de la empresa y del centro de trabajo, la actividad que se va a desarrollar y el número de trabajadores.



Actividades

5. ¿En qué documento se solicita el IAE, quién lo tiene que pedir y quién lo paga?
6. ¿Cuáles son los libros obligatorios para un empresario individual?
7. Los socios en las SA y SL, ¿a qué régimen de la Seguridad Social deben pertenecer?



Vocabulario

Traspaso de local. Consiste en la cesión, mediante precio del local sin existencias, hecha por un arrendatario a un tercero, el cual quedará subrogado en los derechos y obligaciones nacidos del contrato de arrendamiento.



Claves y consejos

Documentación para la solicitud de licencia de apertura

- Impuesto sobre Actividades Económicas.
- Contrato de arrendamiento o escritura de propiedad del local.
- NIF del solicitante o escritura de sociedad.
- Memoria descriptiva de la actividad.
- Planos del local.
- Croquis de la situación del local.
- Si la actividad es calificada, se presentará un proyecto de instalaciones (planos, presupuesto y memoria).

● 4. Clasificación de los trámites en virtud del lugar en el que se realizan

Una vez que hemos estudiado los trámites necesarios para la constitución y puesta en marcha de una empresa, conviene hacer un **breve repaso** para tener en cuenta en qué organismos oficiales hay que presentar cada uno de dichos trámites. En la tabla siguiente puedes verlos organizados según el lugar en el que se realizan:

Trámites para la puesta en marcha de la empresa	
Ayuntamientos	Solicitud de la licencia de obras
	Solicitud de la licencia de apertura
	Otros tributos municipales
Delegación o Administración de Hacienda	Alta en el IAE
	Alta en el censo de etiquetas y opciones IVA
	Alta en el Impuesto sobre Bienes Inmuebles (si el titular de la empresa es el dueño del local)
	Alta en Estimación Objetiva o Estimación Directa
	Legalización de los libros obligatorios
	Obtención del NIF
Dirección Provincial de Trabajo y Seguridad Social	Comunicación de apertura del centro de trabajo
	Diligenciar el libro de visitas
	Sellar el calendario laboral
Tesorería General de la Seguridad Social	Inscripción en el Régimen Especial de Autónomos
	Inscripción de la empresa en la Seguridad Social
	Afiliación y alta de los trabajadores
Oficinas de empleo	Registro de los contratos formalizados con los trabajadores
	Comunicar las contrataciones efectuadas que no estén obligadas a realizarse por contrato escrito
Dirección Provincial de Industria	Inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial

Tabla 7.3. Trámites para la puesta en marcha de la empresa según el lugar donde se realicen.



Fig. 7.5. Conviene informarse de dónde tenemos que hacer cada trámite para ahorrar tiempo y energías.

5. La Ventanilla Única Empresarial

La Ventanilla Única Empresarial (**VUE**) es una iniciativa surgida en 1999, de manera conjunta por **todas las Administraciones Públicas** (Ministerios de Justicia, de Economía, de Hacienda, de Trabajo y Asuntos Sociales, de Administraciones Públicas, las comunidades autónomas y los ayuntamientos), las Cámaras de Comercio y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio.

Su objetivo fundamental es **hacer más fácil la creación de empresas**, para lo cual se ha establecido una red de centros integrados de tramitación y asesoramiento a los emprendedores.

Los **objetivos** fundamentales de la VUE son:

- **Informar y orientar al emprendedor.** El emprendedor recibe un asesoramiento completo en los diversos aspectos que comporta la creación de una empresa: los trámites necesarios para la constitución de empresas, las posibles formas jurídicas, los medios de financiación, las ayudas y subvenciones públicas para la creación de empresas, y el autoempleo.
- **Facilitar la tramitación,** acercando la Administración al ciudadano. En un solo espacio físico es posible realizar los trámites necesarios para la puesta en marcha de una empresa cuya competencia corresponde a: Hacienda, la Tesorería de la Seguridad Social, la comunidad autónoma y el ayuntamiento.

La **atención** al emprendedor se realiza a través de **tres áreas sucesivas**:

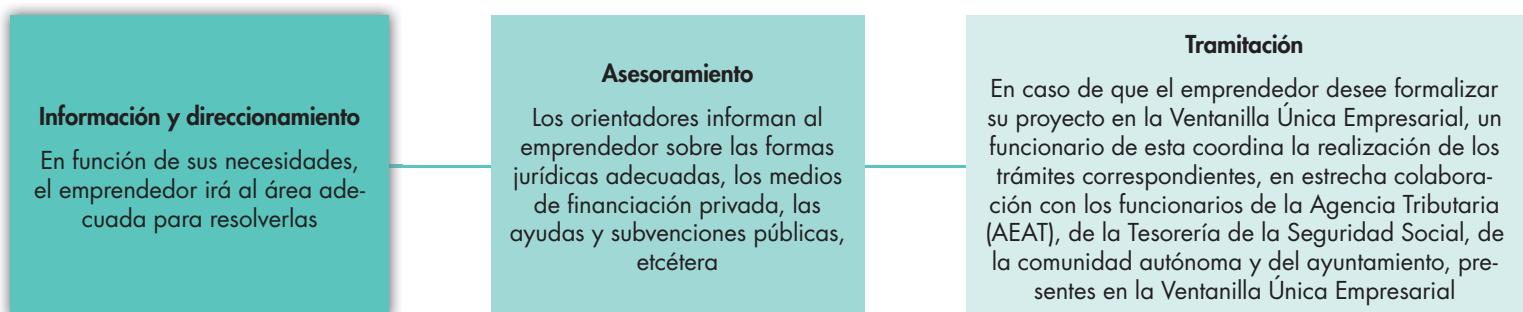


Fig. 7.6. Áreas de atención al emprendedor en la VUE.



Caso práctico 5

Juan y María están bastante desanimados por la cantidad de trámites que les han dicho que tendrán que hacer y por el coste previsible del proceso, ahora que van a poner ya en marcha su empresa.

¿Cómo pueden informarse de todo ello?

Solución

Pueden informarse fundamentalmente en las siguientes direcciones de Internet:

- A través de la Cámara de Comercio de su zona geográfica:

www.camerdata.es

www.camaras.org

- A través de la página web de la Ventanilla Única Empresarial:

www.ventanillaempresarial.org

¿Sabías que...?

La **Cámara Oficial de Comercio** es una Corporación de Derecho Público, que representa y defiende los intereses generales de la industria, el comercio, el turismo y la navegación de su circunscripción.

La Cámara ofrece actividades y servicios que facilitan la gestión en la empresa, la asistencia técnica a la misma, la formación, la internacionalización, el empleo de profesionales cualificados y, en definitiva, las acciones de promoción económica de las empresas.

● 6. Proceso telemático para la creación de una empresa

Actualmente, además del procedimiento presencial, el más utilizado, se pueden realizar los trámites de constitución y puesta en marcha de la **Sociedad Limitada** en general (SL), de la **Sociedad Limitada Nueva Empresa** (SLNE) y de los **empresarios individuales** por medios telemáticos, con lo que se evitan desplazamientos al emprendedor y se produce un ahorro sustancial de tiempos y costes.

La tramitación por vía telemática posibilita una **mayor rapidez y simplicidad** a la hora de crear una empresa que la tramitación presencial. Además exige menos desplazamientos a los distintos organismos.

El emprendedor deberá dirigirse a los **Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT)**, en los que se le asesorará en todo lo relacionado con la definición de su proyecto empresarial, y se le permitirá iniciar los trámites de constitución y puesta en marcha del mismo por medios telemáticos. También podrá iniciar dichos trámites por sí mismo a través del área *Emprendedor* de la página web del CIRCE (www.circe.es). En ambos casos, los pasos se formalizarán en un único documento, el **Documento Único Electrónico (DUE)**.

● 6.1. Procedimiento para crear un empresario individual

Paso 1. Cumplimentación del Documento Único Electrónico (DUE)

En él se recogen todos los datos necesarios para la tramitación. Esta se realizará con el **Programa de Ayuda a la Cumplimentación del DUE (PACDUE)**. A partir de este momento, el **Sistema de Tramitación Telemática (STT-CIRCE)** envía a cada organismo interveniente en el proceso vía Internet la parte del DUE que le corresponde para realizar el trámite de su competencia

Paso 2. Trámites en la Seguridad Social

El DUE se envía a la **Tesorería General de la Seguridad Social** para generar los **Códigos de Cuenta de Cotización**, afiliar en su caso, y dar de alta al empresario y a los trabajadores del empresario individual, si los hubiere

Paso 3. Comunicación del inicio de actividad a la Agencia Tributaria

En el momento en el que se envía el DUE, también se comunica el inicio de actividad del empresario individual a la **Administración Tributaria** competente, mediante el envío de la **Declaración Censal**

Paso 4. Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de Protección de Datos

Se inscriben en la **Agencia de Protección de Datos** los ficheros de datos de carácter personal que el emprendedor haya notificado dentro del formulario del DUE destinado a tal efecto

Fig. 7.7. Procedimiento telemático de creación de un empresario individual.



Fig. 7.8. La constitución y puesta en marcha de las empresas por vía telemática evita desplazamientos al emprendedor, ahorrándole tiempo y dinero.

6.2. Procedimiento para crear una sociedad

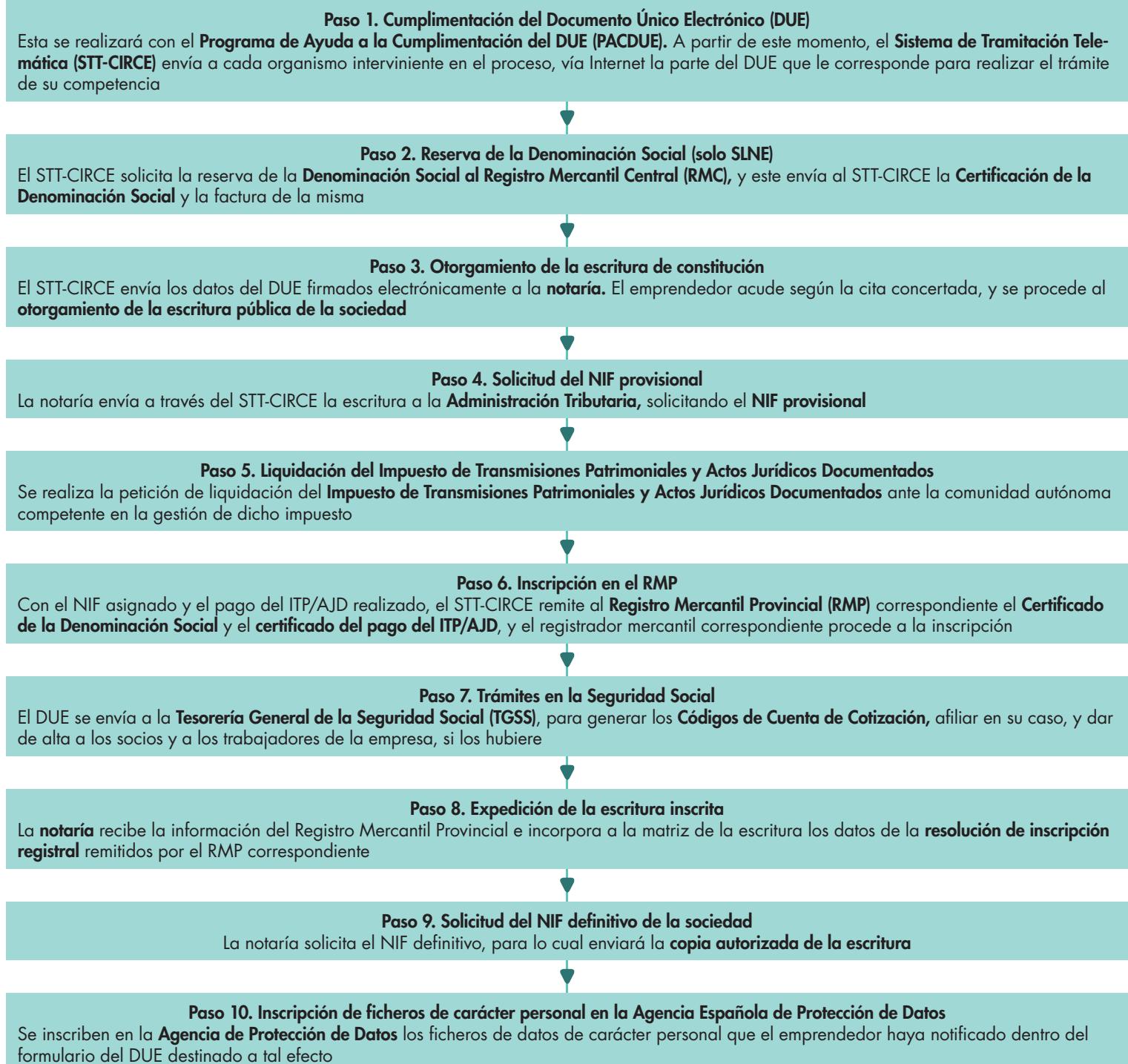


Fig. 7.9. Procedimiento telemático de creación de una sociedad.

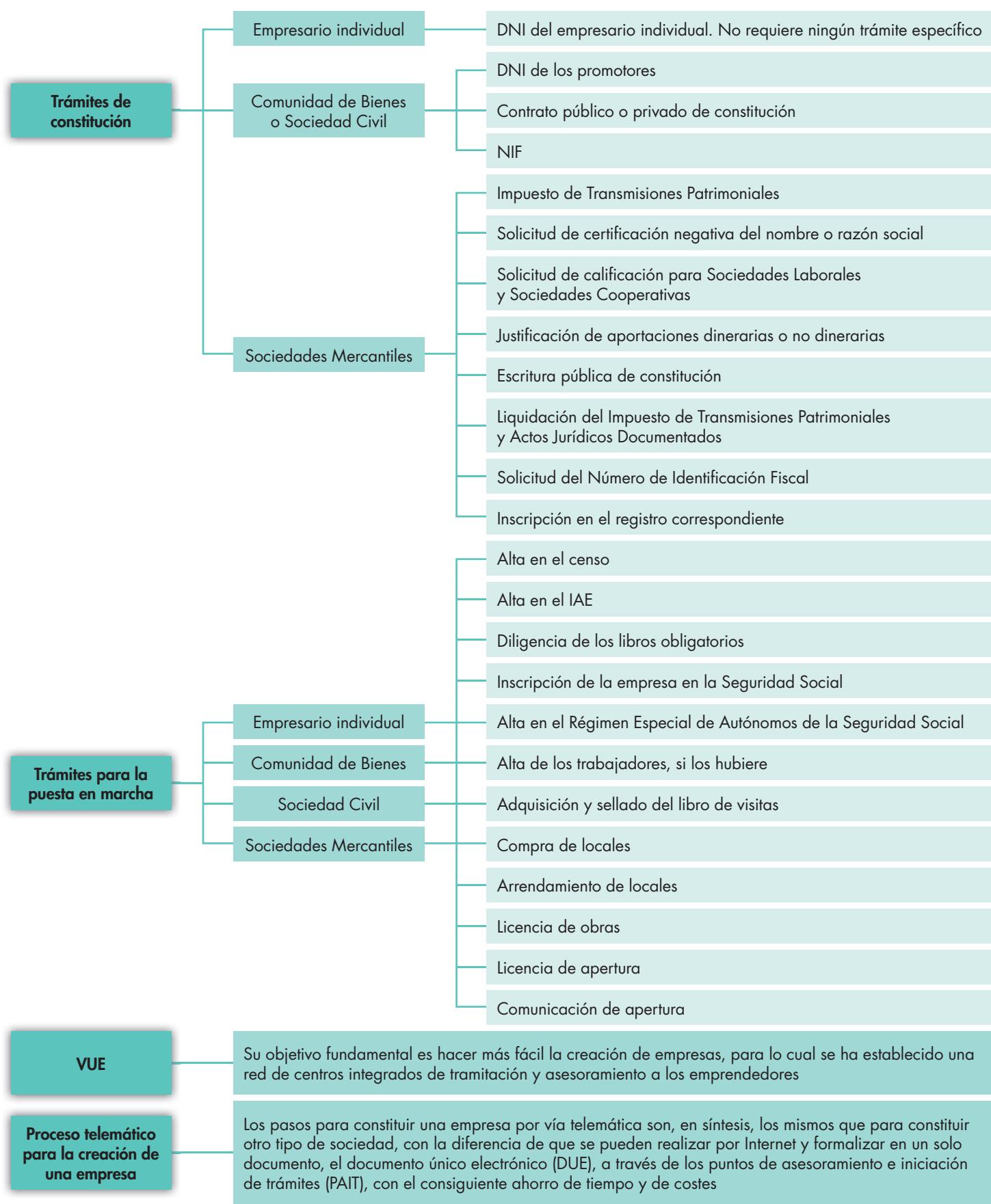


Actividades

8. ¿Qué objetivos tiene la Ventanilla Única Empresarial?
9. ¿Qué es la cédula urbanística y para qué sirve?
10. ¿Cuántas clases de licencias de obras conoces, y para qué sirve cada una?
11. Explica los tipos de actividades calificadas.
12. ¿Qué trámites de puesta en marcha se realizan en Hacienda?
13. ¿Qué es el CIRCE y qué función cumple?



Síntesis





Test de repaso

1. ¿Qué es la Ventanilla Única Empresarial?

- a) Un sitio donde se depositan las cuentas anuales.
- b) Un sitio donde el empresario paga sus impuestos.
- c) Un sitio o centro integrado de tramitación y asesoramiento al emprendedor.

2. La elección del régimen de IRPF deben hacerla:

- a) El empresario individual.
- b) Las Sociedades.
- c) Las Cooperativas.

3. ¿Qué es el IRPF?

- a) Tributo que se paga obligatoriamente por utilizar el dominio público o recibir un servicio.
- b) Tributo que grava el beneficio obtenido por el particular como consecuencia de realizar obras o ampliar y mejorar los servicios públicos.
- c) Tributo de carácter directo y naturaleza personal que grava la renta de las personas físicas en función de su cuantía y de circunstancias personales y familiares.

4. Los estatutos de una sociedad son aprobados por:

- a) Los administradores.
- b) El notario.
- c) La junta general de socios.

5. ¿Qué libros oficiales han de llevar las Sociedades?

- a) Libro diario, de actas, de inventarios y cuentas anuales.
- b) Libro diario, de inventarios y cuentas anuales, de acciones nominativas, y las SL, un libro registro de socios.
- c) Igual que la a), pero además libro de acciones nominativas, y las SL, un libro registro de socios.

6. La licencia de apertura que se solicita en los ayuntamientos es para:

- a) Los primeros establecimientos.
- b) Los traslados a otros locales.
- c) Las dos anteriores son correctas.

7. La afiliación a la Seguridad Social de los socios en las Sociedades Limitadas y Anónimas conlleva distinguir varias situaciones. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es falsa?

- a) Si el socio trabaja personalmente en la empresa y no desempeña funciones de dirección, deberá inscribirse en el Régimen General.
- b) Si el socio no recibe salario por su actividad, pero sí una participación en los beneficios, debe inscribirse en el Régimen Especial.
- c) Si el socio desempeña solamente tareas de administración, deberá inscribirse en el Régimen General.

8. La afiliación y alta de los trabajadores se hace en:

- a) Las oficinas de empleo.
- b) La Tesorería General de la Seguridad Social.
- c) El ayuntamiento.
- d) La delegación de Hacienda.

9. ¿Cuál es y en qué modelo oficial se pide el documento que identifica a la empresa a efectos fiscales?

- a) NIF. Modelo 036 o 037.
- b) IAE. Modelo 845 o 846.
- c) NIF. Modelo 130 o 131.

10. La solicitud de licencia de obras se hace:

- a) En el ayuntamiento.
- b) En la delegación de Hacienda.
- c) En la Dirección General de Industria.

11. ¿Qué trámite debe realizarse en la delegación de Hacienda?

- a) Diligenciar el libro visitas.
- b) Obtención del NIF.
- c) Afiliación y alta de los trabajadores.

12. El tipo impositivo aplicable en el ITP y AJD es:

- a) El 35 %.
- b) El 1 %.
- c) Variable según el capital.



Comprueba tu aprendizaje

Analizar los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una pyme

1. Describe los trámites de constitución del empresario individual.
2. Manuel Sánchez, que ha terminado un ciclo formativo de Cocina y Gastronomía, quiere montar un restaurante con otro compañero. Han decidido constituirse en Sociedad Limitada. Explica y comenta con tus compañeros cuáles son los trámites necesarios para la adquisición de personalidad jurídica.
3. Analiza con tus compañeros las diferencias entre los trámites para la adquisición de personalidad jurídica de un empresario persona física y otro persona jurídica.
4. Benjamín Benito quiere montar una pequeña tienda de fotografía, y para ello va a comprar un pequeño local en el centro de su ciudad. Se quiere constituir como empresario individual.
En pequeños grupos haced una relación de los lugares donde se deben realizar los trámites de puesta en marcha de un empresario individual.
5. Elabora un cuadro comparativo con los principales trámites de puesta en marcha de una empresa.
6. Cumplimenta los trámites laborales en el inicio de la actividad.
7. Lucía Fernández es empresaria individual, y tiene contratados a dos trabajadores a tiempo completo. Explica en qué régimen de la Seguridad Social deben estar dados de alta, quién debe darles de alta y ante qué organismo.
8. Explica los trámites que se deben realizar en la Delegación o Administración de Hacienda.
9. Compara los trámites de constitución de una Sociedad Mercantil y de una Cooperativa. Céntrate fundamentalmente en aquellos que diferencian unas de otras y explícalos con tus palabras.
10. Cuatro amigos que han terminado el Ciclo de Grado Superior de Informática quieren montar una Sociedad Limitada dedicada a la creación y mantenimiento de páginas web. Analiza los trámites que deben realizar en el ayuntamiento de la localidad donde van a iniciar la actividad.
Tienen que hacer obras de reforma en el local.
11. ¿Qué es el Impuesto sobre Actividades Económicas? Consigue el modelo 840 que encontrarás en el Centro de Enseñanza Online y cumpliméntalo inventándote los datos que necesites.

12. ¿Qué es un trabajador autónomo? ¿Es lo mismo que un trabajador por cuenta propia? Si un trabajador autónomo está, por las tardes, asalariado en un bar como camarero, ¿debe estar dado de alta en la Seguridad Social por los dos trabajos? ¿Cómo?
13. ¿Quién debe realizar la afiliación y el alta de un trabajador en la Seguridad Social? ¿Qué significa «afiliación de oficio»? Explica cuándo se da esa situación.
14. Para poner en marcha un negocio, ¿hay que pedir autorización, entre otros, al ayuntamiento? Comentad en pequeños grupos las situaciones para esa autorización.
15. Con la ayuda de tu profesor, redacta el impreso para solicitar la licencia de apertura en el ayuntamiento de tu localidad.
Es posible que en la página web del ayuntamiento de tu localidad se pueda descargar el formulario. Si es así, descárgalo y cumpliméntalo, suponiendo que se trate de una pequeña floristería. Utiliza tus datos personales como solicitante.
La empresa se llama Narciso SL.
Aporta tú los datos que te falten.
16. ¿Puede tener una sociedad el mismo nombre que otra existente? Entra en la página web del Registro Mercantil Central, descarga una solicitud yrellénala con los tres posibles nombres que le pondrías a tu negocio de reparación de motocicletas. Ayudado de tu profesor, comenta los consejos que en la página del Registro dan sobre la elección de nombre.
17. ¿Qué es el traspaso de un local? Con ayuda de tu profesor, y en pequeños grupos, redactad un contrato de traspaso de local de negocio.
Utiliza Internet como herramienta de apoyo e invéntate los datos que necesites para completar la actividad.
18. Ignacio Poveda es uno de los promotores de una Sociedad Laboral. Cuando va a inscribir a la sociedad en el Registro Mercantil para adquirir personalidad jurídica, le dicen que tiene que pasar, como requisito previo, por otro registro. La sociedad tiene un ámbito provincial. ¿De qué registro se trata y de quién depende?
¿Qué documentos se necesitan para inscribir a esta sociedad en el Registro Mercantil?
19. ¿En qué consiste el otorgamiento de escritura pública de constitución?



Comprueba tu aprendizaje

- 20.** En el Centro de Enseñanza Online encontrarás un modelo de contrato de arrendamiento de local de negocio. Cumpliméntalo inventándote los datos que necesites y, con la ayuda de tu profesor, analiza todas las cláusulas que aparecen en el mismo.
- 21.** ¿Qué datos deben figurar en un contrato de constitución de una Sociedad Civil? ¿Hay algún pacto que no se pueda recoger en dicho contrato? Explícalo.
- 22.** Con ayuda de tu profesor y de la página web www.ventanillaempresarial.org, explica las funciones de la VUE, así como el objetivo fundamental que se persigue con ella.
- 23.** El Registro Mercantil Central reserva el nombre elegido por la sociedad durante un tiempo. ¿Sabes cuánto?
- 24.** Enumera y explica los trámites que deben realizarse ante la Dirección Provincial de Trabajo y Seguridad Social.
- 25.** Explica las diferentes posibilidades de afiliación a la Seguridad Social que hay en las Sociedades Limitadas y Anónimas.
- Identificar las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de poner en marcha una pyme**
- 26.** Con ayuda de tus compañeros, menciona los organismos oficiales más importantes a los que tiene que recurrir una empresa para iniciar su actividad.
- 27.** Paloma López ha pensado constituir una pequeña peluquería en su barrio y está analizando todos los datos y elaborando su plan de empresa. Cuando llega el momento de los trámites legales de constitución, duda de los plazos y del coste de los mismos.
- En una de las revistas de peluquería que está consultando ha leído que puede utilizar una Ventanilla Única Empresarial para ello. ¿Dónde puede obtener información sobre la VUE?
- 28.** Visita la página web de la VUE (www.ventanillaempresarial.org) y comenta con tus compañeros las diferentes posibilidades que proporciona.
- 29.** Visita la página web de la Agencia Tributaria (www.aceat.es) y analiza la información que en ella aparece y que tenga relación con la idea de constituirte como empresario individual.
- 30.** Entra en la página web del Registro Mercantil Central (www.rmc.es) y analiza con tus compañeros los servicios que ofrece.
- 31.** Entra en la página www.060.es y comenta con el resto de la clase la información y el asesoramiento que facilita.
- 32.** Con ayuda de tu profesor, y en pequeños grupos, comentar la información que proporciona la página web www.ipyme.org
- 33.** Entra en la web del Instituto de Crédito Oficial (www.ico.es) y analiza la información que proporciona a los autónomos y a las pymes.
- 34.** ¿Qué son las Cámaras de Comercio y qué información ofrecen a los emprendedores?
- 35.** Entra en la página web de la Cámara de Comercio de tu localidad y comenta con tus compañeros los servicios que presta, centrándote básicamente en el apartado de creación de empresas.
- 36.** Debate en clase la siguiente afirmación: «Para montar un negocio es necesario hacer muchos trámites». Una parte de la clase defenderá la idea de que no son demasiados los trámites; otra parte, la de que sí son muchos los trámites, y una tercera parte actuará como público, que tomará partido por una u otra opción en función de los argumentos empleados.
- Antes de empezar el debate se dejarán 20 minutos para preparar los argumentos.
- Los alumnos se distribuirán libremente en cualquiera de los grupos en función de sus preferencias.
- El profesor moderará el debate.
- 37.** Entra en la página web www.aprendeaeemprender.com y analiza el asesoramiento que presta. Coméntalo en clase.
- 38.** Pon en un buscador, Google o similar, una entrada como «asesoramiento a pymes» y comenta las diferentes páginas que aparecen. Con la ayuda de tu profesor, clasifícalas en función de la ayuda que ofrecen y diferencia las que son gratuitas de aquellas otras que pertenecen a empresas privadas dedicadas a la asesoría.
- 39.** Entra en la página www.circe.es y analiza toda la información que presta para la creación telemática de una Sociedad Limitada o de un empresario individual.
- 40.** En algún buscador, Google o similar, busca modelos de estatutos de Sociedades Limitadas y comenta los diferentes apartados que contienen.



Plan de empresa

Una vez que hemos analizado la idea de negocio y decidido sobre su viabilidad, hemos establecido el producto o servicio que vamos a ofrecer con sus características técnicas, o las necesidades que pretende cubrir, si se trata de un servicio, hemos estudiado el mercado para tener toda la información necesaria para el establecimiento de estrategias, y hemos decidido qué forma jurídica va a tener nuestro negocio, es el momento de **analizar y preparar los trámites de constitución y puesta en marcha de nuestra empresa**.

Haremos analizado ya aspectos importantísimos, como los potenciales clientes, la competencia que nos podemos encontrar, el plan de ventas; y dentro del área técnica hemos de valorar una serie de planes, como el de emplazamiento, el de producción, la organización y dirección, etcétera.

Además, también habremos decidido sobre el área económico-financiera: inversiones, capacidad financiera, previsiones de ventas y de gastos, presupuesto de tesorería, balance, etcétera.

Tras todo ello es el momento de preparar los trámites de constitución y puesta en marcha.

Los trámites de constitución y adquisición de personalidad jurídica van a ser diferentes en función del tipo de forma jurídica que vaya a tener nuestro negocio, así como los de puesta en marcha.

Una vez decidido si se trata de un empresario individual o de una Sociedad Mercantil, y siguiendo las indicaciones de tu profesor, decidid cuáles serían los trámites adecuados para constituir el negocio que tenéis planteado.

Para ello, podéis seguir estos pasos:

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas.

- ¿Qué tipo de documentos necesitamos para la constitución y puesta en marcha de nuestra empresa y dónde los podemos conseguir?
- ¿En qué orden debemos llenar la documentación para que nos sea más rápido y fácil?

- ¿Dónde se encuentran los organismos oficiales de la localidad que nos pueden asesorar?
- ¿Vamos a necesitar ayuda externa para realizar los trámites o los podemos realizar nosotros mismos?
- ¿Cuánto tiempo vamos a necesitar para hacer los trámites?
- ¿Nos va a costar mucho dinero?

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, elaborad las siguientes actividades.

- Realizad, tras la discusión y debate con el grupo, una primera propuesta para establecer el orden cronológico en la cumplimentación de los trámites de constitución y puesta en marcha del negocio que habéis decidido.
- Analizad la información y buscad en Internet lo necesario para hacer un esquema con los lugares a los que debéis acudir para conseguir toda la documentación, cumplimentadla y entregadla. Para ayudaros a organizar esta información, podéis confeccionar y llenar una tabla como la siguiente:

Organismo	Dirección	Teléfono	Página web

- Poned en común con el resto de grupos de clase la decisión del tuyo, y sometedla a la opinión del resto de compañeros. También debéis recabar la opinión crítica de vuestro profesor al respecto.

3. Tras ello, podéis completar el apartado del plan de empresa, en el Centro de Enseñanza Online, referente a los trámites de constitución y puesta en marcha de vuestro negocio.

8

Unidad

Qué impuestos tengo que pagar



En esta unidad aprenderemos a:

- Diferenciar el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas.
- Definir las obligaciones fiscales de tu futura empresa.
- Diferenciar los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- Incluir en el plan de empresa la información y el calendario fiscal correspondientes.

Y estudiaremos:

- Los impuestos que deben pagar los distintos tipos de empresas.
- Los conceptos de: Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF); Impuesto de Sociedades (IS); Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE); Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
- Otras obligaciones fiscales y el calendario fiscal.

1. Impuestos que deben pagar los distintos tipos de empresas

A

Vocabulario

Sistema impositivo de la empresa. Conjunto de obligaciones fiscales que la empresa tiene con la Hacienda Pública (pagar impuestos, realizar pagos a cuenta, proporcionar información, practicar retenciones, etcétera).

En esta unidad vamos a estudiar qué impuestos tienen que pagar los distintos tipos de empresa y en qué consiste cada uno de ellos. ¿Por qué? Simplemente para conocer, como futuros empresarios, los impuestos a los que estaremos sometidos.

El objetivo de esta unidad es que tengamos un conocimiento general del **sistema impositivo** que afecta a nuestra empresa. Se da por sentado que la gestión de los impuestos, así como las nóminas y la Seguridad Social, se encargarán a una empresa especializada.

Las empresas están sujetas a **distintos tipos de impuestos** en función de la **forma jurídica** que adopten. En la Fig. 8.1 puedes ver los tipos de impuestos a los que está sometido cada tipo de empresa y más adelante explicaremos en qué consiste cada uno de ellos.

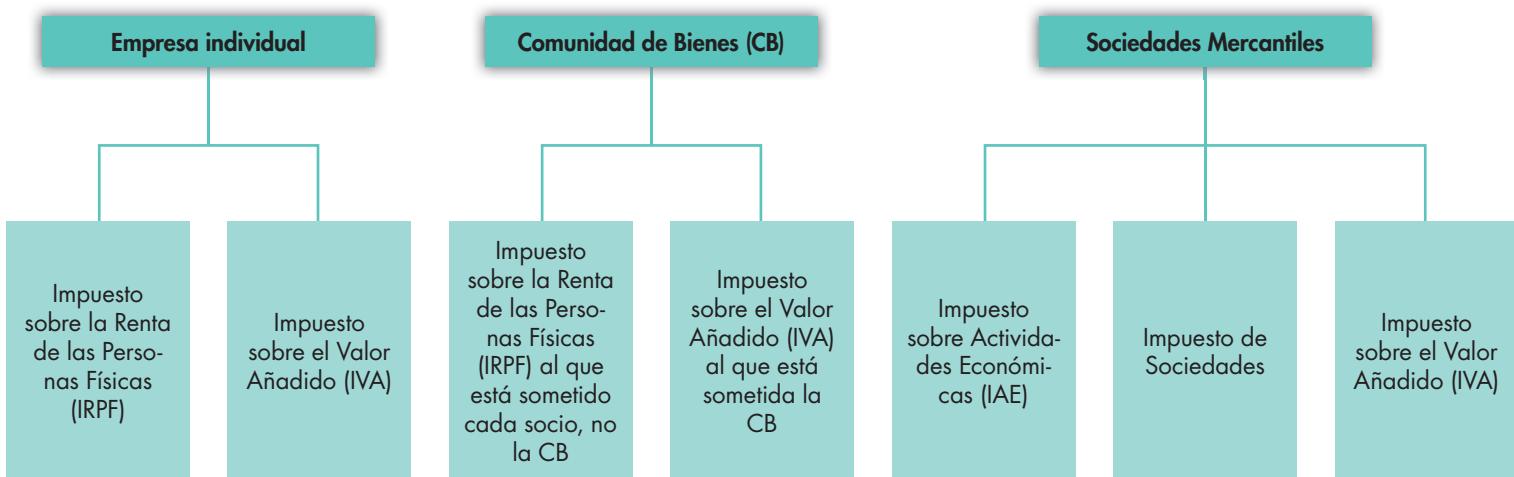


Fig. 8.1. Relación de impuestos que afectan a cada tipo de empresa.

2. Obligaciones fiscales y calendario fiscal

Para comenzar, vamos a ver ciertas **obligaciones fiscales** a las que está sometido el empresario. A continuación veremos una serie de impuestos que vamos a denominar **impuestos menores**, pero no por ello menos importantes. Y para finalizar, veremos el **calendario fiscal**, que nos servirá de recordatorio.

2.1. Obligaciones fiscales

Estas obligaciones de tipo fiscal obligan tanto a los empresarios individuales como a las sociedades, y son:

- Declaración o relación anual de operaciones con terceras personas.
- Retenciones e ingresos a cuenta.

O A. Declaración o relación anual de operaciones con terceras personas

Los empresarios tienen obligación de presentar una declaración anual relativa a sus operaciones económicas con terceras personas, en la que se relacionará a todas las personas, sociedades o entidades con quienes hayan efectuado operaciones que en su conjunto hayan superado los 3 005,06 €. Para presentar esta declaración hay que cumplimentar el **Modelo 347**.



CEO

En el Centro de Enseñanza Online (CEO) podrás ver, entre otros, un ejemplar del Modelo 347 y otro del calendario fiscal.

○ B. Retenciones e ingresos a cuenta

Las sociedades, las empresas individuales y las Comunidades de Bienes **están obligadas a retener** una parte de la renta, cuando satisfagan o abonen rentas en el ejercicio de sus actividades, y después ingresar dicha parte retenida en la Agencia Tributaria.

Las **rentas** a las que nos referimos son, básicamente, las siguientes:

- Rendimientos del **trabajo** (sueldos, salarios, gratificaciones, etc.). El porcentaje que se retiene depende del sueldo anual y del número de hijos.
- Rendimientos del **capital mobiliario** (dividendos, intereses, etc.). Se retendrá el **19%** de los rendimientos.
- Rendimientos de **actividades profesionales** (minutas de abogados, asesores, etc.). Se retendrá el **15%** del importe de la minuta.
- Retenciones sobre los **premios**, sujetos al IRPF, que se obtienen en juegos, concursos, rifas, etc. Se retendrá el **19%** del valor del premio.
- Rendimientos del **capital inmobiliario** procedentes del arrendamiento de inmuebles urbanos. Se retendrá el **19%** del importe del alquiler.
- Rendimientos correspondientes a la **prestación de asistencia técnica**, el **19%**.
- Rendimientos correspondientes a **actividades agrícolas y ganaderas**. Se retendrá el **2%**.

Las retenciones se ingresarán trimestralmente, en los 20 primeros días naturales de los meses de abril, julio, octubre y enero.

Además, todos los contribuyentes que estén obligados a retener presentarán del 1 al 20 de enero del año siguiente un resumen anual de las retenciones e ingresos a cuenta efectuados.



Fig. 8.2. Las empresas deben retener una parte de cada una de sus rentas para ingresarla en la Agencia Tributaria.



Caso práctico 1

Miguel Estévez, nuestro joven emprendedor con el título de técnico superior en Instalaciones Eléctricas, quiere montar un taller.

Lo primero que hace es acudir al despacho de un abogado para consultar una serie de dudas legales; este le pasa una minuta de 100 € por dicha consulta. Alquila un local por 1 000 € mensuales y contrata a un trabajador para que le ayude en la nueva empresa.

Comienza su andadura empresarial haciéndose rápidamente con un número importante de clientes, entre los que destaca un grupo con cuentas que superan, con creces, los 3 000 € en pedidos.

¿Cuáles son las obligaciones fiscales de MiguelES?



Solución

Deberá retener el 15% del importe de la minuta del abogado e ingresararlo en la Agencia Tributaria.

$100 \cdot 0,15 = 15$ €. Abonará 85 € al abogado y entregará 15 € a la Agencia Tributaria.

Deberá retener el 19% del importe del alquiler, es decir, $1\,000 \cdot 0,19 = 190$ €. Así pues, pagará 810 € e ingresará en la Agencia Tributaria 190 €.

Deberá retener a su trabajador un determinado tanto por ciento del salario bruto, en función de lo que gane anualmente ese trabajador y del número de hijos que tenga.

Por último, deberá entregar anualmente a la Agencia Tributaria una relación de aquellos clientes cuyo importe total de compras supere los 3 000 €/anuales.

2.2. Impuestos menores

A continuación vamos a dar una relación, no exhaustiva, de los impuestos más importantes de carácter local, también denominados **impuestos de las haciendas locales** (ayuntamientos y comunidades autónomas). De su gestión se encarga la Agencia Tributaria, pero su importe va a parar a los ayuntamientos o a las comunidades autónomas.

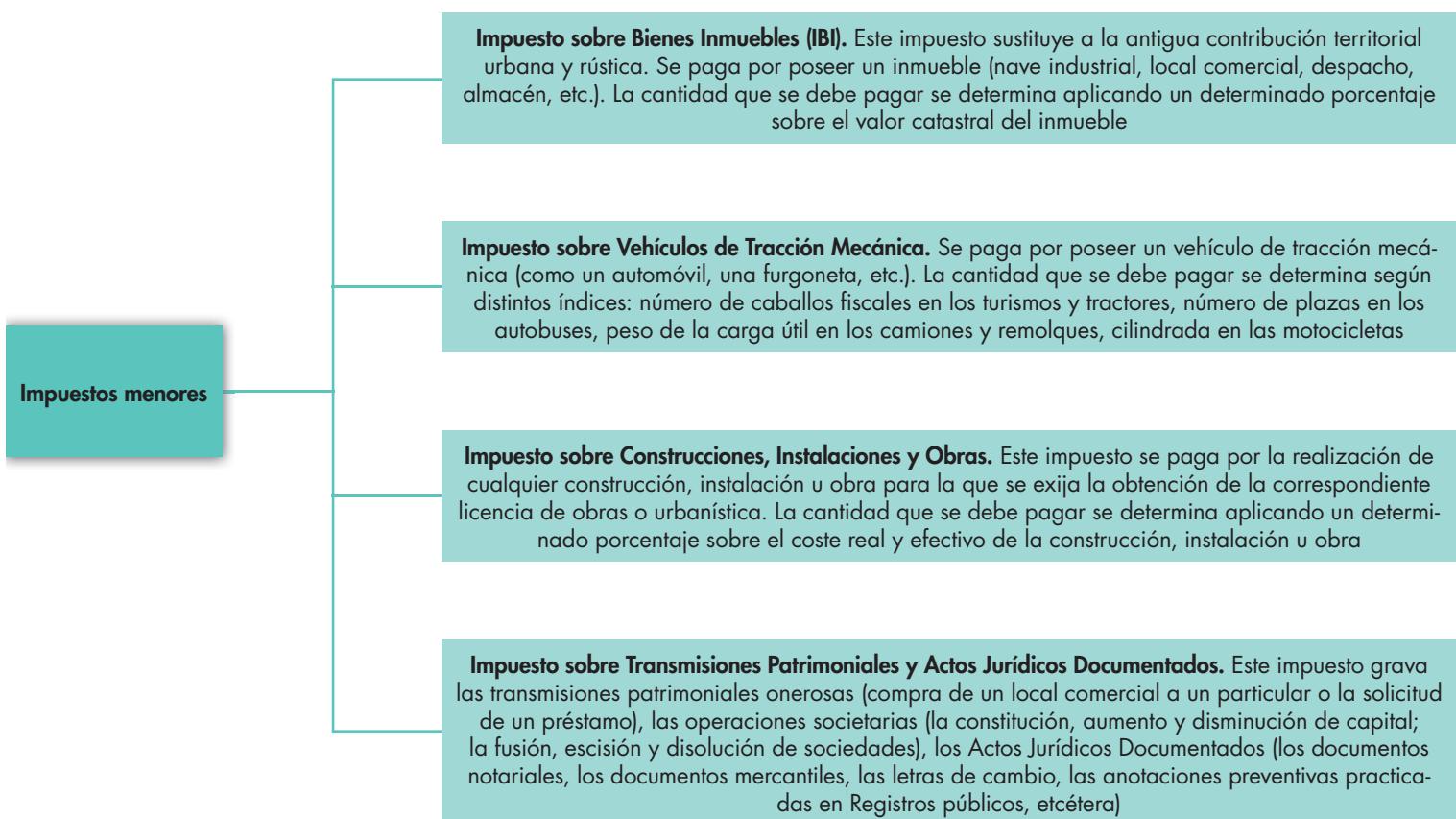


Fig. 8.3. Relación de los impuestos locales más importantes.



Caso práctico 2



Juan y María han comprado un local, a un particular, para instalar su negocio de páginas web, pero para adaptar el local a sus necesidades han tenido que realizar una serie de obras. Además, han comprado un vehículo para la empresa.

¿A qué impuestos menores está sometida Vendemás.com?

Solución

Por la compra del local deberá pagar el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

Por poseer un inmueble pagará el Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI).

Por la reforma del local deberá pagar el Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras.

Por el vehículo deberá pagar el Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica.

2.3. Calendario fiscal

El **calendario fiscal** está dirigido fundamentalmente a recordar a las personas físicas, empresarios y profesionales el cumplimiento de sus principales **obligaciones tributarias** a lo largo del año.

Veamos un modelo de calendario fiscal en la siguiente página web: www.aeat.es.

En la columna de la derecha y en primer término verás *Calendario del contribuyente*. Entra y en la nueva página aparecerá el calendario del contribuyente del año en curso.

En la primera página nos habla de la periodicidad de las autoliquidaciones (trimestral o mensual) y de la forma de presentarlas (impreso o Internet), y nos señala las que obligatoriamente se presentarán a través de Internet. Esta primera página termina con las novedades del año en curso.

En las siguientes páginas nos señala las obligaciones fiscales mes a mes.

Y el calendario fiscal termina recordándonos los diferentes modelos que debemos cumplimentar.

De todas formas, no te preocupes, porque tu **asesor fiscal** te avisará con la antelación suficiente. No obstante, deberás conocer las fechas para preparar los pagos.

Hasta aquí hemos visto las obligaciones fiscales, los impuestos menores y el calendario fiscal. Ahora vamos a comenzar el estudio de los llamados **impuestos mayores**, los cuales explicaremos con mayor detenimiento, debido a su importancia y trascendencia económica.

Estos impuestos son:

**Impuesto sobre
la Renta de las Personas Físicas**

**Impuesto sobre
Actividades Económicas**

Impuesto de Sociedades

**Impuesto sobre
el Valor Añadido**

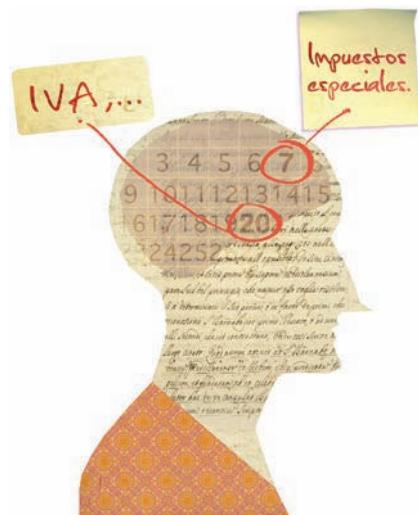


Fig. 8.4. El objetivo del calendario fiscal es recordar y facilitar a la ciudadanía sus obligaciones tributarias.



Actividades

1. Juan Martín, titulado en Electromecánica de vehículos, quiere montar un taller de reparación de vehículos. Para ello alquila un local y compra una plaza de garaje, en el edificio colindante, para guardar la furgoneta.

Adapta el local a sus necesidades, con lo cual se ve obligado a realizar obras de cierta importancia.

Realiza una serie de consultas a una empresa especialista en *marketing* y se concierta, entre otras acciones, hacer una rifa entre sus futuros clientes como acto promocional del taller. Esta consiste en entregar a cada cliente una papeleta para un sorteo consistente en el mantenimiento del automóvil durante dos años o cien mil kilómetros.

Por último, contrata un trabajador a media jornada.

Enumera los impuestos menores a los que se encuentra sometido y las retenciones e ingresos a cuenta que deberá realizar.

3. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)



El **Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)** grava la obtención de renta por las personas físicas con residencia habitual en España, tomando en consideración sus circunstancias personales y familiares.

¿Qué quiere decir que el IRPF tomará en consideración las **circunstancias personales y familiares**? Muy sencillo: que pagará menos el que tenga hijos que el que no los tenga; el discapacitado que el que no lo es; el mayor se 65 años que el menor de 65, etcétera.

Estas **rentas** son:

- Rendimientos del **trabajo** (sueldos, salarios, pensiones, etcétera).
- Rendimientos del **capital mobiliario** (dividendos de acciones, intereses de cuentas, etc.) y del **inmobiliario** (por arrendamiento de bienes inmuebles, etcétera).
- Rendimientos por **actividades económicas** (empresarios, profesionales, etcétera).
- Ganancias y pérdidas patrimoniales** (por transmisiones de bienes, ciertos premios, etcétera).
- Imputaciones de renta** establecidas legalmente (derivadas de la propiedad de ciertos inmuebles distintos de la vivienda habitual no arrendados, etcétera).

Están **obligadas** a presentar declaración por el IRPF las personas físicas que durante el año tuvieron su residencia habitual en España.

Están **excluidas** las personas que hayan percibido exclusivamente uno o varios de los siguientes tipos de rentas, con los límites que en cada caso se señalan:

- Rendimientos íntegros del **trabajo**, límite 22 000 € anuales.
- Rendimientos íntegros de **capital mobiliario** y **ganancias patrimoniales** sometidos a retención o ingreso a cuenta, 1 600 € anuales.
- Rentas inmobiliarias** imputadas que procedan de la titularidad de inmuebles, rendimientos de letras del tesoro y subvenciones para la adquisición de viviendas de protección oficial o de precio tasado, con el límite conjunto de 1 000 € anuales.

No tendrán que declarar: los contribuyentes que obtengan exclusivamente rendimientos del trabajo, del capital (mobiliario e inmobiliario), de actividades económicas y ganancias patrimoniales, sometidas o no a retención, cuando la suma de todos ellos no exceda de 1 000 € anuales, y las pérdidas patrimoniales sean inferiores a 500 €. Si el contribuyente supera alguno de estos límites, tiene obligación de presentar su declaración.

Nosotros en este apartado hablaremos de cómo se calculan los rendimientos de actividades económicas (empresarios, profesionales...) para, una vez calculados, incorporarlos al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

¿Qué debemos calcular?

Los empresarios individuales están obligados a incluir en su declaración anual de la renta (IRPF) los beneficios o rendimientos netos obtenidos por sus empresas. Así pues, lo que debemos calcular son los beneficios que ha obtenido la empresa.

¿Qué empresas están obligadas a declarar sus beneficios a través del IRPF?

En general, aquellas que no lo están por el Impuesto de Sociedades:

Empresas individuales

Comunidades de Bienes
(cada uno de los integrantes, no la CB)

¿Qué regímenes existen para calcular el beneficio o rendimiento neto?

Las empresas se acogen a un régimen u otro según su facturación anual.

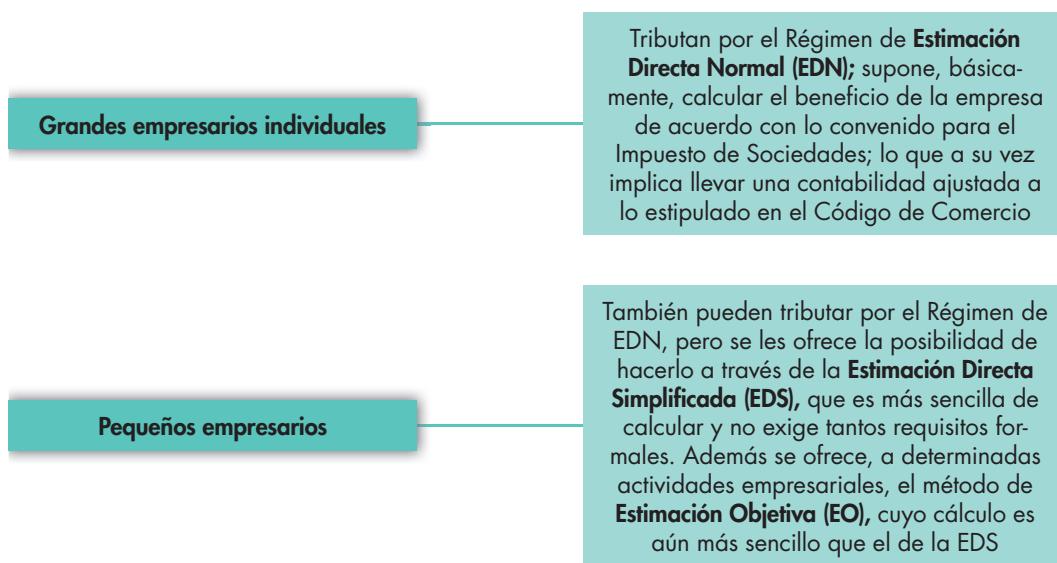


Fig. 8.6. Diferentes formas de estimación de los rendimientos netos.

¿A qué régimen debo acogerme?

Si tu empresa facturó **más de 600 000 €** el pasado ejercicio, deberás elegir obligatoriamente el Régimen de Estimación Directa Normal (**EDN**)

Si tu empresa facturó **entre 450 000 y 600 000 €** el pasado ejercicio, podrás elegir también el Régimen de Estimación Directa Simplificada (**EDS**)

Si tu empresa facturó **menos de 450 000 €** el pasado ejercicio, no gastó más de 300 000 € en la compra de bienes y servicios, no ha renunciado al Régimen Simplificado de IVA y cumple las exigencias específicas que se citan para cada actividad en la Orden EHA/99/2010 (por ejemplo, para instalaciones de fontanería, frío, calor y acondicionamiento de aire, la exigencia es tener un máximo de cuatro empleados), en ese caso podrías acogerte, además, a Estimación Objetiva (**EO**)



¿Sabías que...?

No se debe confundir **ingresos** con **beneficios**. Por ejemplo, si se venden 4 unidades por 100 € y para fabricar las 4 unidades se han invertido 75 €, entonces:

Ingresos: 100 €

Costes: 75 €

Beneficios: $100 - 75 = 25$ €

Así pues, una cosa son los **ingresos** y otra los **beneficios**.

¿Se puede renunciar a un régimen en favor de otro?

Sí, se puede renunciar a la EO y acogerse, obligatoriamente, a la EDS; una vez elegida esta última, se puede renunciar a ella y elegir la EDN.

@ Web

www.aseme.es

ASEME

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MUJERES EMPRESARIAS

Simulador de gestión empresarial

Noticias

Publicaciones

Miembros

Miembros Asociados

Asociaciones de ASEME

Simulador de Gestión Empresarial

Enlaces de Interés

Contacta con Nosotros

Proyectos

Associate

PROYECTO INNOVASEME

EO

CDSI

Zona de Asociados

Zona de Gestión

Patrocinador del Premio Empresaria del Año 2010

Centro Integrado de Empleo - Servicio Público y gratuito para las personas inscritas en el Servicio Regional de Empleo de la Comunidad de Madrid.

SIGUENOS TAMBIÉN EN FACEBOOK - >>>

VIVERO DE EMPRESAS DE CABANACHES - Cuenta con 6.100 metros cuadrados y tiene disponible para alquilar 31 espacios >>>

REVISTA N° 40 - >>>

Are

Entra en esta página y dirígete a la columna izquierda, pica en *Simulador de gestión empresarial* y sigue las indicaciones.

Te divertirás practicando lo aprendido.

¿Cómo se calcula el beneficio o rendimiento neto?

- En **EDN** se calcula por la diferencia entre los ingresos computables y los gastos deducibles. Pero, como ya dijimos, exige llevar una contabilidad ajustada a lo dispuesto en el Código de Comercio, y legalizar los libros en el Registro Mercantil. Es el régimen más complicado y difícil de llevar.
- En **EDS** se calcula también por la diferencia entre ingresos computables y gastos deducibles; no obstante, existen ciertos gastos que no se permite deducir, mientras que en EDN sí se deducen. Para compensar este agravio se permite deducir el 5 % de los rendimientos netos. Las exigencias contables y registrales se relajan mucho, hasta el punto de exigir únicamente un libro de registro de gastos, otro de ingresos, y uno de inversiones, nada más. Es un régimen relativamente sencillo de llevar.
- En **EO** el cálculo se realiza de la siguiente forma: la ley establece unos módulos según el número de trabajadores, los metros del local, etc. para cada actividad, y también fija un valor para cada módulo. Puedes ver un ejemplo en la Tabla 8.1.

A continuación, se multiplica el número de unidades de cada módulo por su valor, y al final se suman los totales. De la cantidad resultante se descuentan una serie de incentivos, que vienen marcados por la Orden EHA/3063/2010.

Con este régimen apenas se exigen requisitos formales, por lo que, de los tres regímenes, puede considerarse el más sencillo y fácil de aplicar.



Caso práctico 3



Juan Martín, titulado en Electromecánica de vehículos, ha montado un taller de reparación de vehículos en un local de 500 metros cuadrados, y ha creído conveniente contratar a dos trabajadores.

Partiendo de los módulos de la Tabla 8.1, calcula el rendimiento neto de forma aproximada.

Ten en cuenta que tiene derecho a que se le descuenten, por distintos motivos, 18 900 €.

Solución

Calculamos el valor de los módulos:

Dos asalariados a 4 157,08 cada uno = 8 314,16 €

Una persona no asalariada (Juan Martín) = 17 094,42 €

Quinientos metros cuadrados a 27,08 € el metro = 13 540 €

En total 8 314,16 € + 17 094,42 € + 13 540 € = 38 948,58 €

Rendimiento neto = 38 948,58 – 18 900 = 20 048,58 €

Pagos fraccionados y liquidación del impuesto

A estos tres sistemas se les exige que realicen cada trimestre (abril, julio, octubre y enero) pagos fraccionados. Esto es, que cada tres meses entreguen a la Agencia Tributaria unas cantidades a cuenta de lo que les corresponderá pagar cuando liquiden el impuesto. En realidad, es un pago del impuesto por adelantado.

La liquidación del impuesto la realizamos del 1 de mayo al 30 de junio del año próximo.



Caso práctico 4

Alberto Juanes, titulado medio en Formación Profesional, es titular en Sevilla de una empresa dedicada a la fabricación de estructuras metálicas. El negocio está acogido al Régimen de Estimación Directa Simplificada y presenta los siguientes datos:

Ingresos por ventas: 141 280 €

Gastos:

Consumo de materias primas	32 500 €	Tributos	7 500 €
Gastos de personal	50 000 €	Servicios de asesoría	1 200 €
Reparaciones	2 800 €	Amortizaciones	15 740 €
Suministros	5 000 €	Provisión para insolvencias	6 000 €

¿Cuál es el rendimiento neto o beneficios que debe declarar en el IRPF?

Solución

1. Ingresos: 141 280 €

2. Gastos:

Consumo de materias primas	32 500 €	Tributos	7 500 €
Gastos de personal	50 000 €	Asesoría	1 200 €
Reparaciones	2 800 €	Amortizaciones	15 740 €
Suministros	5 000 €	Provisión para insolvencias	0 €

Total gastos deducibles 114 740 €

3. Diferencia ingresos – gastos: $141\,280 - 114\,740 = 26\,540$ €

4. Porcentaje de gastos: $5\% \cdot 26\,540 = -1\,327$ €

5. Rendimiento neto: $26\,540 - 1\,327 = \mathbf{25\,213}$ €



Importante

En la solución al Caso práctico 4 verás que uno de los gastos, concretamente el último, «Provisión para insolvencias», es igual a cero. No se trata de un error, sino que dicho gasto forma parte de aquellos que no son deducibles en EDS, y en compensación deducimos el 5% de los rendimientos netos.



Actividades

2. ¿A qué impuestos están sometidas las empresas individuales?
3. ¿A qué impuestos están sometidas las sociedades?
4. La Comunidad de Bienes ¿qué impuestos debe liquidar?
5. Un empresario individual se pregunta si tiene que pagar impuestos por los beneficios que obtenga su empresa, y si a él le afecta el Impuesto de Sociedades. ¿Sabrías responderle?
6. ¿Podrías explicar para qué te servirían los pagos a cuenta, o pagos fraccionados, si fueras un empresario individual?
7. Si un empresario individual te dijera que se hace un lío con los tres sistemas que existen para calcular los beneficios de su empresa y que no sabe cuál de ellos debe elegir, ¿podrías explicárselo?
8. Clasifica los tres sistemas para calcular el beneficio de una empresa, de menos complicado a más complicado, en lo que se refiere a requisitos contables y registrales.
9. Lo que calculamos con la Estimación Directa, ya sea normal o simplificada, y con la Estimación Objetiva, ¿es la cantidad que tenemos que pagar a la Agencia Tributaria por los beneficios obtenidos en nuestra empresa?

A**Vocabulario**

Resultados negativos. Si un año tenemos pérdidas, es posible compensarlas con los beneficios de los siete próximos años.

Deducciones en el IS. De la cuota íntegra se deducirán aquellas cantidades que permita la Ley del Impuesto de Sociedades.

Retenciones. Todas aquellas retenciones que hayan podido practicarle a la sociedad, como, por ejemplo, al pagarle el banco los intereses.

Pagos fraccionados. Son los pagos a cuenta que ha realizado la sociedad durante todo el año.

Cuota íntegra. Cantidad resultante de aplicar a la base imponible el tipo de gravamen.

**¿Sabías que...?**

El Impuesto de Sociedades **no es progresivo** como el IRPF.

En el IRPF las personas físicas cuanto más ganan, más pagan (mayor es el % a pagar); sin embargo, las sociedades, salvo ciertas excepciones, siempre pagan lo mismo: el 30%.

4. El Impuesto de Sociedades

Debido a la enorme complejidad de este impuesto, daremos unas **nociones básicas** que nos proporcionen una visión general.

¿Qué empresas están obligadas a tributar por el Impuesto de Sociedades?

Todas las sociedades y entidades que tengan personalidad jurídica propia, concretamente: Sociedad Anónima, Sociedad Limitada, Sociedad Limitada Nueva Empresa, Sociedades Laborales, Sociedad Cooperativa, Sociedad Colectiva y Sociedad Comanditaria.

¿Sobre qué recae este impuesto?

El objeto del tributo son los **beneficios** obtenidos por la empresa.

¿Qué parte de los beneficios se deben pagar a la Hacienda Pública?

Generalmente el **30%**; no obstante, existen excepciones, como, por ejemplo, las sociedades consideradas de **reducida dimensión**, que tributarán al 25% por los primeros 300 000 €, y el resto al 30%. Se consideran empresas de reducida dimensión aquellas cuyo volumen de ventas no supera los 10 millones de euros al año.

¿Cada cuánto tiempo se debe pagar el impuesto?

Se tiene que pagar **cada ejercicio económico**, esto es, cada doce meses. La mayoría de las empresas hacen coincidir su ejercicio económico con el año natural.

¿Deben realizarse pagos fraccionados?

Se exige a las sociedades que realicen en los primeros 20 días naturales de los meses de abril, octubre y diciembre pagos a cuenta. Esto es, que entreguen a la Agencia Tributaria unas cantidades (18% de la cuota íntegra del año pasado) a cuenta de lo que les corresponderá pagar cuando liquiden el impuesto. En realidad es un pago del impuesto por adelantado.

La liquidación del impuesto se realizará, siempre que nuestro ejercicio contable coincida con el año natural, entre el 1 y el 25 de julio de cada año.

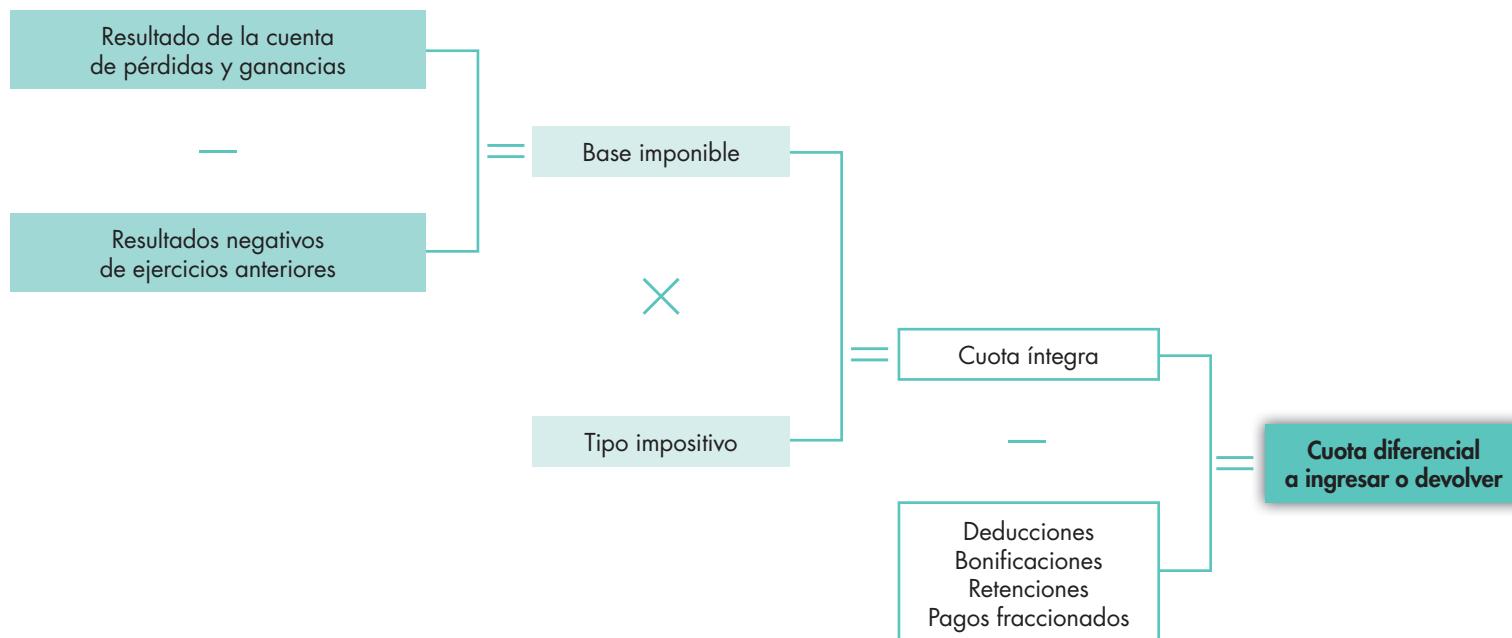


Fig. 8.7. Esquema de la liquidación del Impuesto de Sociedades.



Caso práctico 5



Javier Martín y Manuel Sánchez, socios de la Sociedad Limitada Autos Marsán, presentan los siguientes datos a final de año:

Beneficios obtenidos por la sociedad: 1 200 000 €.

Bases imponibles negativas de ejercicios anteriores: 200 000 €.

Facturación: 9 000 000 €.

Tiene derecho a unas deducciones de 10 000 €.

Pagos a cuenta que realizó durante el año: 160 000 €.

¿Cuánto deberá ingresar en la Agencia Tributaria en concepto de Impuesto de Sociedades?

Solución

Como ha facturado más de 8 000 000 € no podemos considerarla de reducida dimensión; por lo tanto, tributará al 30%.

$$1\,200\,000 - 200\,000 = 1\,000\,000 \text{ €}.$$

$1\,000\,000 \cdot 0,30 = 300\,000 \text{ €}$; de esta cantidad restará las deducciones a las que tiene derecho: 10 000 €.

$300\,000 - 10\,000 = 290\,000 \text{ €}$, y de la cantidad resultante restará los pagos a cuenta que realizó durante el año: 160 000 €.

$290\,000 - 160\,000 = 130\,000 \text{ €}$ será la cantidad final que deberá ingresar.



Claves y consejos

El primer destino de los beneficios es cubrir las pérdidas de otros ejercicios, si estas no se han podido cubrir con las reservas.

¿Qué son las reservas? La empresa está obligada a destinar el 10% de los beneficios a reservas, y estas solo se pueden destinar a cubrir pérdidas. Por eso, si las pérdidas no se cubren con las reservas, se tienen que cubrir con los beneficios de los ejercicios próximos.

5. El Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

Están sujetas a este impuesto las empresas cuya forma jurídica sea de la sociedad. Durante los dos primeros años, la sociedad está exenta de pago, y a partir del tercer año está obligada al pago del impuesto siempre que la cifra de ventas alcance el millón de euros al año. Por tanto, las empresas individuales no están sujetas al IAE, pero, no obstante, deberán darse de alta en el IAE mediante el impreso **036 o 037** a efectos de alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores.

Como podemos observar, es un impuesto que no está pensado para pequeñas empresas, y por tanto obviamos su explicación.

Tiene una **doble función** para la Hacienda Pública: por un lado le sirve como **censo**, tanto de empresarios, como de profesionales y retenedores; por otro lado, es un **instrumento de recaudación**, ya que es un impuesto que recae sobre las sociedades que facturen más de un millón de euros al año.

Por lo tanto, deberán darse de alta en el censo del IAE empresas individuales y sociedades. Y estarán sujetas al pago del impuesto, únicamente, las sociedades que facturen más de un millón de euros al año.

Es un tributo de carácter municipal, lo que quiere decir que todo lo recaudado va a parar a las Haciendas locales, pero su gestión está encomendada a la Agencia Tributaria.

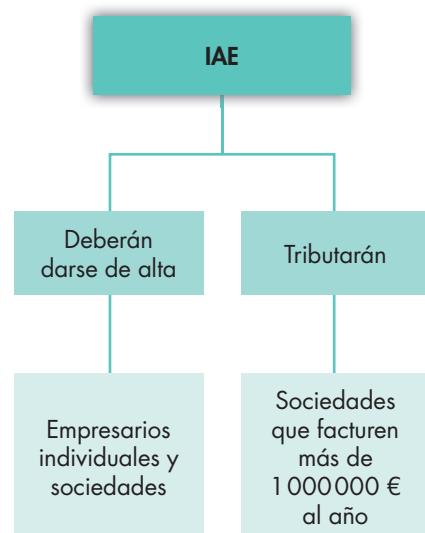


Fig. 8.8. Todas las empresas se darán de alta, y solo las sociedades que facturen más de un millón de euros tributarán.



Caso práctico 6

La Sociedad Limitada Antón Benito, dedicada a la venta de artículos para la pesca profesional, facturó este año 1 500 000 €.

La Comunidad de Bienes Bartolo y Bartolo CB es un chiringuito de playa que facturó este año 700 000 €.

La empresaria Casimira Fernández, que regenta la empresa de su propiedad, denominada Acuatic Motors SLU, dedicada al alquiler y venta de motos acuáticas en la playa de Fuengirola, facturó este año 300 000 €.

¿Está sometida alguna de estas empresas al Impuesto sobre Actividades Económicas?

Solución

En principio la Sociedad Limitada Antón Benito está sometida al IAE porque cumple con los dos requisitos exigidos: factura más de un millón de euros y tiene forma jurídica de sociedad.

La Comunidad de Bienes Bartolo y Bartolo CB no cumple ninguno de los requisitos exigidos: factura menos de un millón de euros y no tiene forma de sociedad, ya que la CB no tiene la consideración de sociedad.

Acuatic Motors SLU cumple uno de los dos requisitos, ya que tiene forma de sociedad, pero no factura más de un millón de euros.



Claves y consejos

Cuadro-resumen IAE

¿Quién debe darse de alta?	Sociedades y empresarios individuales
¿Quién tributa?	Sociedades que facturen más de 1 000 000 €/año
Exenciones	Sí, durante los dos primeros años
¿Cada cuánto tiempo se paga el impuesto?	Todos los años
¿A quién recae lo recaudado?	A los ayuntamientos



Actividades

10. ¿Qué tipo de empresas están sujetas al IAE?

11. La fábrica de muebles Duncan SL, dedicada a la fabricación de muebles a medida, no sabe qué requisitos debe cumplir una empresa para verse obligada a pagar el IAE. ¿Qué requisitos se le exigirán a Duncan SL para someterse al IAE?

12. La fábrica anterior ha facturado las siguientes cantidades a sus clientes:

- Cliente Amparo Muñoz, empresaria individual: 500 € en enero; 400 € en agosto; 1 300 € en diciembre.
- Cliente Bidasa SL: 2 000 € en febrero; 600 € en junio; 500 € en noviembre.
- Cliente Comunidad de Bienes Mueblería La Moderna CB: 12 000 € en febrero.
- Cliente Dionisio Muebles de Lujo SL: 230 € en marzo; 1 600 € en julio; 170 € en noviembre.

Redacta la declaración o relación anual de operaciones con terceras personas.

13. La empresa Vendemás.com sortea entre sus clientes un automóvil valorado en 12 000 €. Efectuado el sorteo, aparece el ganador y Vendemás.com le comunica que debe entregarle 1 800 € en concepto de retención. ¿Es correcta esta retención?

14. Una empresa de calzado constituida como Sociedad Limitada presenta los siguientes datos a final de año:

- Beneficios obtenidos por la sociedad: 1 200 000 €.
- Facturación: 9 000 000 €.

Calcula los costes o gastos en que incurrió esta sociedad para poder realizar la facturación que se indica.

6. El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)

El **IVA** es un impuesto que **grava el consumo** y recae sobre el consumidor final. Los empresarios son los encargados de ingresarlo en la Agencia Tributaria, y deben cargarlo a sus clientes cuando facturan las operaciones.

Por tanto, el IVA **no afecta a los empresarios como impuesto**, ya que ellos no están sometidos a él; les afecta en cuanto que son los encargados de cargarlo a sus clientes e ingresarlos en Hacienda.

Se aplica en todo el territorio nacional, excepto en Ceuta, Melilla y Canarias.

Se divide en dos regímenes: el **Régimen General** y los **regímenes especiales**.

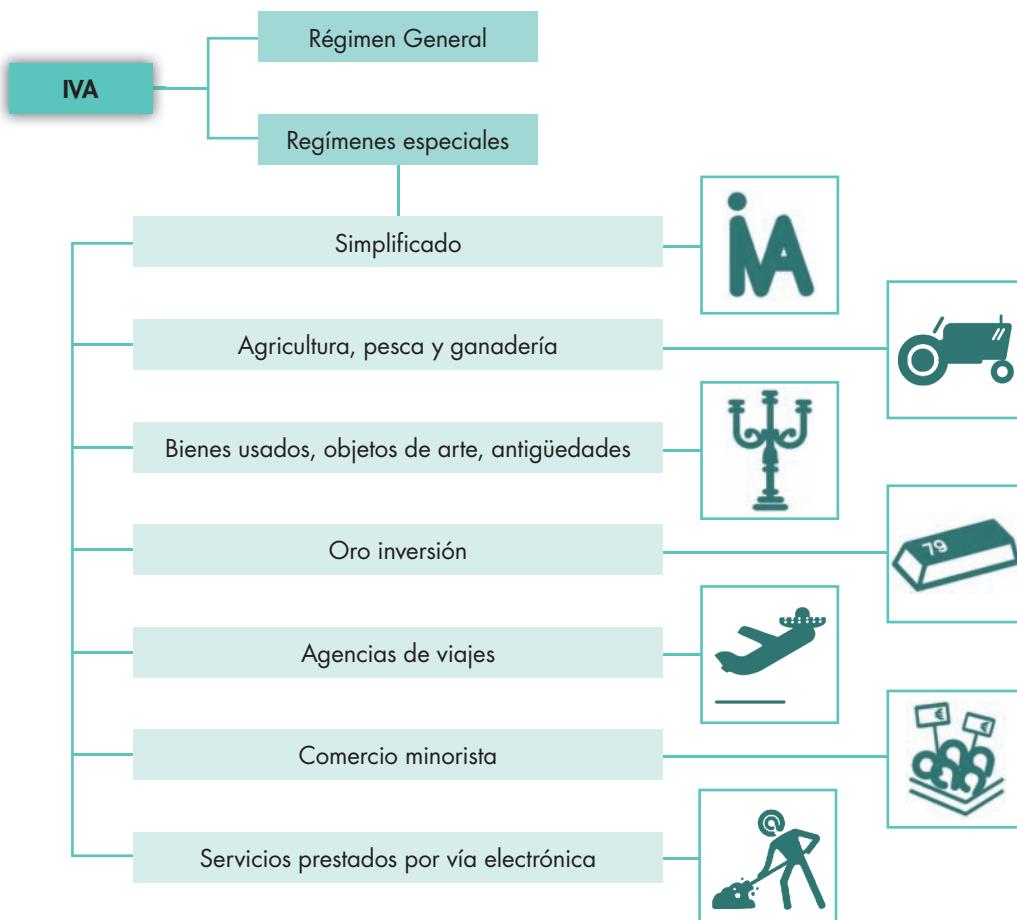


Fig. 8.9. Regímenes del IVA.

6.1. Régimen General

A continuación vamos a ver algunos de los aspectos fundamentales del Régimen General.

A. ¿Cómo se calcula?

Cuando un empresario compra mercadería debe pagar el IVA que le carga su proveedor; a este IVA se le conoce como **IVA soportado**.

Cuando este empresario vende sus productos, carga a sus clientes el IVA correspondiente; es el **IVA repercutido**.



Vocabulario

IGIC. Impuesto General Indirecto Canario. Este impuesto sustituye al IVA en las islas Canarias.

IPSI. Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación. Sustituye al IVA en Ceuta y Melilla.



Ejemplos

Veamos un ejemplo de **cálculo de IVA**.

Una empresa compra productos sujetos al 8% de IVA por un total de 20000 € sin incluir el IVA. Por otro lado, realiza una serie de gastos que en total suponen 10000 € con el 4% de IVA incluido.

Vendió productos por un total de 50000 € sin incluir el 16% de IVA. Y también vendió productos sujetos al 8% de IVA por un total de 30000 € sin incluir IVA.

¿Cómo realizará la liquidación del IVA?

La solución es sencilla:

IVA soportado:

Compra de productos por 20000 € sin incluir 8% de IVA: $20000 \cdot 0,08 = 1600$ €

Gastos por 10000 € incluido 4% de IVA: $(10000 / 1,04) \cdot 0,04 = 384,60$ €

Total IVA soportado: $1600 + 384,60 = 1984,60$ €

IVA repercutido:

Ventas por 50000 € sin incluir 16% de IVA: $50000 \cdot 0,16 = 8000$ €

Ventas por 30000 € sin incluir 8% de IVA: $30000 \cdot 0,08 = 2400$ €

Total IVA repercutido $8000 + 2400 = 10400$ €

Liquidación del IVA:

IVA repercutido - IVA soportado = $10400 - 1984,60 = 8451,40$ € que la empresa debe **ingresar** en la Agencia Tributaria.

Como se puede observar en la Fig. 8.10, el empresario no soporta este impuesto, ya que el IVA que él ha soportado lo descuenta del IVA que ha repercutido a sus clientes; si le sobra, ingresa el exceso en la Agencia Tributaria, y si no resulta suficiente, le pide el resto a la Agencia Tributaria.

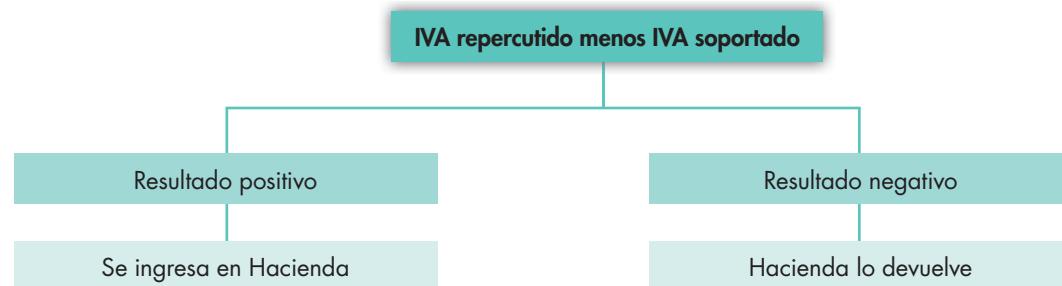


Fig. 8.10. Liquidación del IVA en el Régimen General.

El precio del producto o servicio sirve de Base Imponible para el cálculo del IVA, y en él se incluirán: comisiones, portes, seguros, primas, intereses de pagos aplazados, subvenciones, tributos (sin incluir el propio IVA), importe de los envases, embalajes, etc. Si se hace descuento, el IVA se cargará después de haberlo realizado.

○ B. ¿Cuáles son los tipos impositivos?

Superreducido: 4%	Reducido: 8 %	General: 18 %	Operaciones exentas de IVA
Pan	Transporte de viajeros	Cosméticos y productos de droguería	Servicios de correos
Leche	Servicios de hostelería	Alcoholes de alta graduación, vino y cerveza	Servicios de hospitales
Quesos	Entradas a teatros, circos, museos, etcétera	Textil	Servicios médicos
Huevos	Servicios funerarios	Informática	Seguros
Frutas, verduras y hortalizas	Semillas	Repuestos del automóvil	Loterías estatales
Libros, revistas, periódicos, etcétera	Viviendas	Resto de productos o servicios no exentos	Venta de viviendas de segunda mano
Medicamentos de uso humano, etc.			

Tabla 8.2. Tipos de IVA.



Claves y consejos

Puede expedirse un **tique** en las operaciones de cuantía inferior a 3000 € (autopistas, aparcamiento de vehículos, salas de baile) y se debe hacer constar:

- Número y, en su caso, serie.
- NIF y nombre y apellidos, o denominación social completa, del obligado a expedirlo.
- Tipo impositivo aplicado, o la expresión: IVA incluido.
- Contraprestación total.

○ C. ¿Cuáles son las obligaciones formales en cuanto al IVA?

- Darse de alta en el censo de etiquetas y opciones de IVA.
- Hacer declaración previa de IVA.
- Exigir y entregar factura, y conservar copia durante cinco años.
- Libros de registro:
 - Libro de registro de facturas emitidas.
 - Libro de registro de facturas recibidas.
 - Libro de registro de bienes de inversión.
 - Libro de registro de determinadas operaciones intracomunitarias.

O D. Declaraciones. Liquidaciones trimestrales y resumen anual

Las declaraciones pueden hacerse de **dos formas**:

- Mensualmente**, entre el 1 y el 20 del mes siguiente, modelo 303, adjuntando la declaración informativa de facturas emitidas y recibidas, modelo 340.
- Trimestralmente**, en este último caso se presentarán cuatro declaraciones trimestrales del 1 al 20 de abril, de julio y de octubre y del 1 al 30 de enero, modelo 303.

Junto con la última declaración ha de presentarse también el **resumen anual**, modelo 390, tanto si la declaración es mensual como trimestral. Dicho resumen anual es una declaración de carácter informativo que contiene el conjunto de las operaciones realizadas a lo largo del año natural.

Régimen General	Tipos	4%	8%	18%
	Cálculo	IVA repercutido – IVA soportado =		
		Positivo: ingresar en Agencia Tributaria		
		Negativo: devolver por la Agencia Tributaria		

Tabla 8.3. Resumen del Régimen General del IVA.



¿Sabías que...?

En caso de invalidez que supere el 33%, a la hora de adquirir un vehículo el IVA se reduce del 18% al 4%.



Claves y consejos

Modelos de declaración. El modelo 390 se emplea para presentar el resumen anual del IVA. Pero antes debemos presentar, cada mes o cada trimestre, la declaración mensual o trimestral de IVA en el modelo 303, y después vendrá el resumen anual en el 390.



Caso práctico 7



La empresa Autos Marsán compró materias primas y soportó un IVA de 90 000 €. Asimismo, vendió productos y repercutió un IVA de 170 000 €.

¿Cuál es la liquidación del IVA?

Solución

$$\text{IVA repercutido} - \text{IVA soportado} = 170\,000 - 90\,000 = 80\,000 \text{ €.}$$

Este empresario deberá ingresar en la Agencia Tributaria 80 000 € en concepto de liquidación de IVA.



¿Sabías que...?

El Gobierno aprobó en 2009 la posibilidad de solicitar la **devolución mensual del IVA**.

Es un régimen voluntario, y por tanto deberá ser el empresario el que lo solicite. A los que se acojan a este régimen se les devolverá el IVA que corresponda en su caso, todos los meses.

No podrán acogerse los que tributen en Régimen Simplificado (excepto si se dedican al transporte de viajeros o mercancías por carretera). Además, el solicitante se compromete a hacer las liquidaciones por Internet (modelo 303) y el pago se hará exclusivamente por transferencia bancaria.



Caso práctico 8



La empresa Vendemás.com pagó el IVA a sus proveedores por importe de 300 000 € y repercutió a sus clientes el IVA por un valor de 240 000 €.

¿Cuál es la liquidación del IVA?

Solución

$$\text{IVA repercutido} - \text{IVA soportado} = 240\,000 - 300\,000 = - 60\,000 \text{ €; esta cantidad se la devolverá la Agencia Tributaria al empresario, ya que este no ha podido recuperar el IVA que soportó.}$$



Fig. 8.11. Los comercios minoristas se rigen por un Régimen Especial del IVA.

6.2. Regímenes especiales

Los **regímenes especiales de IVA** son:

- Régimen **Simplificado** (voluntario).
- Régimen Especial de **Agricultura, Pesca y Ganadería** (voluntario).
- Régimen Especial de **Bienes Usados, Objetos de Arte, Antigüedades y Objetos de Colección** (voluntario).
- Régimen Especial del **Oro de Inversión** (obligatorio).
- Régimen Especial de las **Agencias de Viajes** (obligatorio).
- Régimen Especial del **Comercio Minorista** (obligatorio).
- Régimen Especial de los **Servicios Prestados por vía Electrónica** (voluntario).

Todos estos regímenes son voluntarios excepto los del Oro de Inversión, las Agencias de Viajes y el Comercio Minorista, que son obligatorios.

Por su importancia desarrollaremos el **Régimen Simplificado** y el **Régimen Especial del Comercio Minorista**.

A. Régimen Simplificado

¿Qué requisitos hay que cumplir para pertenecer a este régimen?

Lo más directo es dirigirse a la Agencia Tributaria y preguntar si nuestra actividad puede acogerse al Régimen Simplificado del IVA. No obstante, un requisito imprescindible es que el beneficio de la empresa se halle a través de la Estimación Objetiva.

¿Cómo se calcula la liquidación del IVA?

La liquidación del IVA se calcula de una forma muy similar a como se calculan los beneficios en Estimación Objetiva. Esto es, en función de una serie de módulos (número de trabajadores, metros de local, etc. –véase la Tabla 8.4), que para cada actividad establece la Orden EHA/3063/2010, se calcula el IVA repercutido y de él se restará el IVA soportado.

Se exigen muy pocas obligaciones formales.

¿Deben realizarse pagos fraccionados?

Efectivamente. Se realizarán en abril, julio, octubre y enero.

La declaración-liquidación final del IVA se realizará entre el 1 y el 30 de enero del año siguiente.

¿Se puede renunciar a este régimen?

Naturalmente, pero te obliga a renunciar también al Régimen de Estimación Objetiva, ya que los dos regímenes son inseparables.

Si renuncias a este régimen, deberás pasarte obligatoriamente al Régimen General.

Módulo	Valor por unidad
Personal asalariado	6 519,06 €/persona
Superficie del local	12,60 €/m ²

Tabla 8.4. Módulos y valor de los mismos para un taller de reparación de vehículos.

O B. Régimen Especial del Comercio Minorista: recargo de equivalencia

¿En qué consiste este régimen?

Se trata de que el minorista no liquide el IVA y lo haga por él su proveedor. Así pues, cuando el minorista se dirige a su proveedor (mayorista) y realiza una compra, este le carga el IVA correspondiente más un recargo (recargo de equivalencia). A cambio de este recargo, el minorista delega todas las obligaciones relativas al IVA.

¿Se puede renunciar a este régimen?

Rotundamente no; es **obligatorio** para los minoristas.

Quedan excluidos de este régimen los minoristas cuya actividad sea la venta de: vehículos, embarcaciones, aviones, accesorios y piezas de recambio de medios de transporte, joyas, prendas de piel, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, bienes usados, aparatos de avicultura y apicultura, productos petrolíferos, maquinaria industrial, materiales de construcción de edificaciones, minerales, metálicos y oro de inversión.



Caso práctico 9

Ricardo Valenciaga, empresario individual, dedicado a la venta al detalle de alimentos, se dirige a su mayorista habitual para hacer el pedido mensual. Realiza las siguientes compras:

- Productos sometidos a un IVA reducido: 3 500 €.
- Productos sometidos a un IVA superreducido: 2 600 €.
- Productos sometidos a un IVA normal: 4 300 €.

Además, el mayorista aplica un descuento del 12% a los productos sometidos al 8% de IVA y un recargo por envases de 65 € a los productos sometidos al 18%.

Importante

Los **recargos de equivalencia** son:

- Tipo IVA 18%; recargo de equivalencia: 4%.
- Tipo IVA 8%; recargo de equivalencia: 1%.
- Tipo IVA 4%; recargo de equivalencia: 0,50%.
- Tabaco; recargo de equivalencia: 1,75%.

Calcula el importe que debe pagar.

Solución

$$2600 + (2600 \cdot 0,04) + (2600 \cdot 0,005) = \mathbf{2717 \text{ €}}$$

$$3500 - (3500 \cdot 0,12) = \mathbf{3080 \text{ €}}$$

$$3080 + (3080 \cdot 0,08) + (3080 \cdot 0,01) = \mathbf{3357,20 \text{ €}}$$

$$4300 + 65 = \mathbf{4365 \text{ €}}$$

$$4365 + (4365 \cdot 0,18) + (4365 \cdot 0,04) = \mathbf{5325,30 \text{ €}}$$

$$\text{Importe total: } 2717 + 3357,2 + 5325,3 = \mathbf{11\,399,50 \text{ €}}$$



Actividades

15. Un consumidor se dirige a una ferretería y compra un candado de seguridad cuyo precio es 25 €. Dicho consumidor pide factura con el IVA debidamente desglosado. Sabiendo que ese artículo está sometido a un IVA del 4%, desglosa esa factura de tal forma que figure el precio del artículo más el 4% de IVA, y todo ello igual a 25 €.
16. La empresa Vendemás.com prestó servicios por valor de 60 101,21 € e hizo un descuento del 13% sobre dicha cantidad. Cargó, en concepto de desplazamientos, 1 803,03 €. Teniendo en cuenta que pagó a sus proveedores 42 070,84 € por el IVA soportado, y que el producto está sometido al 8% de IVA, ¿podrías hacer la liquidación del IVA?
17. ¿Existen operaciones exentas del pago del IVA? En caso afirmativo, ¿podrías citar tres ejemplos?

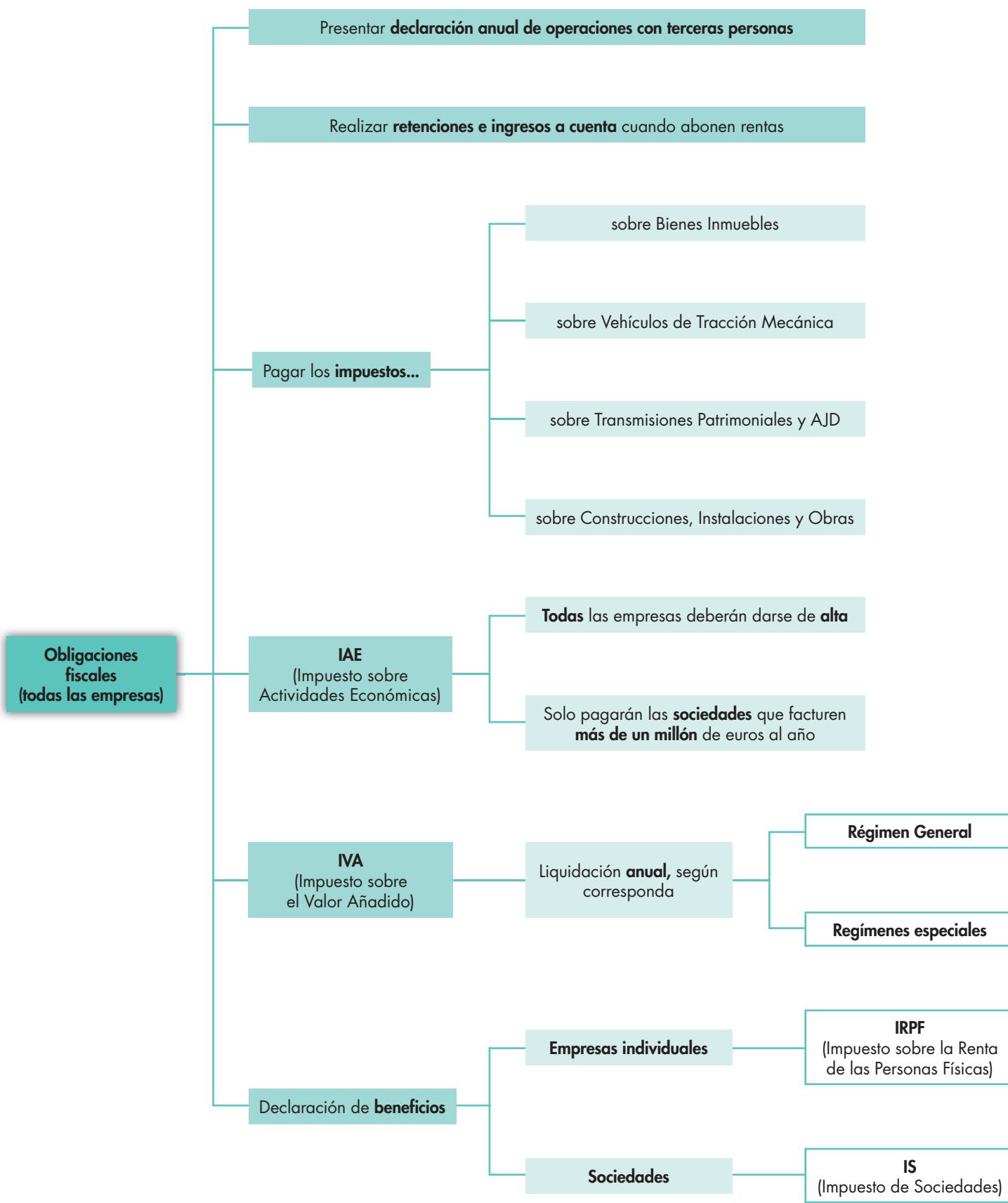
18. El dueño de la cadena de supermercados Gaspar acude a uno de sus mayoristas y realiza las siguientes compras:

- Compra productos enlatados por valor de 16 000 € sometidos a un IVA del 18%.
- Compra productos de limpieza por valor de 7 000 € sometidos a un IVA del 8%.
- Y compra productos embotellados por valor de 3 000 € sometidos a un IVA del 4%.

Calcula el IVA y el recargo de equivalencia que soportará este minorista.



Síntesis





Test de repaso

- 1. Las empresas individuales están sujetas a los siguientes impuestos:**
 - a) Impuesto de Sociedades, IVA e IAE.
 - b) Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, IVA e IAE.
 - c) Únicamente IVA e IRPF.

- 2. Las sociedades están sujetas a los siguientes impuestos:**
 - a) Impuesto de Sociedades, IVA, y en determinadas circunstancias, IAE.
 - b) IRPF, IVA, y en determinadas circunstancias, IAE.
 - c) Únicamente IVA y en determinadas circunstancias, IAE.

- 3. ¿Qué empresas están obligadas a declarar sus beneficios a través del IRPF?**
 - a) Comunidades de Bienes.
 - b) Empresarios individuales.
 - c) Las dos anteriores son ciertas.

- 4. Los regímenes para calcular los beneficios en el IRPF son:**
 - a) Estimación Directa Normal, Estimación Directa Simplificada y Estimación Objetiva.
 - b) Régimen Especial Agrario, Régimen del Comercio Minorista y Régimen General.
 - c) Las dos anteriores son falsas.

- 5. Mediante la Estimación Directa Normal se calcula:**
 - a) Los beneficios que debemos declarar en el IRPF.
 - b) El impuesto que debemos pagar por los beneficios obtenidos.
 - c) Ninguna de las dos respuestas es correcta.

- 6. ¿Qué se entiende por rendimiento neto en el IRPF?**
 - a) Lo que debe pagar el empresario individual en el IRPF.
 - b) El resultado del Impuesto de Sociedades.
 - c) Las dos respuestas son falsas.

- 7. Los tipos de IVA son:**
 - a) 4%; 8%; 18%.
 - b) 2%; 7%; 18%.
 - c) 4%; 6%; 16%.

- 8. El Impuesto de Sociedades recae sobre:**
 - a) Las Comunidades de Bienes y las sociedades.
 - b) Las sociedades y las empresas individuales.
 - c) Las Sociedades Mercantiles.

- 9. El IAE es un impuesto al que están sujetas:**
 - a) Todas las sociedades.
 - b) Todas las sociedades y empresas individuales.
 - c) Las dos respuestas son falsas.

- 10. El IVA grava:**
 - a) La venta de una vivienda entre particulares.
 - b) Los servicios prestados por médicos.
 - c) Ninguna de las dos anteriores.

- 11. El Impuesto sobre Actividades Económicas lo deben pagar:**
 - a) Las empresas individuales que facturen más de 1 000 000 €.
 - b) Las Comunidades de Bienes que facturen más de 1 000 000 €.
 - c) Las sociedades que facturen más de 1 000 000 €.

- 12. El recargo de equivalencia es propio:**
 - a) Del IVA simplificado.
 - b) Del IRPF por Estimación Objetiva.
 - c) De ninguna de las anteriores.

- 13. ¿Qué tanto por ciento se ha de retener por rendimientos del capital mobiliario, y por premios en metálico, respectivamente?**
 - a) 15% y 19%.
 - b) 19% y 19%.
 - c) 15% y 15%.

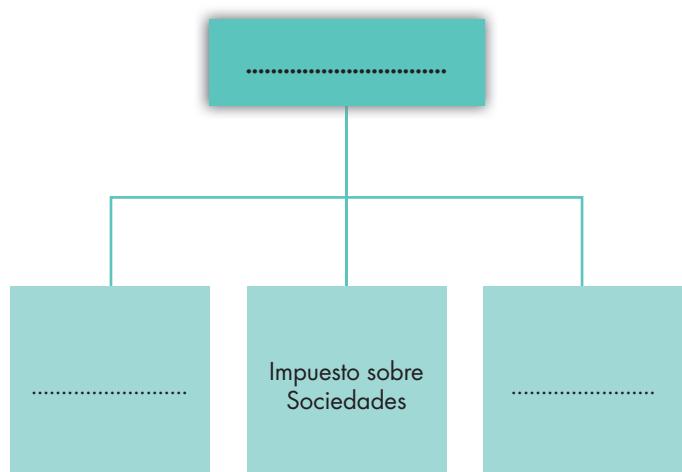
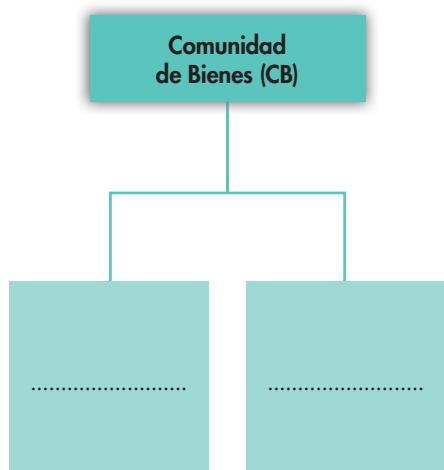
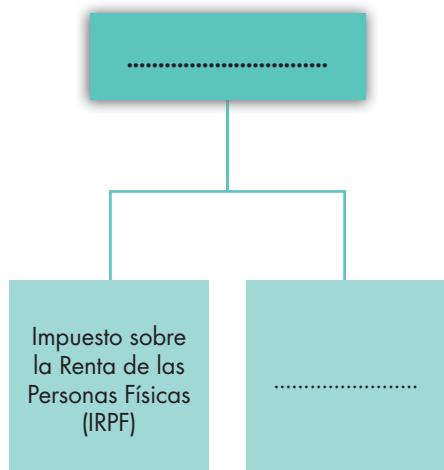
- 14. Si el local donde radica la empresa es alquilado, y se paga de renta 1 200 €/mes, ¿qué cantidad deberá retener al propietario cuando le abone el alquiler?**
 - a) 228.
 - b) 180.
 - c) Ambas respuestas son falsas.



Comprueba tu aprendizaje

Diferenciar el tratamiento fiscal establecido para las distintas formas jurídicas

1. Copia en tu cuaderno el siguiente esquema, rellenando los recuadros como corresponda:



2. Dada la siguiente relación de empresarios individuales o autónomos:

- a) Empresario individual Antonio Ramales: facturó 500 000 € y sus gastos en bienes y servicios ascendieron a 200 000 €.
- b) Empresario Benito Pérez, que regenta una Comunidad de Bienes formada por cuatro comuneros: facturó 700 000 € y sus gastos en bienes y servicios ascendieron a 350 000 €.
- c) Empresaria Carolina García Bustamante: facturó 300 000 €; sus gastos en bienes y servicios ascendieron a 250 000 € y cumple con los requisitos de EHA/99/2010.

Establece a qué tipo de régimen deberá acogerse cada empresario para calcular los beneficios obtenidos por su empresa.

3. Una Comunidad de Bienes dedicada a la forja de metales y formada por dos comuneros que van a partes iguales ha obtenido unas ganancias de 40 000 €.

- ¿Cómo deben declarar dichos beneficios?
- Si hubiesen facturado 500 000 €, ¿qué método hubiesen elegido para calcular el rendimiento neto?

4. Una Sociedad Limitada que facturó 600 000 € ha obtenido unos beneficios de 129 202,41 €.

¿Cuál es el tipo impositivo al que está sometida respecto del Impuesto de Sociedades?

5. Un consumidor entra en una gran superficie y compra un ordenador de sobremesa por un valor de 1 000 €, pero como esta oferta tiene un descuento del 20%, pide que se lo lleven a su casa y se lo instalen, lo que le cuesta 20 €.

Le cargan 30 € por pedir una extensión de la garantía por doce meses más.

El producto está sometido a un 8 % de IVA.

Calcula el IVA que deberá pagar.

6. Explica brevemente sobre qué recae el Impuesto de Sociedades y cuáles son sus tipos impositivos.

7. ¿Qué tipo de empresas están sujetas al IAE y qué requisitos deben cumplir?

Definir las obligaciones fiscales de tu futura empresa

8. José Martínez es el dueño de un pequeño taller dedicado a la reparación de motores fuera borda, que ejerce su actividad en un local alquilado, con un trabajador contratado por tiempo indefinido.

Cita dos casos en los que deba realizar retenciones.



Comprueba tu aprendizaje

9. Dos compañeros de instituto con titulación superior en Desarrollo de Productos Electrónicos, después de haber estado trabajando cada uno en diversas empresas del ramo, deciden constituir una Comunidad de Bienes y dedicarse a la domótica. Juan y Ramiro son los titulares, el primero del 60% y el segundo del 40%.

Teniendo en cuenta que:

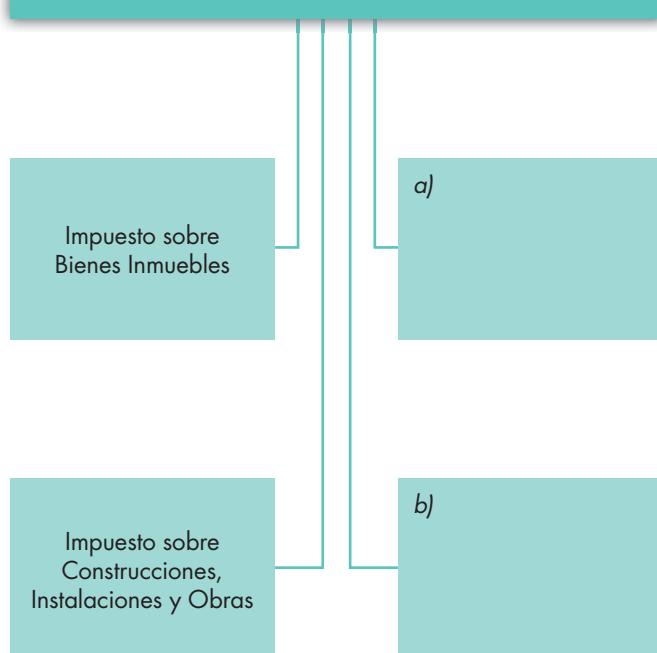
- Facturaron 200 000 € el primer año.
- Durante el año han repercutido IVA por valor de 6 000 € y han soportado IVA por valor de 7 000 €.
- Transcurrido el primer año obtienen unos beneficios de 3 000 € (lo cual no es poco, si tenemos en cuenta que es el primer año).

Responde a las siguientes preguntas:

- a) ¿Cómo se repartirán los beneficios?
- b) ¿A qué tipo de modalidad podrán acogerse para calcular el rendimiento neto o beneficios de cara al IRPF?
- c) ¿Deberán pagar el Impuesto de Sociedades? En caso afirmativo, ¿deberían haber realizado pagos a cuenta?
- d) ¿Les afecta el IAE?
- e) ¿Estarán sujetos al Régimen General de IVA o a algún régimen especial?
- f) ¿Podrás hacer la liquidación del IVA?

10. ¿Cuáles son los impuestos que deben figurar en los espacios en blanco del gráfico?

Impuestos menores



11. La Sociedad Limitada Unipersonal La Lubina Plateada es una piscifactoría para la cría y venta de lubinas, dirigida y gestionada por Antonia Requejo. Ha obtenido en su cuenta de pérdidas y ganancias unos resultados de 7 000 €, en contraste con el año pasado, en el que tuvo pérdidas por 1 300 €.

Facturó 1 200 000 € y tiene derecho a unas deducciones de 300 € por doble imposición, pero no tiene derecho a bonificaciones.

El banco retuvo 20 € en el pago de los intereses de la cuenta corriente.

La suma total de los pagos fraccionados asciende a 700 €. Teniendo en cuenta estos datos, ¿podrías liquidar el Impuesto de Sociedades?

12. Explica en qué consiste la declaración o relación anual de operaciones con terceras personas.

13. La Sociedad Limitada Autos Marsán ha realizado las siguientes operaciones comerciales a lo largo del ejercicio económico:

- Ingresos íntegros: 108 182,17 €
- Amortizaciones: 4 507,59 €
- Gastos:
 - Compras consumidas: 15 025,30 €
 - Sueldos y salarios: 9 015,18 €
 - Seguridad Social: 1 742 93 €
 - Consumo de agua y luz: 360,60 €
 - Teléfono: 721,21 €
 - Alquiler del local: 2 404,04 €
 - Tributos no estatales: 240,40 €
 - Material de oficina: 390,65 €
 - Gastos financieros: 901,51 €
 - Reparaciones y mantenimiento: 2 404,04 €

Halla los beneficios o rendimientos netos en Estimación Directa Simplificada.

Diferenciar los tipos de impuestos en el calendario fiscal

14. Supongamos que eres un empresario individual acogido a Estimación Directa Simplificada. En el calendario que encontrarás en el Centro de Enseñanza Online, deberás marcar las fechas en las que te corresponde hacer los pagos a cuenta (en rojo) y la liquidación del IRPF (en azul).

15. Supongamos que tu empresa es una Sociedad Limitada Nueva Empresa. En el calendario que encontrarás en el Centro de Enseñanza Online, deberás marcar las fechas en las que te corresponde hacer los pagos a cuenta (en rojo) y la liquidación del Impuesto de Sociedades (en azul).



Plan de empresa

Ha llegado el momento de que incluyáis en el plan de empresa de vuestro grupo el calendario fiscal y la documentación relacionada. Para ayudarlos en este cometido vamos a indicaros una serie de puntos que os facilitarán la elaboración de este importante apartado del plan empresarial.

Desde un punto de vista fiscal, ¿qué nos interesa más: una empresa individual o una sociedad?

A continuación os vamos a dar unas pautas. Deberéis discutirlas y valorarlas, primero una a una y después todas en conjunto. Una vez hecho esto, decidiréis si os conviene más una empresa individual o una sociedad:

- a) La empresa individual (EI) soporta una **mayor presión fiscal** que la sociedad, ya que, por ejemplo, la EI puede llegar a pagar un 48% (siempre y cuando sus beneficios sean muy altos), mientras que la sociedad pagará un 30%, o incluso un 25%.
- b) La sociedad disfruta de **más desgravaciones fiscales** que la EI.
- c) La sociedad tiene acceso a las **desgravaciones por I+D+i**, mientras que la EI no tiene acceso a dichas desgravaciones. Debéis plantearos si vais a realizar I+D+i.
- d) A partir de los **90 000 / 100 000 € de beneficio**, pagas menos como sociedad que como EI. También debéis plantearos si vais a alcanzar estas cifras de beneficios.
- e) Por la **contratación de trabajadores**, como sociedad tenéis deducciones, mientras que como EI no las tenéis. Igualmente os plantearéis si pensáis contratar trabajadores.
- f) Como EI, **las ventas tienen un límite máximo**; por ejemplo, en EOS son 400 000 €, y en EDS, 600 000 €; mientras que como sociedad no existe límite. Igual que en el apartado anterior, es necesario que reflexionéis si vais a alcanzar esas cifras de ventas.

A la vista de todo lo anterior, debéis plantearos si os inclináis por una empresa individual o por una sociedad. De la lectura de los párrafos anteriores podría deducirse que es más ventajoso optar por la sociedad, pero hemos de tener en cuenta también ciertos detalles.

Por ejemplo, hay que pensar en los **beneficios**, pues seguramente al principio no serán gran cosa, e incluso es habitual que se comience con pérdidas. Después, poco a poco, las pérdidas se van tornando en beneficios. Pero hay que ser consciente de que seguramente pasarán algunos años hasta que estos beneficios lleguen a cifras que sobrepasen los **100 000 €**, que es cuando empieza a ser aconsejable cambiar a sociedad. También puede que los primeros años

no contratéis a ningún **trabajador**, en cuyo caso no podréis deducir cantidad alguna, aunque seáis sociedad. Y si a esto le añadís que, por el momento, no pensáis en la **I+D+i**, quizás os puede interesar más comenzar con una empresa individual y, si las cosas van bien en un futuro, cambiar la forma jurídica a una sociedad. Esta puede ser una buena opción, sin olvidar, no obstante, que la empresa individual arrastra tras de sí la responsabilidad ilimitada por las deudas de la empresa.

1. Si os habéis decidido por una empresa individual esto será lo que tenéis que incorporar a vuestro plan de empresa:

- a) Deberéis elegir el método de estimación que creáis mejor para vuestra empresa. Recordad que el más justo de todos es el de EDN; después le sigue el de EDS y, por último, el de EOS. La asesoría con la que trabajáis os puede aconsejar.
- b) También tenéis que confeccionar un calendario fiscal para tomar nota de las fechas en que debéis hacer los pagos a la Agencia Tributaria y estar preparados para cuando llegue el momento. En el calendario se debe incluir:
IVA; IRPF; IBI (en su caso); Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica (en su caso); retenciones que hayáis practicado a trabajadores, profesionales, etcétera.

2. Si os habéis decidido por una sociedad, debéis incorporar a vuestro plan de empresa la información siguiente:

- a) Estáis sujetos al Impuesto de Sociedades, y por lo tanto te olvidas del IRPF en lo relativo al rendimiento neto.
- b) También deberéis confeccionar un calendario fiscal para tomar nota de las fechas en que debéis hacer los pagos a la Agencia Tributaria. En el calendario deberéis incluir:
IVA; IS; IAE (en su caso); IBI (en su caso); Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica (en su caso); retenciones que hayáis practicado a trabajadores, profesionales, etcétera.

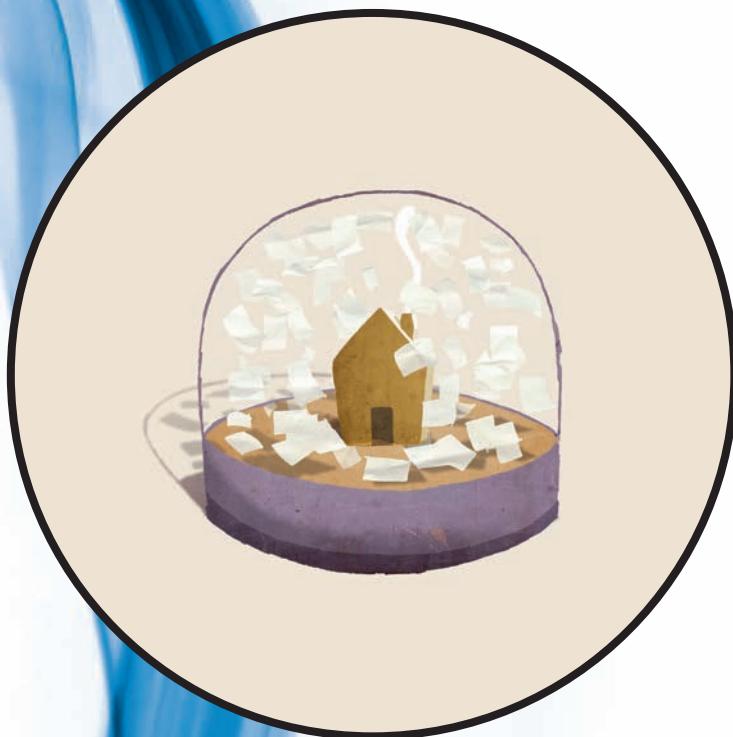
La utilidad de este calendario es avisaros, con la antelación suficiente, de los ingresos que debéis realizar a la Agencia Tributaria.

3. Teniendo en cuenta estos datos, completa los documentos que encontrarás en el Centro de Enseñanza Online, relativos al plan de empresa de esta unidad.

9

Unidad

Qué documentos tengo que utilizar



En esta unidad aprenderemos a:

- Cumplimentar la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una pyme. Describir los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa, así como las características de los mismos.
- Incluir la documentación correspondiente en el plan de empresa.

Y estudiaremos:

- Los procesos administrativos en la empresa.
- Los documentos relacionados con la compraventa: pedido, albarán y factura.
- Los documentos relacionados con el pago y el cobro: recibo, letra de cambio, cheque y pagaré.

1. Los procesos administrativos en la empresa

La creación de una empresa tiene como **finalidad** ser una forma de **autoempleo** y obtener **beneficios** económicos, además de **prestar bienes** o **servicios**. Para ello debe recibir unos elementos del exterior que, una vez transformados o utilizados, hagan que se cumplan los objetivos de la misma.

Dentro de las relaciones comerciales con sus clientes y proveedores, las empresas han de utilizar una serie de **documentos** relacionados con la compraventa de bienes o servicios, así como con la forma de pago y cobro de los mismos.

En esta unidad vamos a referirnos a los documentos básicos relacionados con las operaciones comerciales, que siguen un proceso completo que empieza con el pedido y termina con el pago.

Este proceso administrativo, que se da en todas las empresas, sigue, normalmente, este **camino** (Fig. 9.1):

1. El cliente solicita un bien o servicio y realiza el **pedido**
2. El vendedor entrega la **mercancía** al cliente con el **albarán** de entrega
3. El vendedor hace la **factura** de la entrega realizada o del servicio prestado
4. El comprador paga el importe de la factura, en la forma convenida: al contado o a plazos (**letra de cambio, cheque**)
5. El vendedor, una vez que ha recibido el importe de la venta, remite al comprador un **recibo** justificante del pago

Fig. 9.1. Documentos utilizados en las relaciones comerciales entre comprador y vendedor.

Este proceso supone cierto papeleo que debe realizarse de la manera más clara posible, ya que en él pueden intervenir varias personas que han de tener la información precisa (por ejemplo, qué importe se debe facturar o a qué dirección se debe remitir la factura).


CEO

FacturaPlus Versión Educativa



En la Zona educativa Sage del Centro de Enseñanza Online (CEO), puedes practicar con la versión educativa de FacturaPlus, y consultar las simulaciones desarrolladas en lo referente a los distintos documentos que toda empresa tendrá que utilizar, como son los pedidos, los albaranes, las facturas, los recibos, etcétera.

Recuerda que puedes hacer lo mismo que ves desarrollado para las empresas MiguelES y Autos Marsán, para la empresa Vendemás.com o para tu propio plan de empresa.

2. Documentos relacionados con la compraventa

Los **documentos habituales** relacionados con la compraventa de un bien o producto son: el **pedido** o **propuesta de pedido**, el **albarán** y la **factura**.

Estos documentos deben ser creados por cada empresa, o bien adaptar los que haya en el mercado, ya que no existen normas para el diseño de los mismos. Solo está regulado lo que debe figurar en ellos.



Factura de venta

NIF: 78122665 Z

BICICLETAS CIFUENTES desde 1942

C/ Bilbao, 177
28055 Madrid
tel. 91 246 67 76

No:	Cliente	Fecha	
87661	Deportes Compostela (33123331 P)	09/12	
Número	Descripción	Precio por unidad	Importe
10	Cintas andadoras	500	5.000,00
10	Envases retornables	44	440,00
Notas:		Subtotal	5.440,00
		Iva: 18%	979,20
		Total:	6.419,20

Fig. 9.2. Modelo de factura.

2.1. El pedido o propuesta de pedido

El **pedido** es el encargo hecho por un cliente a un proveedor para que este le proporcione un producto o servicio determinado, de unas características previamente establecidas, en un plazo fijado, y a un precio y en unas condiciones convenidas.

Cuando una empresa ha decidido realizar una compra, debe hacer el correspondiente pedido a la empresa vendedora. Este pedido puede hacerse de varias **formas**:

- **Mediante representante.** En estos casos será este el que formalice el pedido, para posteriormente comunicarlo a la sección de ventas.
- **De palabra, bien directamente o por teléfono.** Para poder llevar un control más eficaz, lo mejor es confirmar el pedido por escrito mediante una carta o impreso, que se enviará al vendedor, y quedarse con una copia para poder contrastar los artículos a su recepción.
- **Mediante impreso.** Cada empresa deberá elaborar su propio modelo de impreso, y en él han de aparecer los datos que vienen señalados en la figura siguiente.

Importante

Un pedido debe recoger siempre el siguiente **contenido**:

- Producto o servicio.
- Características determinadas.
- Plazo fijado.
- Precio.
- Condiciones.

- 1 Datos completos de identificación de la empresa que efectúa el pedido (nombre, domicilio, teléfono, código postal, etcétera)
- 2 Número de orden que identifica el documento
- 3 Datos completos de identificación de la empresa a la que se formula el pedido (nombre, domicilio, teléfono, código postal, etcétera)
- 4 Lugar y fecha de expedición
- 5 Medio de envío (medio de transporte o nombre de la agencia que lo realizará)
- 6 Fecha de la entrega
- 7 Lugar de la entrega
- 8 Quién corre con los gastos de embalaje, portes, seguro, etcétera

Este es un modelo de pedido impreso. Algunas partes están resaltadas con colores: azul para los datos de la empresa y del destinatario, y rojo para las secciones de envío y entrega. Los campos están numerados para indicar qué datos corresponden a cada uno de los 16 puntos mencionados en la lista.

Cantidad	Artículo	Precio	Desc.	Total unitario
10	11	12	13	14

Total 15

00234 2 16

Fig. 9.3. Modelo de pedido.

- 9 Condiciones de pago pactadas entre el comprador y el vendedor
- 10 Número de unidades de cada artículo
- 11 Relación completa de los artículos solicitados, con la denominación clara y precisa de la mercancía
- 12 Valor unitario de los productos
- 13 Descuentos que se aplican, si procede
- 14 Total unitario, que es el resultado de multiplicar la cantidad de unidades por el precio unitario
- 15 Suma de todos los importes
- 16 Firma de quien realiza el pedido



Caso práctico T

María Domínguez, de la empresa Vendemás.com, de Salamanca, código postal 37185, plaza de las Escuelas nº 3, con NIF n.º B51340876-2, efectúa un pedido de diversos productos a la empresa Lacaherma, SL, de Salamanca, con domicilio en la c/ Zafiro nº 1, código postal 37185, y NIF n.º B-66/37371846, el día 20 de septiembre de 2012, de los siguientes productos:

- 3 unidades del producto A, referencia CD84, a 50 € la unidad.
 - 6 unidades del producto B, referencia HJ95, a 30 € la unidad.

Le hacen un descuento del 10% por pago en efectivo, y se fija como fecha de entrega el 8 de octubre de 2012.

¿Cómo será el documento de pedido si deciden hacerlo mediante impreso?

Solución

2.2. El albarán

Una vez que el cliente ha formulado la voluntad de comprar mediante el pedido, el vendedor prepara los artículos que va a servir. Estos recorren un circuito desde el almacén hasta el punto de destino, donde se efectuará la entrega física de los productos.

En este momento aparece un segundo documento, que se denomina **albarán o nota de entrega**, que es el que acompaña a los artículos cuando se entregan.

El **albarán** es el documento que acompaña la entrega de la mercancía, e indica las características y la cantidad, los datos de la entrega, y los nombres del comprador y del vendedor.

Tiene una **doble finalidad**, ya que, por un lado, supone un **justificante de la salida** de los artículos del almacén y, por otro, **acredita** que se ha realizado la **entrega**.

El albarán consta de **varias copias** (cuatro), normalmente de diferentes colores, y el **destino** de las copias es:

- El **almacén**, como acreditativo de la salida.
- El **departamento de ventas**, para posteriormente emitir la factura.
- El **cliente**, como comprobante de los artículos recibidos.
- El **cliente**, que lo devolverá firmado y se archivará en la hoja del libro de clientes, como justificante de la aceptación de la mercancía recibida.

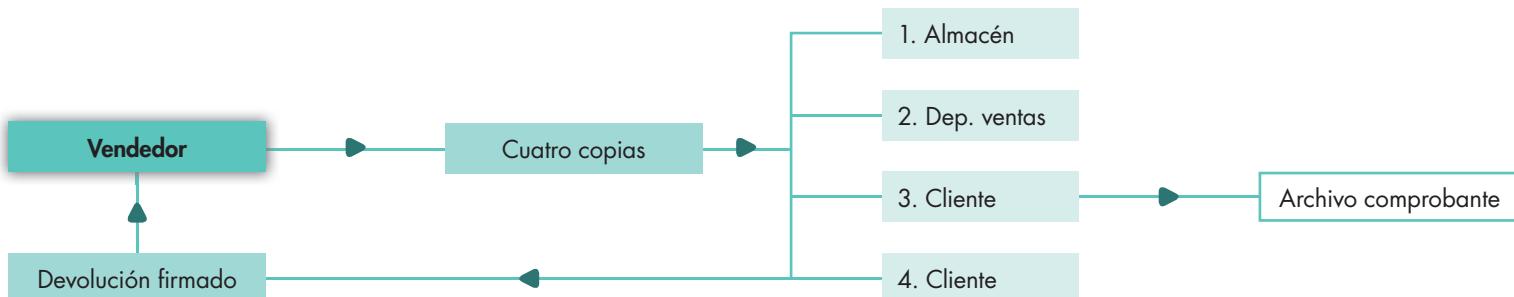


Fig. 9.4. Recorrido de un albarán.



Fig. 9.5. El pedido y el albarán.



Claves y consejos

Tipos de albarán:

- **Albarán valorado.** Es aquel en el que se hace constar el precio, los descuentos y los importes.
- **Albarán sin valorar.** Es aquel en el que solo consta la cantidad y la descripción de la mercancía.

El albarán se constituye en elemento de **prueba esencial** a los efectos de acreditar la entrega o puesta a disposición del material vendido o del servicio prestado a un cliente. La ausencia de este importantísimo documento, debidamente cumplimentado, firmado y/o sellado por el cliente, implica que las posibilidades de éxito en una reclamación judicial posterior son nulas.

Si el cliente firma el albarán y el vendedor recibe una copia de esta recepción, **evitaremos futuros problemas** a la hora del cobro de las facturas. De esta forma el vendedor puede justificar la entrega de la mercancía, para posteriormente cobrar la factura.

No existe tampoco un modelo oficial de albarán, pero deberá contener los siguientes **datos**:

LACAHERMA																																																						
 Datos del vendedor 1																																																						
N.º Albarán 2																																																						
Empresa: _____ NIF: _____ Dirección: _____ _____ _____																																																						
4 N.º de pedido: 5 Fecha de envío: 6 Dirección de entrega:																																																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Ref.</th> <th>Cantidad</th> <th>Artículo</th> <th>Precio</th> <th>Desc.</th> <th>Importe</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>11</td> <td>12</td> </tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>							Ref.	Cantidad	Artículo	Precio	Desc.	Importe	7	8	9	10	11	12																																				
Ref.	Cantidad	Artículo	Precio	Desc.	Importe																																																	
7	8	9	10	11	12																																																	
Observaciones: 13																																																						
14 Total																																																						
15 Día / Mes / Año																																																						
16																																																						

Fig. 9.6. Modelo de albarán.



Caso práctico 2

Siguiendo con el Caso práctico n.º 1, la empresa Lacaherma SL envía la mercancía el 5 de octubre de 2012, junto con el albarán n.º 184. ¿Cómo se rellenaría el albarán?

Solución

LACAHERMA						
NIF: 66/37371846 C/ Zafiro, 1 37185 Salamanca			N.º Albarán 184			
			Vendemás.com NIF: B51340586-2 Pza. de las Escuelas, 3 37185 Salamanca			
N.º de pedido: 0123456. Fecha de envío: 5 Oct. 2012. Dirección de entrega: Pza de las Escuelas, 3.						
Ref.	Cantidad	Artículo	Precio	Desc.	Importe	
CD84	3	Producto A	50	10 %	135	
HJ95	6	Producto B	30	10 %	162	
Observaciones:						
05 / Octubre / 2012  Total 297						

2.3. La factura

La **factura** es un documento que acredita legalmente y justifica una prestación de servicios o una compraventa de mercancías.

La presenta el **proveedor** al cliente, y en ella constan, además de los **datos identificativos**, el precio unitario el **importe total** de los productos o servicios adquiridos por el cliente, los **impuestos** correspondientes, y el **tiempo** que tiene el cliente para hacer el pago.

Se debe realizar por duplicado, quedándose cada parte con un ejemplar.

Deben emitir facturas los **empresarios y profesionales** por las operaciones que realicen en el ejercicio de su actividad.

Para su realización se deberá tener el pedido del cliente, compararlo con el albarán de salida, y aplicar a los diferentes artículos los precios establecidos.

Las facturas se pueden redactar en cualquier modelo, siempre que contengan los datos exigidos legalmente (Fig. 9.7).



Claves y consejos

Las **particularidades** para las facturas más importantes son:

- Se permite incluir en **una sola factura** las operaciones realizadas para un mismo cliente.
- Las facturas dirigidas a un mismo destinatario pueden contener **diversos hechos imponibles**.
- Los empresarios y profesionales sujetos al IVA deben llevar obligatoriamente un **libro de facturas emitidas** y un **libro de facturas recibidas**.

1 Datos completos de identificación de la empresa que efectúa la venta (nombre, domicilio, teléfono, código postal, etcétera)

2 Número de orden de la factura y fecha

3 Datos completos de identificación del comprador (nombre, domicilio, teléfono, código postal, etcétera)

4 Número de albarán con el que se relaciona

5 Número de cliente (según registro de clientes que tenga la empresa)

6 Referencia de los artículos vendidos o los servicios prestados

7 Número de unidades de cada artículo

8 Relación completa de los artículos solicitados, con la denominación clara y precisa de la mercancía

LACAHERMA						
						
Datos del vendedor						
1						
2 Factura Nº						
3 Empresa: NIF: Dirección:						
4 N.º de albarán: 5 N.º de cliente:						
Ref.	Cantidad	Artículo	Precio	Importe		
6	7	8	9	10		
		Importe bruto		11		
		Descuento %		12		
		Base		13		
		IVA		14		
		Total		15		

9 Valor unitario de los productos

10 Resultado de multiplicar la cantidad de unidades por el precio unitario

11 Suma de los importes de los diferentes artículos

12 Descuento que se aplica, con indicación del porcentaje y el importe

13 Cantidad sobre la que se calculará el pago del IVA. Se calcula restando al importe bruto el descuento correspondiente

14 Impuesto aplicado y porcentaje correspondiente

15 Total de la factura, que se obtiene sumando el IVA a la base imponible

Fig. 9.7. Modelo de factura.



Claves y consejos

Los **requisitos** que, al menos, deben observarse en la expedición de los tíques son los siguientes:

- Número y, en su caso, serie; la numeración será correlativa.
- NIF del expedidor, así como su nombre completo, razón o denominación social.
- Tipo impositivo aplicado o expresión «IVA incluido».
- Contraprestación total.

Se pueden distinguir **tres tipos de facturas**, en función de sus requisitos:

1. **Factura completa.** Se emite cuando el destinatario actúa como empresario o profesional en el desarrollo de su actividad.
2. **Factura simplificada.** Cuando la contraprestación no supera los 90 € y el destinatario de la misma no es profesional o empresario en el ejercicio de su actividad. No es obligatorio recoger la identificación del destinatario.
3. **Documentos que sustituyen a las facturas (tíques).** Cuando el importe no excede de 3 006 €, y en alguna de las actividades autorizadas, las facturas pueden ser sustituidas por tíques expedidos por máquinas registradoras. Estas actividades son:
 - Ventas al por menor.
 - Servicios en ambulancia.
 - Servicios a domicilio del consumidor.

- Transportes de personas y sus equipajes.
- Servicios prestados en restaurantes, bares, cafeterías y establecimientos similares.
- Suministros de comidas y bebidas para consumir en el acto.
- Servicios prestados en salas de baile y discotecas.
- Servicios telefónicos prestados mediante la utilización de cabinas telefónicas de uso público, así como mediante tarjetas magnéticas o electrónicas recargables que no permitan la identificación del portador.
- Servicios de peluquerías e institutos de belleza.
- Utilización de instalaciones deportivas.
- Revelado de fotografías.
- Servicios de aparcamiento.
- Servicios de alquiler de películas.
- Los demás que autorice la Agencia Tributaria.

Importante

Una **factura electrónica** es un documento digital que sustituye a la factura tradicional y que tiene un valor legal idéntico al de esta. Cualquier fichero en soporte electromagnético u óptico legible con medios informáticos que contenga la misma información exigida a la factura de papel, y que esté firmada digitalmente con certificados reconocidos, es una factura electrónica legal. Se transmiten a través de medios electrónicos, así se evitan costes de papel, manipulación y envío, y se ahorra tiempo pues la recepción de la factura electrónica es inmediata.

**Caso práctico 3**

Siguiendo con los datos de los Casos prácticos 1 y 2, La-caherma SL haría la factura n.º 325.

Recordamos los datos: La-caherma, SL, de Salamanca, con domicilio en la c/Zafiro n.º 1, código postal 37185, y NIF n.º B66/37371846, realizó una venta el día 10 de octubre de 2012 a Vendemás.com, de Salamanca, código postal 37185, plaza de las Escuelas n.º 3, con NIF n.º B51340876-2, de los siguientes productos:

- 3 unidades del producto A, referencia CD84, a 50 € la unidad.

- 6 unidades del producto B, referencia HJ95, a 30 € la unidad.

Le hacen un descuento del 10% por pago en efectivo, y el IVA es el 18%. La factura es la número 325, y en el registro de clientes figura con el número 824. Se nos pide que la redactemos adecuadamente.

Solución

La factura se cumplimentaría de la siguiente manera:

LACAHERMA		Factura N.º 325/2012		
 NIF: 66/37371846 C/ Zafiro, 1 37185 Salamanca N.º de albarán: 184. N.º de cliente: 824.		Vendemás.com NIF: B51340586-2 Pza. de las Escuelas, 3 37185 Salamanca		
Ref.	Cantidad	Artículo	Precio	Importe
CD84	3	Producto A	50	150
HJ95	6	Producto B	30	180
			Importe bruto	330
			Descuento %	10%
			Base	297
			IVA 18%	53,46
			Total	350,46


 10 Octubre 2012

**Actividades**

1. Comenta los documentos que intervienen en una compraventa.
2. ¿Qué datos debe contener un pedido?
3. ¿Qué es un albarán y qué función cumple?
4. Describe la información que debe figurar en una factura.
5. Explica los tres tipos de facturas que existen.

**¿Sabías que...?**

Según el artículo 399 del **Código de Comercio**, «puestas las mercaderías vendidas a disposición del comprador, y dándose este por satisfecho [...], empezará para el comprador la obligación de pagar el precio al contado o en los plazos convenidos con el vendedor».

3. Documentos relacionados con el pago y el cobro

El proceso de la compraventa termina con el pago al vendedor como contrapartida por los artículos entregados.

El **momento del pago** se establece por acuerdo entre el comprador y el vendedor, y puede ser:

- **Al contado.** Cuando se realiza el pago en el momento de recibir los artículos o en un breve plazo de tiempo. Tiene la ventaja de poder obtener **descuentos**.
- **Pago aplazado.** Cuando el pago se realiza con posterioridad a la entrega. Normalmente, el periodo máximo por el que se aplaza un pago sin recargo es de seis meses. Esta forma de pago tiene las siguientes **ventajas**:
 - Se pueden adquirir artículos sin tener liquidez.
 - No tiene gastos de financiación ajena.
 - Reduce los costes de almacenaje.

En el cobro y el pago de los artículos o la prestación de servicios se utilizan los siguientes **documentos**:

Recibo

Cheque

Letra de cambio

Pagaré

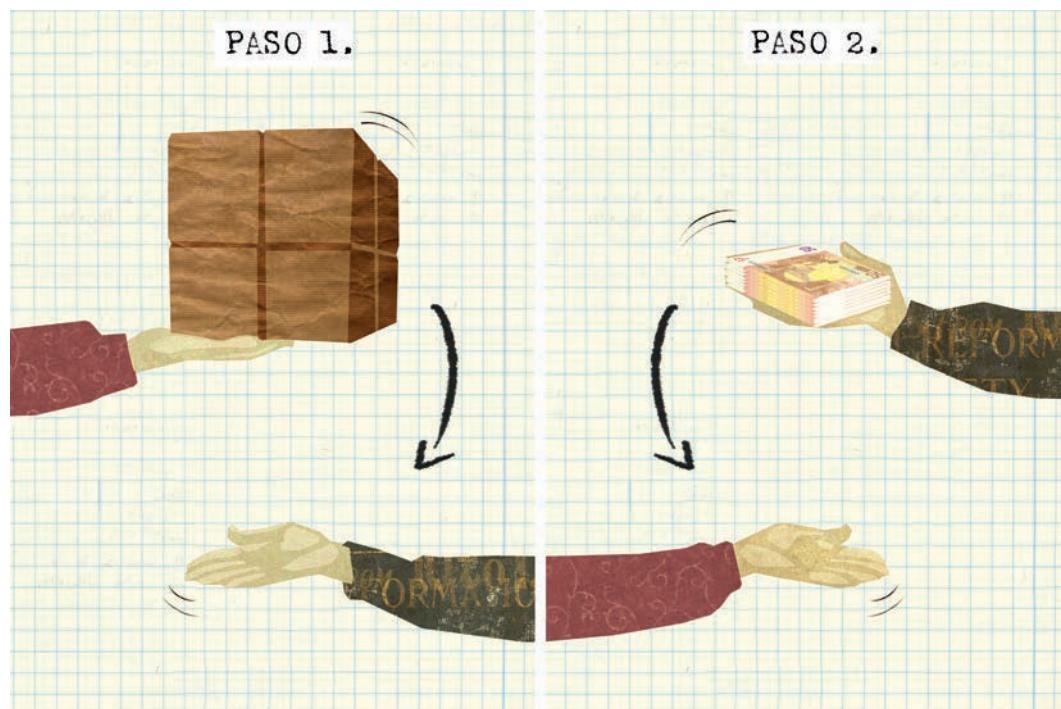


Fig. 9.8. La compraventa finaliza con el pago del comprador como contraprestación a la entrega de las mercancías.

3.1. El recibo

El **recibo** es el documento mediante el cual la persona que lo elabora y lo entrega reconoce haber recibido una cantidad de dinero de la persona que lo acepta.

Generalmente, los recibos van en talonarios y constan de **dos partes**:

- El **recibo** propiamente dicho, que se entrega a la persona que efectúa el pago, como justificante del mismo.
- La **matriz**, que queda en el talonario y contiene datos esenciales del recibo, como son: número, nombre del pagador, cantidad pagada y motivo del pago.

No existe un modelo oficial de recibo, por lo que cada empresa deberá elaborar los suyos propios.

En muchas ocasiones no se cumplimenta el recibo y es la **factura** la que cumple esa finalidad. Es el caso de la factura firmada por el vendedor con la expresión «**pagada**». Esto tiene la misma validez que un recibo, por cuanto acredita el pago del comprador y el cobro del vendedor.



Web

[www.portalprogramas.com/
gratis/formato-recibo](http://www.portalprogramas.com/gratis/formato-recibo)



En la página puedes descargar un sencillo generador de recibos.

1 Número de recibo

2 Nombre de la persona o empresa que libra el dinero

3 Cantidad de dinero en letras

4 Concepto por el que se paga

Número:

1

Recibí de

2

Número:

1

la cantidad de

3

Recibí de

2

la cantidad de

3

en concepto de

4

en concepto de

4

A de de 20.....

5

Son euros A de de 20.....

7

5

5 Lugar y fecha de expedición del recibo

6 Cantidad de dinero en cifras

7 Nombre y firma de la persona que recibe el dinero

Fig. 9.9. Modelo de recibo.



Caso práctico 4

Don Rodolfo García Gómez se ha presentado en nuestra oficina para pagar en efectivo la factura 824, el día 5 de agosto de 2012, por importe de 152 €. El recibo es el número 245.

Solución

El recibo se cumplimenta del modo siguiente:

Número: 245	Número: 245
Recibí de <i>D. Rodolfo García Gómez</i> la cantidad de <i>-Ciento cincuenta y dos-</i> en concepto de <i>Pago factura 824</i>	Recibí de <i>D. Rodolfo García Gómez</i> la cantidad de <i>-Ciento cincuenta y dos-</i> en concepto de <i>Pago factura 824</i>
<i>A 5 de Agosto de 2012</i>	<i>Son #152# euros A 5 de Agosto de 2012</i>

3.2. La letra de cambio

Está regulada por la Ley 19/1985, Cambiaria y del Cheque, pero en ella no se recoge ninguna definición de la misma. No obstante, su concepto puede extraerse de sus características fundamentales:

- Es un **título valor**, puesto que de forma literal incorpora al documento un derecho autónomo, ejercitable mediante su legítima posesión.
- Es un **documento formalista**, ya que para su validez necesita una forma escrita determinada.
- Es un **título completo** que vale por sí mismo, sin necesidad de hacer referencia a otros documentos ajenos a la letra.
- Contiene un **mandato de pagar** una suma de dinero en metálico y no en especie, a la propia orden del que lo manda o a la de un tercero, en el mismo lugar de expedición o en otro distinto.
- De haber sido **aceptada**, contiene una obligación o promesa de pago.
- **Obliga solidariamente** a todas las personas que ponen su firma en el documento. Significa que todos y cada uno de los deudores cambiarios están obligados a pagar íntegramente al tenedor el importe de la deuda cambiaria.

Después de ver sus notas características podemos elaborar el siguiente **concepto**:

Una **letra de cambio** es un título de crédito formal y completo, por medio del cual una persona (librador) manda u ordena a otra (librado) el pago de una cierta cantidad de dinero, en lugar y fecha determinados, a la orden del mandante o de un tercero (tomador), quedando obligados solidariamente todos los firmantes.



Vocabulario

Título valor. Documento negociable que acredita unos derechos a su tenedor y unas obligaciones al emisor del mismo.

○ A. Función económica de la letra

Hoy en día cumple diversas **funciones económicas**, a saber:

- Sirve como **medio de pago**, evitando el uso de dinero en metálico; y a través del endoso, que veremos posteriormente, una misma letra puede servir para pagar sucesivamente varias deudas.
- Es también un **instrumento de concesión de crédito**:
 - En la compraventa de mercancías, el vendedor emite una letra **retrasando el vencimiento** de la misma, con el fin de que le dé tiempo al comprador de revender los géneros, y con su producto pueda atender así el pago de la letra. Entre tanto, la letra sirve de garantía al vendedor, quien puede descontarla si se ve necesitado de efectivo.
 - En los **créditos de aceptación**, el banco acepta una letra firmada por un cliente suyo, para que este obtenga dinero efectivo mediante su descuento en otro banco.
- Es un medio de **obtener dinero** mediante el descuento en una entidad bancaria.
- Es un medio de **obtener beneficios** para las entidades bancarias, porque al anticipar el importe a los cedentes de las letras, les descuentan previamente una comisión, más los intereses por el tiempo que falta hasta el vencimiento.

A

Vocabulario

Crédito de aceptación. Préstamo a corto plazo con el que el banco permite al cliente emitir letras hasta cierto monto (línea de crédito). El banco acepta las letras y generalmente también las descuenta. Se emplean principalmente en el comercio internacional.

○ B. Tipos de letras de cambio

Solo hay un tipo de letra de cambio que reúna todos los requisitos exigidos por la ley, pero la práctica jurídica, comercial y bancaria ha introducido una terminología aplicable a determinadas letras:

- **Letra comercial.** Se denomina así a la librada entre comerciantes para el pago de mercancías adquiridas de proveedores.
- **Letra financiera.** Sirve para obtener de un banco dinero a crédito.
- **Letra de favor.** En la que una de las personas que interviene pone su firma para favorecer a otra, a fin de obtener dinero momentáneo mediante su descuento.

○ C. Elementos personales de la letra de cambio

Las **tres personas** que se implican en una letra de cambio son el **librador**, el **librado** y el **tomador**.

- El **librador** es la persona que crea la letra y la manda pagar. Ha de firmar la letra, puesto que si no lo hace, la letra carece de valor.

El librador de una letra puede optar entre girar la letra a la orden de una tercera persona, llamada tomador, o emitirla a su propia orden y conservarla en su poder hasta su vencimiento, para exigir directamente el pago al aceptante o al librado.

- Por su parte, el **librado** es la persona a quien se ordena hacer el pago de la letra, pero para que nazca la obligación de pagar es necesario que el librado acepte la letra. Su obligación de pago solo nace desde la aceptación de la letra.

Cabe la posibilidad de que existan dos o más librados, en cuyo caso se entiende que la letra se dirige indistintamente a cada uno, para que cualquiera de ellos pague el importe total de la misma.

- Finalmente, el **tomador** es la persona a quien se ha de hacer el pago, que puede ser el propio librador. Normalmente, cuando se gira la letra a la orden de un tercero (entidad de crédito) es porque se utiliza la fórmula del descuento cambiario. El banco anticipa el pago, pero descuenta los intereses y la comisión.

○ D. Elementos formales de la letra de cambio

La letra de cambio debe extenderse en **papel timbrado**, de diferente cuantía en función del importe de la letra. El modelo oficial de letra de cambio es el que se reproduce a continuación:

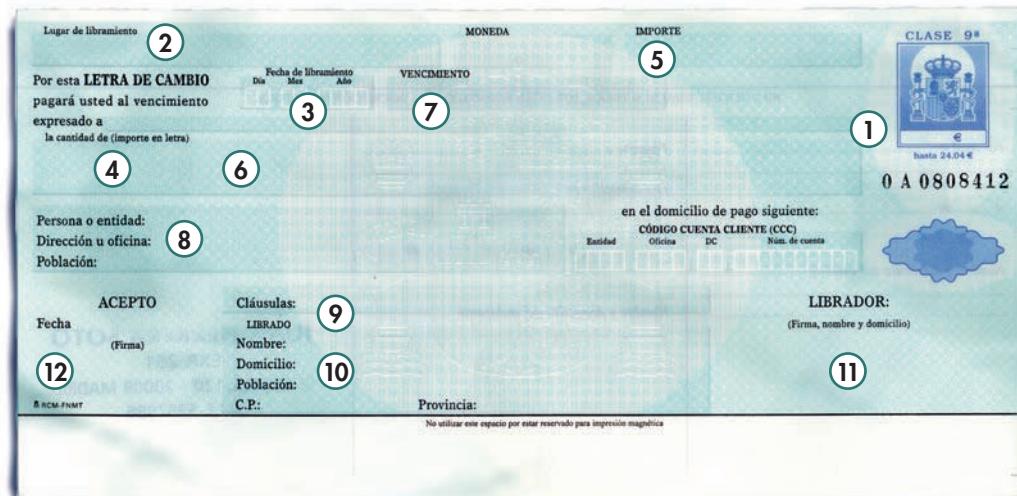


Fig. 9.10. Anverso de la letra de cambio.

Vamos a describir los distintos elementos del modelo de letra de cambio siguiendo la numeración del modelo anterior:

- 1. Timbre de la letra.** Como ya hemos señalado, la letra deberá extenderse en papel timbrado y adecuado a la cuantía de la letra. Si se utiliza un modelo de letra de cuantía inferior a la necesaria, la letra no tendrá eficacia ejecutiva. Cuando el plazo de vencimiento sea superior a seis meses, el papel timbrado será el correspondiente al doble de su valor.
- 2. Lugar de libramiento.** Se consigna el nombre de la población en la que se extiende la letra. Se trata de un requisito esencial, puesto que de este depende la ley nacional aplicable. Puede tener relevancia en el caso de que las comunidades autónomas asuman competencias en materia tributaria. Cuando no figure expresamente el lugar de emisión, se considerará librada en el lugar designado junto al nombre del librador.
- 3. Fecha de libramiento.** Es la fecha en la que se extiende la letra. Se trata de un requisito esencial, y tiene utilidad, entre otras cosas:
 - Para determinar el vencimiento de la misma, cuando este se haya designado a un plazo a contar desde la fecha de emisión.
 - Para determinar la capacidad del librador en la fecha de emisión (incapacidad, vigencia de sus poderes, etcétera).
 - La cuantía del efecto timbrado, pues cuando el vencimiento excede de seis meses, contados desde la fecha de emisión, deberá utilizarse el impreso correspondiente al doble de la base.
- 4. Mandato de pago.** No se trata de una promesa, sino de un mandato de pago. Figurará el nombre del tomador de la letra, a quien se ha de realizar el pago de la misma.
- 5. Importe.** Se expresa la cantidad en cifras. Además de en euros, cabe la posibilidad de girarla en moneda extranjera, siempre que se trate de moneda convertible sujetada a cotización oficial.
- 6. Cantidad.** Se consigna el importe expresado en letras. En caso de disparidad entre lo reflejado en letra y lo reflejado en número, prevalece lo señalado en letra.



Ejemplos

El apartado de «vencimiento» en una letra se puede escribir de varias formas:

A fecha fija. Se pone la fecha a la que se refiera. Por ejemplo, 10-enero-2012.

A días fecha. Se utiliza la abreviatura d/f. Por ejemplo, a 60 días desde la expedición de la letra: 60 d/f.

A la vista. Si el vencimiento es cuando se presente la letra, se pone «a la vista».

A días vista. Se utiliza la abreviatura d/v. Por ejemplo, a 60 días desde la aceptación de la letra: 60 d/v.

7. Vencimiento. Se considera vencimiento de una letra la llegada de la fecha señalada en la misma por el librador para realizar el pago. Puede ser de cuatro tipos:

- **A fecha fija.** El pago deberá hacerse en la fecha indicada en la letra.
- **A un plazo contado desde la fecha (d/f).** El día en que vence el pago de la letra habrá de contarse tomando como referencia la fecha de expedición del título.
- **A la vista.** El pago por el librado deberá efectuarse en el momento en que le sea presentada la letra por su poseedor. El plazo máximo para la presentación será de un año contado desde la emisión.
- **A un plazo contado desde la vista (d/v).** El plazo empezará a contar a partir de la fecha de aceptación.

8. Domicilio de pago. Si no se pone nada, se entiende que es el domicilio del librado. También se puede poner «en el domicilio abajo (librado) indicado». Si se trata de una persona física, bastará con poner su nombre y dirección.

Normalmente, se deja en blanco hasta la aceptación, para que sea el aceptante (quien puede señalar un lugar de pago distinto) el que lo rellene, o bien el librado facilita los datos al librador. Ese espacio **se rellena** de la siguiente manera:

- **Persona o entidad:** se anota el nombre de la persona o el nombre del banco o caja.
- **Dirección:** se anotará la sucursal y la provincia.
 - A la altura de «persona o entidad», se pone el nombre de la persona o el nombre del banco o caja.
 - A la altura de «dirección», la sucursal, la calle o la plaza.
 - A la altura de «población» se anotará la provincia y el código postal.
 - CCC: es el Código Cuenta Cliente. Son los 20 dígitos identificativos de la cuenta completa (4, del banco o caja; 4, de la sucursal; 2, del dígito de control; y 10, del número de la cuenta).

9. Cláusulas. Es un espacio en blanco destinado a poner, si se quiere, algunas cláusulas en la letra. La más frecuente es la de «sin gastos», que significa que no es necesario protestar la letra por falta de aceptación o de pago. Si no se pone nada, se entiende que es necesario protestar la letra en caso de falta de aceptación o de pago, y en todo caso es conveniente, si no se pone «sin gastos», que el espacio quede anulado.

El librado puede negarse a aceptar la letra o a pagarla, y la ley establece que la falta de aceptación o de pago deberá hacerse constar mediante **protesto** (salvo que figure la cláusula «sin gastos»). Es una de las formas legales de acreditar la falta de pago o de aceptación de una letra, y cumple una función probatoria, acreditativa de que el tenedor presentó la letra a la aceptación o al cobro y que el principal obligado no la pagó o no la aceptó.

La **declaración** de quedar protestada la letra la hará el **notario** mediante acta, en la que se copiará o reproducirá la letra. Posteriormente, la remitirá al librado. El notario retendrá la letra durante 48 horas hábiles desde la notificación. Si en ese plazo el aceptante o pagador se presentara a aceptar o a pagar la letra, el notario admitiría el pago y cancelaría el protesto. En caso contrario, se abrirá la vía ejecutiva (judicial). En todos los casos los gastos del protesto son por cuenta del librado, por no haber pagado o aceptado la letra en su momento.

10. Nombre y domicilio del librado.

11. Nombre, domicilio y firma del librador.

La firma es un requisito esencial.

12. Aceptación. Es un acto por el que el librado se compromete al pago de la letra a su vencimiento mediante su firma autógrafa en este espacio. Hasta el momento de la aceptación, el librado no tiene contraída ninguna obligación, pero por la aceptación se obliga a pagar la letra a su vencimiento.



Ejemplos

Código Cuenta Cliente (CCC)
2104 0119 19 3586730876

↑
Banco
↑
Sucursal
↑
Dígito de control
↑
Número de cuenta



Importante

El **protesto** notarial puede ser sustituido por una declaración firmada por el librado en la que conste su negativa a aceptar o a pagar la letra.

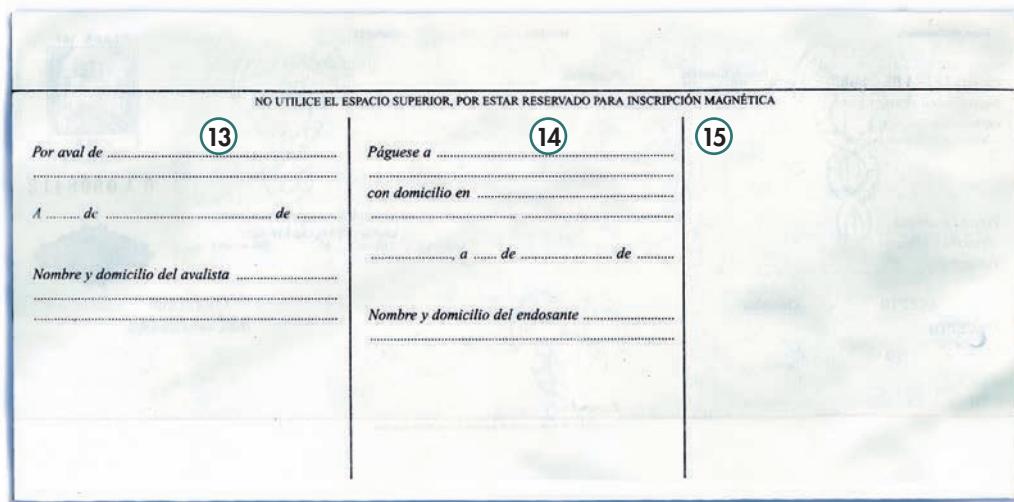


Fig. 9.11. Reverso de la letra de cambio.

En el impreso oficial existen en el **reverso** unos espacios destinados a los datos de aval y endoso, en su caso.

13. Aval. Es la declaración que tiene como finalidad garantizar el cumplimiento total o parcial del pago de la letra de cambio, y supone un compromiso que adquiere una persona de pagar, en caso de no hacerlo el librado. En el aval intervienen dos personas: el avalista, que es la que presta el aval, y el avalado, que es la persona a la que se afianza.

En el reverso de la letra deben figurar los siguientes datos:

- Nombre de la persona a quien se avala (avalado). Si no se indica nombre alguno, se entiende que se avala al aceptante, y en defecto de este, al librado.
- Fecha del aval.
- Nombre, domicilio y firma del avalista.



Importante

El **endoso** es la declaración contenida en la letra por la que el librador transmite a otra persona o endosatario los derechos de cobro derivados de la letra de cambio.

14. Endoso. Si el tomador de la letra no quiere o no puede encargarse de su cobro, o si le conviene, puede ceder la letra a otra persona mediante endoso, transmitiendo en este caso todos los derechos resultantes de la misma.

En el endoso intervienen el endosante o cedente y el endosatario o adquirente. No se podrá endosar la letra cuando contenga la cláusula «no a la orden».

En el endoso deberán figurar estos **datos**:

- Nombre y domicilio de la persona a quien se cede la letra (endosatario). Cuando este recibe el documento se convierte en el nuevo tomador y, en consecuencia, adquiere todos los derechos resultantes de la letra.
- Fecha del endoso.
- Domicilio y firma de la persona que cede la letra (endosante).

Una letra de cambio puede ser endosada tantas veces como se quiera.

15. Espacio para otras declaraciones cambiarias. Aquí se pueden poner sucesivos endosos o avales, etcétera.



Caso práctico 5

Roberto Sánchez Julián, con domicilio en Madrid, c/Reina Victoria n.º 64, compró a la editorial McGraw-Hill una colección de libros el día 3 de mayo de 2012, por un importe de 720 €. Se fijó como forma de pago una letra a pagar a 30 días vista a la orden del BBVA, con domicilio en la c/Gran Vía n.º 35 de Madrid.

La aceptación se produce 10 días después de la firma de la letra.

Solución

Esta letra se rellenaría de la siguiente manera:

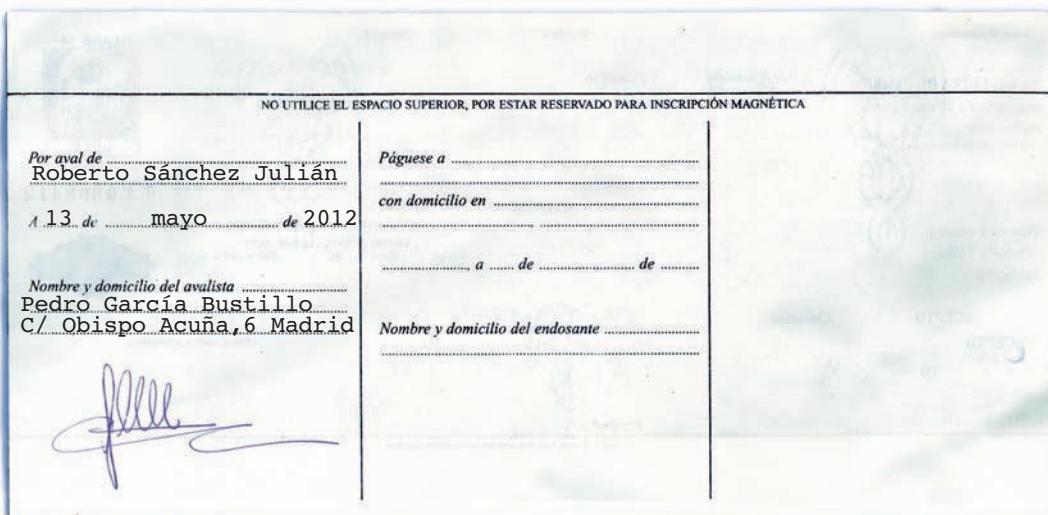


Caso práctico 6

Siguiendo con el Caso práctico 5, la empresa McGraw-Hill exige a Roberto Sánchez Julián que alguien garantice el pago de la letra, y Roberto convence a Pedro García Bustillo, que vive en Madrid, c/Obispo Acuña n.º 6, quien lo avala el día 13 de mayo de 2012.

Solución

El reverso de la letra se llenaría del siguiente modo:





Caso práctico 7

Con los mismos datos de los Casos prácticos 5 y 6, el día 2 de junio de 2012 se transmite por endoso la letra a la Caja de Madrid, c/Rubí n.º 32 de Madrid.

Solución

La casilla de endoso se rellenaría de la siguiente manera:

NO UTILICE EL ESPACIO SUPERIOR, POR ESTAR RESERVADO PARA INSCRIPCIÓN MAGNÉTICA	
<i>Por aval de</i>	<i>Páguese a Caja Madrid</i>
<i>A de de</i>	<i>con domicilio en</i>
	<i>C/ Rubí, 32 Madrid</i>
<i>Nombre y domicilio del avalista</i>	<i>Madrid a 13 de mayo de 2012</i>
	<i>Nombre y domicilio del endosante</i>
	<i>Banco Bilbao Vizcaya</i>
	<i>Argentaria</i>
	<i>C/ Gran Vía, 35</i>
	<i>Madrid</i>



¿Sabías que...?

El descuento de letras de cambio

Consiste en la venta de la misma por parte del tenedor a una institución financiera antes de su vencimiento, con el objetivo de obtener anticipadamente recursos líquidos.

Si la institución financiera acepta descontar la letra, entregará el importe de la misma menos la tasa de descuento y las comisiones que resulten de la transacción.

Las instituciones financieras no están obligadas a descontar las letras de cambio; las mismas establecerán los procedimientos que entiendan adecuados para realizar estas operaciones.

Cuando se descuenta una letra de cambio es necesario endosarla a favor de la institución financiera que la adquiere. Los tenedores de letras de cambio podrán descontarlas en cualquier institución financiera que deseé realizar esta operación.



Actividades

6. ¿Qué ventajas tiene poder pagar a plazos para el comprador y el vendedor?
7. ¿Qué es un recibo?
8. Características de una letra de cambio.
9. Elementos personales de la letra de cambio.
10. ¿Qué es el protesto?

3.3. El cheque

Los **cheques** son documentos que contienen una orden de pagar una determinada cantidad de dinero. Partiendo de sus características, lo podemos definir como sigue:

Un **cheque** es un título-valor por medio del cual una persona (librador) manda u ordena a una entidad de crédito (librado) el pago de una cierta cantidad de dinero previamente situada en poder de aquella, a la orden del mandante o de un tercero (tomador), quedando obligados solidariamente todos los firmantes.



Fig. 9.12. Personas que intervienen en el cheque.

El cheque es una forma de disponer de nuestros fondos, ya que podemos cumplimentarlo y exigir al banco (librado) que nos lo pague en caja; y también una forma de pago, ya que podemos entregarlo a un tercero como si se tratase de dinero.

A. Forma del cheque

En el cheque deben aparecer los datos siguientes:



- 1 Nombre y domicilio del librado (banco que hace el pago)
- 2 Número de cuenta que el librador tiene en el banco del librado
- 3 Indicación del cobrador (nombre de una persona o al portador)
- 4 Cantidad expresada en cifras
- 5 Cantidad expresada en letras
- 6 Lugar y fecha de expedición
- 7 Número de serie
- 8 Firma del librador

Fig. 9.13. Modelo de cheque.

○ B. Formas de emitir un cheque

La forma de emitir un cheque va a determinar quién es su tenedor, y puede hacerse de **tres modos**:

- **Al portador.** Son los cheques que llevan esta expresión. Deben pagarse a la persona que lo presente al cobro. El tomador es el poseedor del cheque, que se transmite con la simple entrega.
- **Nominativos.** Se emiten a favor de una persona determinada, que es la que debe cobrarlos.
- **A la orden.** Son los que indican a una persona determinada con cláusula «a la orden»; pueden ser transmitidos por medio del endoso.

○ C. Cheques especiales



Importante

La **presentación al cobro** ha de realizarse en 15 días desde su fecha de emisión para los emitidos o pagaderos en España, 20 días para los emitidos en el resto de Europa, y 60 días para los emitidos en el resto del mundo, siempre que hayan de pagarse en España.

Pasados dichos plazos, la entidad puede, si lo desea, pagar el cheque que se presente al cobro, salvo que haya sido revocado.

Para aumentar la seguridad del cheque y evitar que personas distintas a las designadas por el librador puedan cobrarlo, existen unas modalidades de cheques que tienen ese objetivo, y que son:

- **El cheque cruzado.** En este caso, el librador o tomador de un cheque lo cruza por medio de dos barras paralelas sobre el anverso. Pueden ser **generales y especiales**.
 - Será un **cheque cruzado general** si solo contiene las dos barras paralelas sin otra mención, o bien si contiene, además, las palabras «banco», «compañía» u otras equivalentes.
 - Será un **cheque cruzado especial** cuando, además de las barras cruzadas, se añada el nombre de una determinada entidad bancaria. En este caso solo podrá presentarse el cheque en el banco que aparezca designado.

Tanto uno como otro producen el efecto de limitar la posibilidad de cobrar el cheque a los bancos o a las entidades de crédito, ya que el tomador no podrá cobrarlo directamente, sino que tendrá que presentarlo directamente a través de una de estas entidades, necesariamente.



Fig. 9.14. Cheque cruzado.

- **Cheque para abonar en cuenta.** El librador o el tomador del cheque pueden prohibir su pago en efectivo, insertando en el anverso la mención «para abonar en cuenta» u otra equivalente. En este caso, el librado solo podrá abonar el cheque mediante un ingreso en una cuenta bancaria.
- **Cheque conformado.** Es aquel en el que el librado (banco), a través de una declaración, manifiesta que todos los datos en él señalados son conformes (que existen fondos suficientes para el pago). Esta conformidad se realiza en el dorso del cheque. El librado retendrá de la cuenta del librador la cantidad necesaria para pagar el cheque a su presentación.

4. El pagaré

Es anterior a la letra, de hecho es el **más antiguo**; por ello es mucho más simple que la letra, ya que nace en el ámbito local para el intercambio entre pueblos. Cuando nació representó un **reconocimiento de deuda** y una **promesa de pago**.

El **pagaré** es un título-valor por el que una persona física que se denomina firmante se obliga a pagar a otra, que se denomina beneficiario, o a su orden, una determinada cantidad de dinero en la fecha y lugar que se indican en el título.

La diferencia fundamental es que **letra** y **cheque** son **mandatos de pago**, y el **pagaré** es una **promesa de pago**.

Importante

En el **pagaré** no existen ni el librado, ni el tomador ni el librador.

Existen **firmante** y **beneficiario**.

○ Requisitos formales

No existe un modelo oficial, pero el Banco de España ha propuesto unos **requisitos básicos** que se asemejan a la letra o al cheque.

Al ser formal, si no existen los requisitos necesarios, no será válido. Estos son:

- Denominación expresa de pagaré.
- Promesa pura y simple de pagar una cantidad determinada.
- La ley dice que «extender un pagaré no implica un reconocimiento de deuda».
- Indicación del vencimiento. No es imprescindible.
- Lugar de pago.
- Nombre de la persona a quien tiene que hacerse el pago, es decir, beneficiario.
- Fecha y lugar en que se firma el pagaré (aquí solo es imprescindible la fecha).
- La firma del que emite el pagaré.

Importante

El pagaré cuyo vencimiento no se indica se considera **pagadero a la vista**. Al igual que la letra puede ser a la vista, a fecha fija, a días fecha, etcétera.



Fig. 9.15. Modelo de pagaré.

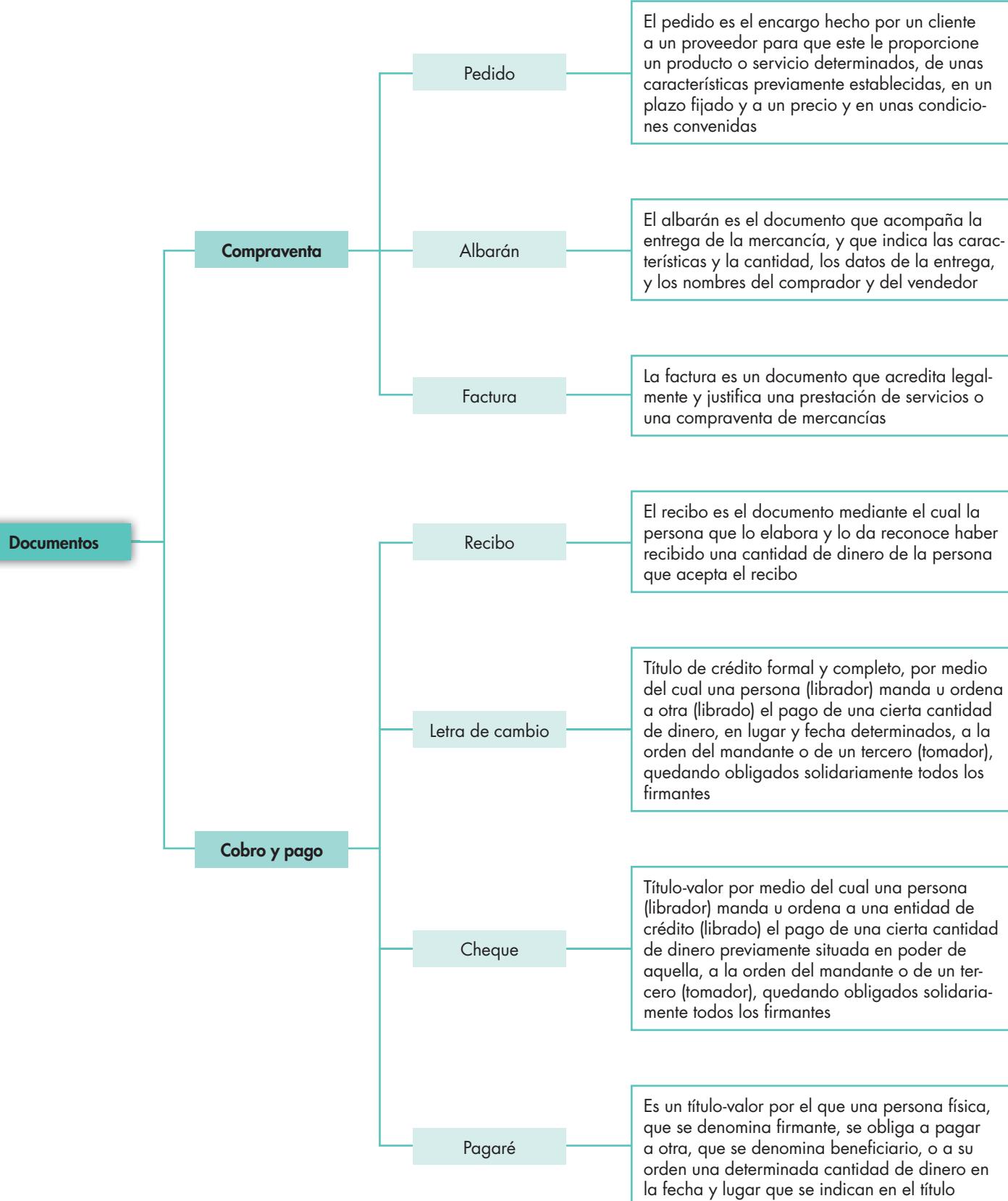


Actividades

11. ¿Qué personas intervienen en un cheque?
12. ¿Cómo se puede emitir un cheque? Explícalo.
13. ¿Conoces algún cheque especial?
14. Enumera los requisitos formales de un pagaré.



Síntesis





Test de repaso

1. Los documentos relacionados con la compraventa son:

- a) La nómina, la factura y el albarán.
- b) El pedido, la factura y la letra de cambio.
- c) El pedido, el albarán y la factura.

2. El pedido puede hacerse:

- a) De palabra.
- b) Mediante impreso.
- c) Las dos son correctas.

3. El albarán:

- a) Acredita que se ha realizado la entrega.
- b) Acompaña al pedido.
- c) Justifica el pago de la operación.

4. Uno de los siguientes datos no es obligatorio que figure en una factura completa:

- a) Datos personales del vendedor.
- b) Descripción de la mercancía.
- c) Todos los anteriores deben figurar.

5. Los elementos personales en la letra de cambio son:

- a) Endosatario, librador y tomador.
- b) Librador, librado y tomador.
- c) Tomador, endosante y tenedor.

6. Cuando el vencimiento de una letra se cuenta desde la fecha en que se acepta la letra, se trata de:

- a) A fecha fija.
- b) A días vista.
- c) A la vista.

7. Si la letra no se acepta o no se paga, se debe hacer:

- a) Un endoso.
- b) Un aval.
- c) Un protesto.

8. La aceptación de la letra la debe hacer:

- a) El avalista.
- b) El vendedor.
- c) El comprador.

9. Los cheques se pueden emitir:

- a) Nominativos y al portador.
- b) Nominativos y a la orden.
- c) Las dos anteriores son correctas.

10. Un cheque al portador se paga:

- a) A nombre de quien figure.
- b) A quien lo presente al cobro.
- c) Al vendedor.

11. La base imponible en una factura es el resultado de:

- a) Importe bruto más descuento.
- b) Importe bruto menos descuento.
- c) Importe bruto más el IVA.

12. Las facturas pueden ser:

- a) Completas y simplificadas.
- b) Cerradas y completas.
- c) Cerradas y simplificadas.

13. ¿Qué documentos están relacionados con el pago y el cobro?

- a) Factura y cheque.
- b) Pedido y letra de cambio.
- c) Recibo y letra de cambio.

14. El pedido lo elabora:

- a) La empresa compradora.
- b) La empresa vendedora.
- c) Las dos anteriores son correctas.

15. ¿Puede sustituir la factura al recibo?

- a) No, cada documento tiene su función.
- b) Sí, si figura la palabra «pagada».
- c) Sí, si figura la palabra «recibo» en ella.

16. El recibo es un documento que acredita:

- a) La entrega de la mercancía.
- b) La entrega del dinero.
- c) Las dos anteriores son correctas.

17. El protesto de una letra de cambio es:

- a) Un documento que firma el avalista.
- b) Un documento de pago.
- c) Un acta notarial.

18. La persona que emite la letra se denomina:

- a) Librador.
- b) Librado.
- c) Endosante.



Comprueba tu aprendizaje

Cumplimentar la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una pyme. Describir los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa, así como las características de los mismos

1. Utilizando un ordenador, prepara un pedido. ¿Qué programa has de utilizar? ¿Por qué?
2. El día 15 de octubre de 2012 la empresa Instalaciones eléctricas MiguelES efectúa un pedido a la empresa Alcar SL de los siguientes materiales:
 - 100 metros de cable, a un precio de 0,50 € el metro.
 - 30 bombillas de 3 V, a 0,10 € la unidad.
 - 50 pilas de petaca de 0,90 € la unidad.

El pago se hará en efectivo al recibir la mercancía. Se pacta un descuento del 3% y se fija como fecha de entrega el 23 de octubre de 2012.

Confecciona el pedido correspondiente según el modelo del libro, inventándose aquellos datos que no se especifican.

3. Completa la frase:

«El pedido es el encargo hecho por un a un para que este le proporcione un producto o servicio determinado».

4. Teniendo como referencia el pedido realizado en el ejercicio 2, redacta, de acuerdo al modelo del libro, el albarán correspondiente, respetando los criterios de orden y limpieza.

5. Completa la frase:

«La factura es un documento que».

6. Recopila diversas facturas que estén a tu alcance y comprueba sus requisitos formales.

7. Con los datos de los ejercicios 2 y 4, elabora la factura correspondiente, sabiendo que el IVA es del 18%.

8. Confecciona un modelo de factura diferente al del libro, sabiendo los requisitos que debe reunir. Puedes utilizar algún programa informático adecuado (por ejemplo, Excel).

9. La empresa Vendemás.com, con domicilio en la plaza de las Escuelas, 3, 37185 de Salamanca, y NIF B51340586-2, extiende un recibo con el nº 328 a nombre de Almacenes Galán, por 625 € en concepto de cancelación de factura nº 328 con fecha de 23 de mayo de 2012.

Elabora el correspondiente recibo.

10. Reflexiona con tus compañeros sobre el porqué de la importancia de que los documentos relacionados con el cobro y con el pago se realicen de manera limpia y ordenada.

11. Confecciona un modelo de recibo diferente al del libro, sabiendo los requisitos que debe reunir. Puedes utilizar algún programa informático adecuado (por ejemplo, Excel).

12. Con los datos de la factura del ejercicio 7 elabora el correspondiente recibo.

13. José César Muñumel, con domicilio en Burgos, c/Acacias 12, compró un televisor de plasma a la empresa Ecosa, con domicilio en Burgos, c/Santa Ana, 25, por un importe de 1 200 € el día 24 de septiembre de 2012. Se fijó como forma de pago el 50% al contado y el resto en una letra a 30 días vista. La aceptación se realiza el mismo día de la compra.

El domicilio de pago es la cuenta del comprador en Caja Madrid n.º 2038 1345 08 1234567890, c/Pinzones 33 de Burgos.

Rellena la correspondiente letra.

14. Comenta con tus compañeros de clase si cada empresa puede elaborar su propio modelo de letra de cambio, o si por el contrario tiene que acogerse a un modelo oficial, unificado para todas las empresas.

15. Si el importe de una letra es de 9 500 €, ¿cuál sería el timbre de la letra?

16. El día 01/10/12 Carolina García paga la compra de un ordenador en la empresa Vendemás.com, por un importe de 900 €, mediante un cheque nominativo por esa cantidad.

Rellena el cheque según un modelo inventado con los datos necesarios.

Si una vez lleno, la señora Carolina García lo cruza con dos barras, ¿qué significa esto y qué consecuencias tiene?

17. Luis Poveda va al banco a cobrar un cheque por un importe de 600 €, extendido por Carmen Sánchez.

El banco le informa de que en la cuenta de Carmen Sánchez no hay más que 318 €, por lo que no puede hacer el pago al no haber fondos suficientes.

¿Puede pedir Luis Poveda que, de momento, el banco le entregue todo lo que hay en la cuenta, aunque sea menos de lo que se debe?



Comprueba tu aprendizaje

Describir los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa, así como las características de los mismos

18. Explica cómo funciona habitualmente el proceso administrativo en una empresa, desde el momento en que el cliente hace el pedido.

19. ¿Cuáles son los elementos que deben figurar en un pedido?

20. ¿Qué es un albarán? ¿Cuál es su función?

21. Completa la siguiente frase:

«El albarán consta de varias copias y su destino es.....».

22. Completa la frase:

«Los recibos son los documentos mediante los cuales

23. ¿Cuáles son los requisitos que deben reunir los tiques que sustituyen a las facturas, en su caso?

24. ¿De qué dos partes principales consta un recibo? ¿Para qué sirven?

25. Comenta las características principales de la letra de cambio.

26. ¿Qué es una letra de cambio? ¿Cuándo se usa?

27. ¿Qué datos ha de incluir una letra de cambio?

28. ¿Qué personas pueden intervenir en una letra de cambio?

29. Analiza las ventajas e inconvenientes de pagar o cobrar mediante una letra de cambio.

30. Explica qué es el protesto de una letra de cambio.

31. ¿Qué es el endoso?

32. Explica qué es el vencimiento de una letra. ¿De qué tipos puede ser? ¿Cómo se escribe cada tipo?

33. ¿Qué personas intervienen en el funcionamiento de un cheque?

34. ¿Cómo se puede emitir un cheque?

35. ¿Cuál es la diferencia entre un cheque nominativo y otro al portador? ¿Qué ventajas tiene la utilización de uno u otro?

36. Explica con tus palabras los tipos de cheques especiales que conozcas.

37. Si en un número de cuenta aparecen 20 dígitos, ¿sabrías explicar qué significan?

38. Explica con tus palabras lo que entiendes por un pagaré.

39. ¿Cómo se llaman las personas que intervienen en un pagaré?

40. Comenta los requisitos formales de un pagaré.

41. ¿Qué información debe figurar obligatoriamente en una factura?

42. ¿Qué debe hacerse si el librado no paga la letra a su vencimiento?

43. ¿Qué tipo de información figura en el reverso de una letra de cambio?

44. Un cliente tuyo te va a pagar una suma importante de dinero a través de un cheque. Comenta con tus compañeros y argumenta qué tipo de cheque te parece más seguro en este caso.

45. Elabora un esquema con el recorrido que realiza un albarán.

46. ¿Cuál es la diferencia entre un albarán valorado y otro sin valorar?

47. ¿Cuáles son las funciones principales de una letra de cambio?

48. ¿Cómo puede hacerse un pedido?

49. Explica qué es una factura simplificada.

50. Comenta con tus compañeros las ventajas que presenta el pago aplazado.

51. ¿Puede una factura cumplir la función de recibo? ¿Cuándo?

52. ¿Qué entiendes por descuento de una letra de cambio?

53. ¿Qué es un cheque cruzado?

54. ¿A qué nos referimos cuando hablamos de letra financiera?

55. ¿Qué es un crédito de aceptación?

56. ¿Qué es un título valor?

57. Analiza con tus compañeros la importancia que tiene exigir factura en todas las adquisiciones de bienes o servicios.



Plan de empresa

Hasta ahora, en unidades anteriores, hemos analizado la idea de negocio y decidido sobre su viabilidad; hemos establecido el producto o servicio que vamos a ofrecer, con sus características técnicas, o las necesidades que pretende cubrir, si se trata de un servicio; hemos estudiado el mercado con el fin de recabar toda la información necesaria para el establecimiento de estrategias; hemos decidido qué forma jurídica va a tener nuestro negocio; hemos descrito y enumerado todos los trámites administrativos de constitución y puesta en marcha de nuestro negocio y hemos analizado los impuestos a los que estaría sujeta en función de la forma jurídica elegida.

Una vez en funcionamiento, es preciso conocer cuáles son los **procesos administrativos** que tienen lugar dentro de la empresa y qué **documentos** son los más utilizados en los mismos.

Los procesos administrativos en la empresa suponen un cierto nivel de papeleo que debe realizarse de la manera más clara posible, ya que en ellos pueden intervenir varias personas que deben tener la información precisa.

Debemos conocer tanto los documentos relacionados con la compraventa como los relacionados con el pago.

Para ello, siguiendo las indicaciones de tu profesor, analizad en equipo cuáles serían los documentos correctos para desarrollar de manera adecuada el proceso comercial en el negocio que tenéis planteado.

Con este fin podéis completar los siguientes pasos:

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas.

- a) ¿Qué tipo de documentos necesitamos para la correcta gestión de los procesos administrativos en nuestra empresa?
- b) ¿Dónde los podemos conseguir?, o ¿los debemos elaborar nosotros mismos en función de nuestras necesidades?

c) ¿Dónde se encuentran los organismos oficiales de nuestra localidad que nos pueden asesorar?

d) ¿Vamos a poder llevar adecuadamente la documentación administrativa de la empresa o se lo vamos a tener que encargar a un especialista ajeno al negocio?

e) Si lo llevamos de manera particular, ¿cuánto tiempo de dedicación vamos a necesitar?

f) Si lo encargamos a un especialista, ¿nos va a costar mucho dinero?

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, llevad a cabo las siguientes actividades.

a) Elaborad, tras la discusión y debate en tu grupo, una primera propuesta para establecer el formato que van a tener algunos de vuestros documentos administrativos: pedido, albarán, factura y recibo.

b) Analizad y haced un esquema con los aspectos positivos y negativos de encargar la gestión a algún especialista o de hacerla personalmente.

c) Reflexionad sobre los lugares a los que debes acudir para conseguir la documentación normalizada (letra de cambio, cheque y pagaré).

d) Poned en común con el resto de grupos de clase la decisión del vuestro, y sometedla a la opinión del resto de compañeros.

También debéis recabar la opinión crítica de vuestro profesor al respecto.

3. Despues de realizar las actividades propuestas, utilizad los modelos adecuados de todos los documentos relacionados con los procesos administrativos en la empresa, que encontraréis en el Centro de Enseñanza Online.

Anexo

Plan de empresa: tres supuestos prácticos



En este anexo se desarrollan tres supuestos prácticos: tres planes de empresa de sectores y formas jurídicas de constitución diferentes. Habrás ido viendo que en cada unidad y en función del tema tratado se han ido incluyendo casos prácticos relacionados con estas empresas, que ahora te presentamos desarrollados en su totalidad:

1. **Instalaciones Eléctricas MiguelES.** Es un empresario individual que va a desarrollar su actividad, como su nombre indica, en el sector de instalaciones eléctricas.
2. **Vendemás.com.** Esta empresa, que desarrolla su actividad dentro de las nuevas tecnologías: diseño, confección y mantenimiento de páginas web, está formada por dos personas que forman una Comunidad de Bienes.
3. **Autos Marsán SL** sus promotores se constituyen como Sociedad Limitada y la actividad que van a ejercer es la reparación de automóviles.

Además, en los márgenes de este anexo podrás encontrar consejos y consideraciones diversas que te serán útiles para ir dando forma a tu plan de empresa.



1. Instalaciones Eléctricas MiguelES

1.1. Presentación

En los últimos años, el sector que engloba a las empresas de instalaciones eléctricas ha crecido a buen ritmo gracias, principalmente, a la favorable evolución del mercado de la construcción y al desarrollo de los nuevos sistemas de telecomunicaciones.

Este sector ofrece una oportunidad de mercado, lo que, añadido al conocimiento del sector del promotor, por su formación profesional y el trabajo en una empresa familiar, le ha llevado a considerar oportuno lanzarse a la aventura empresarial, creando su propia empresa.

A. Datos del promotor

Miguel Estévez

25 años



- **Formación académica**
Formación Profesional de Grado Superior de Electricidad.

- **Formación complementaria**
Curso de gestión empresarial; diversos cursos de informática; curso de prevención de riesgos laborales.

- **Experiencia laboral**
Al finalizar sus estudios realizó las prácticas en una empresa del sector y posteriormente trabajó durante tres años en una empresa familiar de instalaciones eléctricas.

B. Datos de la empresa

La empresa estará ubicada en la ciudad donde vive. Es una localidad de 30000 habitantes.

En un principio ha pensado iniciar la actividad como **empresario individual**, y cuando la empresa vaya creciendo, cambiar a una forma jurídica de responsabilidad limitada.

Para calcular los beneficios, de cara al IRPF, opta por la **Estimación Directa Simplificada**.

El nombre que ha pensado para su empresa es **Instalaciones Eléctricas MiguelES**.



● 1.2. Descripción del producto o servicio

El negocio consiste en la creación de una empresa dedicada al montaje de todo tipo de instalaciones eléctricas para naves industriales, bloques de viviendas, locales comerciales, y otros edificios como ayuntamientos, polideportivos, etcétera.

Además de las instalaciones nuevas, se pretende completar el negocio ofreciendo a los clientes un buen servicio de mantenimiento y reparación de los sistemas instalados.

Ha contactado con distintas empresas de seguros para atender las urgencias de los asegurados en servicios eléctricos.

● 1.3. Estudio del mercado

○ A. Análisis externo

• Macroentorno

La situación económica actual está en un momento en el que se aprecia una **recesión** del sector de la construcción. Esta situación afectará en gran medida a la actividad; no obstante, considera que su empresa, al ir orientada a las instalaciones eléctricas en naves industriales, a trabajos para los ayuntamientos, a mantenimiento de instalaciones de particulares, y a contratos de asistencia para empresas de seguros, se verá afectada muy levemente por el descenso de la construcción de viviendas.

Por otra parte, la mayoría de las empresas del sector se concentran en grandes ciudades, donde la actividad constructiva es mayor. El hecho de instalarse en un municipio no muy grande, en el que solo hay otras dos empresas, le favorece.

• Microentorno

Los **clientes** a los que van dirigidos estos servicios son instituciones públicas, empresas constructoras, empresas de seguros y clientes particulares, y su actividad se centra en el montaje de instalaciones y reparaciones eléctricas en viviendas y naves industriales, en la implantación de sistemas eléctricos en oficinas y comercios, alumbrado público, etc. Se espera que el nivel de **fidelización** de la clientela sea alto.

Las fórmulas utilizadas para la captación de clientes son el **boca a boca** y la **relación comercial directa** con las empresas y con constructores, arquitectos e ingenieros, aunque también se ha pensado hacer publicidad mediante anuncios en los periódicos de mayor venta en la comarca, en guías de servicios, etcétera.

La competencia en la zona donde se ubicará es escasa. En la localidad solo hay dos empresas del ramo, que no pueden atender toda la demanda existente. Ninguna de ellas atiende las necesidades de las empresas de seguros de hogar.

Se ha hecho el siguiente cálculo en cuanto a la **clientela potencial** para el primer año de existencia de la empresa:

- Se ha contactado con cinco aseguradoras de riesgos de hogar, calculando una media de cuatro servicios semanales por cada una de ellas, y se ha determinado que la media del coste por servicio es de 40 €, incluidos los desplazamientos.
- En función del estudio de la demanda de la zona y de diversos contactos con constructores, se calcula que se pueden subcontratar servicios de instalaciones en viviendas nuevas que supondrán una media de doce días por mes para dos personas.
- Se ha estudiado la necesidad de mantenimiento de instalaciones municipales y podríamos hacernos con el mantenimiento de dos polideportivos, un centro escolar y dos ayuntamientos.



Importante

El **estudio del mercado** debe cubrir **dos objetivos**: por una parte, demostrará la viabilidad del proyecto y, por otra, proporcionará la información necesaria para el establecimiento de estrategias.

En primer lugar se describirá el entorno que puede afectar a la actuación de la empresa:

- Tecnológico.
- Demográfico.
- Legal y político.
- Económico.
- Sociocultural.
- Medioambiental.

Conocido el entorno en el que vamos a actuar, se indicarán las posibles amenazas del sector, así como las oportunidades que ofrece.

Es necesario delimitar el mercado en el que va a actuar la empresa, así como las personas que usarán su producto o servicio. Si fuera posible se especificará la cifra de ventas globales del mercado y el número de clientes potenciales que puedan consumir el producto o servicio ofertado y, en función de esto, el volumen de ventas que podríamos lograr.



Claves y consejos

A la hora de **analizar la competencia** deberemos:

- Analizar y describir sus productos o servicios.
- Destacar sus puntos fuertes y débiles, y compararlos con los de nuestra empresa.
- Conocer el número de empresas que están en el mercado al que queremos acceder, la cifra de ventas de cada una de ellas (este dato se puede obtener en el Registro Mercantil o a través de alguna agencia de informes comerciales) y la participación de las mismas en ese mercado.



Recuerda

Referente al análisis de las **debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades**, encontrarás la información necesaria en la Unidad 2.

• Se ha contactado con ingenieros, arquitectos y demás profesionales del ramo de la construcción, llegando a la conclusión de que se puede realizar una pequeña obra de instalaciones eléctricas por mes en el entorno, de pequeñas industrias, comercios, bares, etcétera.

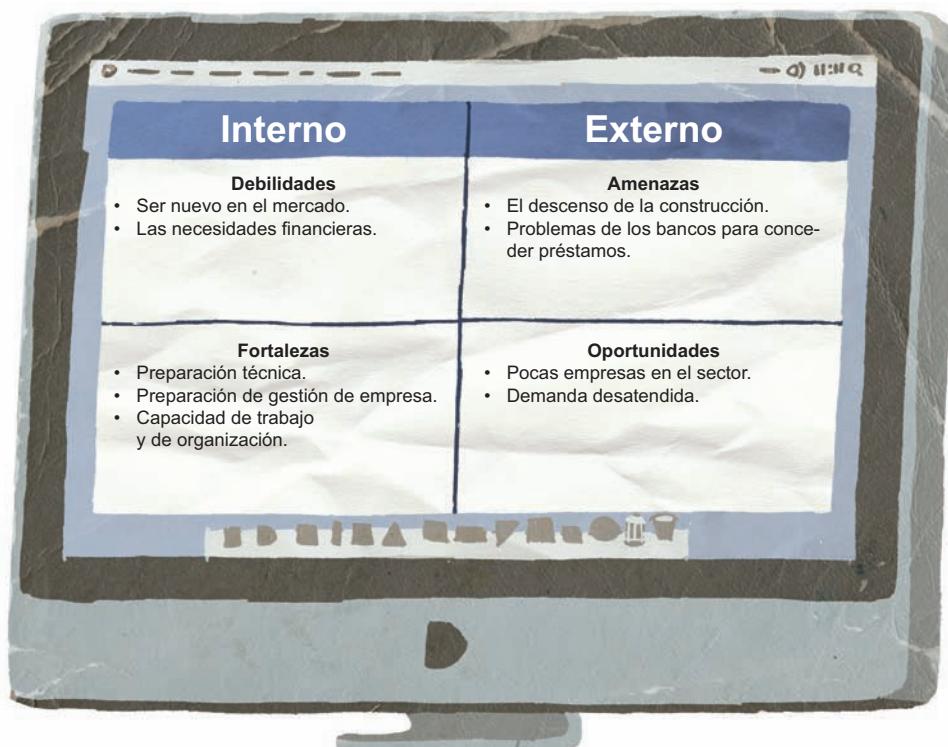
• El otro sector, aunque de menor cuantía, no es menos importante, por la desatención que sufre en la actualidad: son los clientes particulares, las pequeñas reparaciones en viviendas y el mantenimiento de las comunidades de vecinos. Es intención del promotor hacerse con este sector del mercado con una política de empresa tendente a dar una atención inmediata y de precios pactados.

En cuanto a la **competencia**, como venimos diciendo, son solamente dos empresas las que están implantadas en la zona. Una de ellas de gran tamaño, que tal vez por eso no supone una amenaza para la empresa, puesto que se dedica a grandes obras de construcción. Su sector de mercado es muy diferente a aquel al que se dirigirá el negocio. La otra empresa sí supone una amenaza, puesto que se ocupa de un sector de instalaciones de menor envergadura, del orden de la idea de negocio, si bien no atiende las urgencias de seguros del hogar ni el mantenimiento.

O B. Análisis interno

El promotor cuenta con la preparación técnica suficiente para afrontar la actividad empresarial que se ha propuesto, tanto por su formación profesional en el ramo de la electricidad como por su experiencia profesional en empresas del sector. Asimismo, se ha preocupado de formarse en temas directamente relacionados con la gestión de empresas y la prevención de riesgos laborales. El promotor posee una gran capacidad de trabajo y de organización, así como una gran facilidad ante las relaciones públicas, aspecto importante para la captación de clientes.

O C. Análisis DAFO



● 1.4. Plan de marketing

○ A. Producto o servicio

El servicio que se ofrece es un trabajo técnico y profesional, realizado por especialistas con experiencia en la actividad: instalaciones eléctricas nuevas y mantenimiento de instalaciones realizadas con anterioridad. Otro servicio que se ofrece es el de atender urgencias de seguros del hogar.

○ B. El precio

Se establece un precio medio por trabajo de una hora aproximada, para los servicios de seguros del hogar, de 40 €, incluido el desplazamiento.

Las subcontratas de obras se negociarán con cada constructor. La media precio/hora de estos trabajos es de 15 €, para el oficial, y 10 € para el ayudante.

Los precios de mercado para el mantenimiento de las instalaciones deportivas es de 100 € al mes, y del centro escolar y los ayuntamientos, de 150 € por edificio (en estos casos la dedicación es esporádica, según surja la necesidad).

El coste medio de una pequeña instalación eléctrica puede suponer, según las informaciones recibidas de los facultativos, sobre 3 000 €.

El precio que se establece para los particulares es de 30 € la hora de servicio y una cuantía de 25 € de desplazamiento si es en la ciudad; si hay que desplazarse fuera, el precio por kilómetro sería de 0,25 €.

○ C. La comunicación

Se realizará una publicidad inicial en prensa comarcal para llegar a los potenciales clientes particulares, y se visitará personalmente a constructores, ayuntamientos, gestores de comunidades de vecinos, arquitectos, ingenieros y demás profesionales y facultativos del ramo que trabajen por la zona para ofrecerles nuestros servicios. Y a lo largo del año se mantendrá una publicidad cuyo coste será de 400 €/mes o 4 800 €/año.

● 1.5. Plan de producción

Inicialmente se presuponen los siguientes **servicios mensuales**:

- Facturación a aseguradoras: 5 empresas · 16 servicios/mes · 40 € servicio: 3 200 €.
- Facturación por mantenimiento de instalaciones: 650 €:
 - 2 instalaciones deportivas a 100 €: 200 €.
 - 1 centro escolar: 150 €.
 - 2 ayuntamientos a 150 €: 300 €.
- Pequeñas obras de instalación: 1 · 3 000 €: 3 000 €.
- Subcontratas de obras: 12 días al mes · 8 horas/día · 25 € (15 €/hora oficial y 10 €/hora ayudante): 2 400 €.
- Servicios a clientes particulares: 40 horas mensuales a 30 €/hora: 1 200 €.

En función de estas previsiones, los ingresos por servicios prestados durante un mes se estiman en 10 450 €/mes o 125 400 €/año.

El **coste** estimado de material para estas instalaciones se calcula que ascendería a 2 200 €/mes o 26 400 €/año. En los casos de subcontrata de obra, el material lo aporta la empresa constructora.

Se ha calculado que los gastos de desplazamiento supondrán 800 €/mes o 9 600 €/año. El material para las instalaciones se compra en función de lo que se necesite, por lo que nunca tenemos material almacenado.



Recuerda

La información necesaria para realizar el **plan de marketing** la encontrarás en la Unidad 3.



Claves y consejos

El **plan de producción** es de gran importancia para el cálculo de costes y precios. Para ello tendremos en cuenta los siguientes conceptos:

- Especificaremos, en unidades, el plan de producción previsto.
- Indicaremos nuestra capacidad productiva.
- Tendremos en cuenta las características de la mano de obra necesaria.
- Calcularemos el coste del producto o servicio.
- Calcularemos el precio de venta: determinar la estrategia de precios que se considere más interesante para la empresa (en función de los costes, de la competencia o de los consumidores).

● 1.6. Infraestructuras

○ A. Locales

La empresa estará ubicada en el polígono industrial del municipio.

Por las características de la actividad, los trabajos se realizan en obras, por lo que se ha alquilado una pequeña nave para almacenamiento de materiales, maquinaria y una oficina. El coste de alquiler mensual asciende a 550 € o 6 600 €/año. Hemos tenido que realizar una serie de instalaciones para adaptar la nave a nuestras necesidades, por lo que pagamos 6 000 €.

○ B. Maquinaria, mobiliario y herramientas

Se ha comprado la maquinaria y las herramientas necesarias para el inicio de la actividad por un importe de 6 800 €.

Se ha adquirido el mobiliario necesario para la oficina por un valor de 1 600 €, así como los equipos informáticos, cuyo valor ha supuesto 1 200 €.

○ C. Elementos de transporte

Se ha adquirido un pequeño vehículo para resolver el problema de los traslados de personal y herramientas. El coste del mismo ha sido 8 100 €.



Importante

En el apartado de **organización y recursos humanos** hay que hacer referencia a las necesidades de personal para la realización del proyecto. Se trata de organizar a los participantes en el proyecto teniendo en cuenta las funciones que van a cumplir, que vendrán determinadas por los objetivos que hay que alcanzar en función del esquema organizativo de la empresa y sus dependencias jerárquicas y funcionales.

En cuanto a la política de personal, es conveniente determinar la plantilla actual y la evolución a medio plazo, así como los sueldos y la forma de repartir beneficios.

● 1.7. Organización y recursos humanos

Inicialmente se contará con dos puestos de trabajo:

- El emprendedor, que se ocupará de la organización del trabajo y de la ejecución del mismo, de la dirección de la empresa, y de contactar con clientes.
- Se contratará a un trabajador con formación y experiencia en instalaciones eléctricas. Se valorará su capacidad emprendedora y de trabajo en equipo. Inicialmente se le hará un contrato temporal por 6 meses para comprobar su adaptación al puesto de trabajo y posteriormente se le hará un contrato indefinido.

Los costes salariales del primer año serían:

	Salario mensual	Seguridad Social mensual	Total primer año
Promotor	1 000 (-14)	234 (-12)	16 808
Trabajador contratado	1 000 (-14)	350 (-12)	18 200
Costes salariales totales primer año			35 008

● 1.8. Plan económico-financiero

○ A. Plan de inversiones y gastos iniciales

Inversiones iniciales	
Concepto	€
Instalaciones (acondicionamiento nave)	6 000
Elementos de transporte	8 100
Maquinaria, herramientas y utillaje	6 800
Mobiliario	1 600
Equipos informáticos	1 200
Total	23 700

Gastos para crear la empresa	
Concepto	€
Gastos de constitución	450
Gastos de primer establecimiento	1000
Total	1 450
Gastos comienzo actividad	
Concepto	€
Stock mínimo de existencias iniciales	En este caso no se precisan
Reserva de dinero en efectivo para gastos de los primeros meses	5000
Total	30 150

B. Plan de financiación

El promotor cuenta con unos ahorros de los que dispondrá durante la puesta en marcha de la empresa. No obstante, será necesario pedir un préstamo bancario para hacer frente a las inversiones iniciales.

Se ha solicitado una subvención para financiar inversiones (concretamente la maquinaria) que supone 6 000 €. Estamos seguros de cumplir todos los requisitos exigidos y, por tanto, seguros de su concesión.

Plan de financiación	
Recursos propios	8 150
Préstamo bancario	16 000
Subvención	6 000
Total	30 150



Importante

El **plan económico-financiero** concentrará toda la información obtenida en todos los demás apartados del plan de empresa, de modo que a través de él podamos obtener la siguiente información:

- Los fondos que vamos a necesitar para desarrollar el proyecto, es decir, la inversión inicial que tendremos que efectuar más todos los recursos financieros que necesitaremos para acometer la actividad.
- Podremos determinar la estructura financiera de la empresa, es decir, los recursos propios y ajenos de la misma.
- Podremos asimismo calcular la rentabilidad de los recursos invertidos.

• Amortización del préstamo

Se ha pedido un préstamo bancario a 5 años de 16 000 €, que nos conceden al 7% de interés anual a tipo fijo. Se prevé que el pago de los intereses y la amortización se realicen cada año en el mes de diciembre.

Años	Intereses pagados	Devuelto en el año	Total devuelto	Pendiente de devolver
1	1 120	2 783	2 783	13 217
2	925	2 977	5 760	10 240
3	716	3 185	8 945	7 055
4	493	3 408	12 353	3 647
5	255	3 647	16 000	0

• Amortización del inmovilizado

La empresa pretende amortizar las inversiones en bienes de capital lo antes posible. El cálculo que se ha hecho de las amortizaciones es el siguiente:

Elemento	Valor de adquisición	Coefficiente lineal máximo	Cuota de amortización anual
Instalaciones	6 000	10%	600
Vehículo	8 100	16%	1 296
Máquinas y herramientas	6 800	12%	816
Mobiliario	1 600	10%	160
Equipos informáticos	1 200	26%	312
		Total	3 184



Importante

Para el **cálculo de la amortización** se recurre a las tablas de amortización para Estimación Directa Simplificada y nos acogemos al coeficiente lineal máximo.



Claves y consejos

Se han calculado las **entradas de dinero** trimestre a trimestre, e igualmente calculamos las **salidas de dinero**. De la diferencia entre ambos vemos si nos sobra dinero o, por el contrario, nos falta en un trimestre determinado. En este caso deberemos tener previsto de dónde lo pensamos obtener.

C. Previsión de tesorería

	Previsión de tesorería				
	1. ^{er} trimestre	2. ^º trimestre	3. ^{er} trimestre	4. ^º trimestre	Total
Cobros					
Aportación empresario	8 150				8 150
Trabajos realizados	31 350	31 350	31 350	31 350	125 400
Préstamos	16 000				16 000
Subvenciones		6 000			6 000
Total cobros	55 500	37 350	31 350	31 350	155 550
Pagos					
Proveedores	6 000	8 400	4 500	7 500	26 400
Sueldos y salarios	6 000	8 000	6 000	8 000	28 000
Seguridad Social	1 752	1 752	1 752	1 752	7 008
Impuestos y tasas				350	350
Publicidad	1 200	1 200	1 200	1 200	4 800
Alquileres	1 650	1 650	1 650	1 650	6 600
Gastos de desplazamiento	2 400	2 400	2 400	2 400	9 600
Suministros (luz, agua, teléfono)	420	420	420	420	1 680
Servicios exteriores (gestoría)	300	300	300	300	1 200
Primas de seguros	114	112	112	112	450
Inversiones	23 700				23 700
Intereses de préstamos	280	280	280	280	1 120
Devolución de préstamos	698	695	695	695	2 783
Gastos para crear empresa	1 450				1 450
Total pagos	45 964	25 209	19 309	24 659	115 141
Diferencia cobros-pagos	9 536	12 141	12 041	6 691	40 409
Saldo banco cuenta corriente	9 536	21 677	33 718	40 409	

Con las entradas de dinero ha sido suficiente para hacer frente a las salidas, y a final de año un queda saldo en la cuenta corriente de 40 409 €

D. Otros gastos anuales:

Se estima que a lo largo del año se producirán también los siguientes gastos:

- Tributos (tasas, contribuciones especiales, etc.): **350 €.**
- Suministros (luz, agua, teléfono, Internet, etc.): **1 680 €.**
- Servicios externos (gestoría): **1 200 €.**
- Seguros: **450 €.**

O E. Cuenta de resultados previsional

Cuenta de resultados	Año 1.º	Cuenta de resultados	Año 1.º
Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ingresos por trabajos prestados	125 400	Compras de materiales	26 400
Subvenciones a fondo perdido	720	Gastos de personal	35 008
		Tributos	350
		Publicidad	4 800
		Gastos de alquileres	6 600
		Gastos de desplazamiento	9 600
		Suministros	1 680
		Servicios externos (gestoría)	1 200
		Seguros	450
		Amortizaciones	3 184
		Gastos para crear empresa	1 450
Total ingresos de explotación	126 120	Total gastos de explotación	90 722
Ingresos financieros		Gastos financieros	
Ingresos financieros	0	Intereses préstamo	1 120
Total ingresos financieros	0	Total gastos financieros	1 120
Resultados de explotación	35 398		
Resultados financieros	-1 120		
Resultados antes de impuestos	34 278		

En cuanto a los resultados previstos, consideramos que son muy positivos, dado que los beneficios previstos para el primer año ascienden a 34 278 €, lo que supone un 27,33 % sobre las ventas.

O F. Balance final

Activo		Pasivo	
		Patrimonio neto	13 430
		Capital	8 150
		Subvención	5 280
		Pérdidas y ganancias	34 278
Activo no corriente	20 516	Pasivo no corriente	13 217
Inmovilizado intangible		Préstamo bancario	13 217
Inversiones en bienes de capital	23 700		
Amortización	-3 184		
Activo corriente	40 409	Pasivo corriente	0
Banco c/c	40 409		
Total	60 925	Total	26 647

Conclusión:

La situación patrimonial de la empresa es la siguiente: el activo es superior al pasivo, lo que implica **ganancias**; presenta además una buena **liquidez**, lo que significa que está lejos de la suspensión de pagos; su **solvencia** es enviable, por lo que no se prevé riesgo de quiebra; la relación entre fondos propios y deudas es del 78 % contra el 22 %: muy buena, por lo que, si lo necesitara, podría endeudarse más; y, por fin, la relación entre las deudas a corto plazo y a largo plazo es muy favorable: del 100 % contra el 0 %. En conclusión, puede decirse que MiguelES tiene una situación patrimonial **muy buena**.



Importante

La **cuenta de resultados previsional** se elabora a partir de los datos económicos anteriores, con el fin de hacer una estimación de los beneficios o pérdidas probables.

De la misma forma que se ha hecho para el primer año, se podría hacer para los dos años siguientes; bastaría con calcular qué incremento sufrirían los ingresos y los gastos (por ejemplo, la inflación prevista para esos años) y aplicarlo a la tabla anterior.

A la hora de calcular los resultados para los dos próximos años, téngase en cuenta que los «gastos para crear la empresa», así como los «gastos de comienzo de actividad», no se producirán, pues solo se llevan a cabo el primer año.



Claves y consejos

Tratamiento de la subvención no reintegrable

Aparecerá en la cuenta de resultados o de pérdidas y ganancias como ingreso, en una cuantía igual a la resultante de aplicar sobre la subvención el coeficiente de amortización que se aplique al activo subvencionado.

Y en el balance aparecerá en el patrimonio neto en cuantía igual a la subvención menos lo declarado como ingreso. Esto se realizará todos los años hasta que su importe se extinga.



Recuerda

El **balance final** representa la situación patrimonial de la empresa, esto es, si es solvente, si tiene liquidez, si estamos muy endeudados y si la proporción de deudas a corto y largo plazo es la correcta.

Podrás encontrar en la Unidad 5 las explicaciones necesarias para interpretar el análisis patrimonial de la empresa.



Web

www.insht.es

En esta página podrás encontrar las guías elaboradas por el INSHT.

1.9. Seguridad y salud laboral

El emprendedor ha recibido formación específica en este tema, por lo que decide ocuparse personalmente de la elaboración del plan de seguridad e higiene.

Para ello utiliza las **guías para la acción preventiva** que ha elaborado el Instituto de Seguridad e Higiene en el Trabajo, con la intención de que los empresarios, por sí mismos, puedan abordar la tarea de evaluar sus riesgos y asumir, a continuación, las acciones preventivas oportunas.

1.10. Valoración final

Como resultado del estudio que hemos hecho del mercado y de nuestras posibilidades, tanto técnica como económicamente, **concluimos que:**

- Nuestra empresa tiene un hueco en el mercado, puesto que las dos empresas existentes en la zona son insuficientes para cubrir la demanda de estos servicios.
- El promotor cuenta con la formación y la experiencia necesarias para llevar a cabo la empresa.
- Puede contar con recursos financieros suficientes para hacer frente a las necesidades económicas.
- Tanto del plan de tesorería como de la cuenta de resultados previsional se desprende que la empresa puede ser viable económica y financieramente.
- Y, sobre todo, el emprendedor está en disposición de afrontar la tarea empresarial con ilusión y determinación.



Recuerda

En la Unidad 7 tienes la información necesaria sobre los trámites de constitución e inicio de actividad.

En la web de la Ventanilla Única Empresarial (www.ventanillaempresarial.org) podrás obtener información sobre este tema.

1.11. Trámites de inicio de actividad

Teniendo en cuenta que el emprendedor ha decidido iniciar la actividad como **emprendedor individual**, los trámites que hay que realizar para poner en marcha la empresa son los siguientes:

Alta en el censo de obligados tributarios

Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas

Diligenciar los libros contables

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Alta en autónomos

Alta de los trabajadores

Adquisición y sellado del libro de visitas

Licencia de obras

Licencia de apertura

Comunicación de apertura

● 2. Vendemás.com

● 2.1. Presentación

Según estudios del sector, se estima que un 70% de las empresas españolas estarán conectadas a Internet en el plazo de tres años. En función de este dato, los promotores del proyecto empresarial consideran que el sector ofrece una gran oportunidad de negocio, ya que la implantación de las nuevas tecnologías impulsa a las empresas a aumentar la demanda de productos de software a medida, para gestionar los contenidos de su web en Internet de una manera eficaz.

○ A. Datos de los promotores



Juan Hernández
27 años



María Domínguez
26 años



- **Formación académica**
Técnico Superior en Informática.
- **Formación complementaria**
Ha realizado diversos cursos relacionados con diseño web y multimedia, un curso de *marketing* en la web, y un curso de gestión de empresas.
- **Experiencia profesional**
Ha trabajado cuatro años como técnico informático en una empresa suministradora de productos de software a medida para empresas.

- **Formación académica**
Técnico Superior en Imagen.
- **Formación complementaria**
Varios cursos de diseño gráfico y publicitario.
- **Experiencia profesional**
Diseñadora gráfica durante tres años y publicista durante dos.





Claves y consejos

Al **describir la idea** se debe señalar cómo ha surgido: si se trata de una idea nueva o proviene de la observación de alguna otra, o del descubrimiento de alguna oportunidad en el mercado; si se ha dado algún paso hacia la consecución del objetivo; los principales problemas que se han planteado y si se ha conseguido, o se espera conseguir, alguna ayuda.

Al describir el objetivo se tratará de explicar cuáles son las metas que se pretenden alcanzar, el tamaño de nuestra empresa y las perspectivas para los próximos años.

Referente a la **descripción del producto o servicio**, podrás encontrar información en el tercer supuesto práctico: «Autos Marsán SL».

○ B. Datos de la empresa

La idea del negocio se centra en la creación de una empresa dedicada al desarrollo de software a medida para la gestión de contenidos en portales de Internet.

En este tipo de empresas no es determinante la ubicación del negocio, pero sí es conveniente que se establezcan en ciudades con un volumen importante de empresas. Por este motivo, unido al conocimiento de la zona, es por lo que se ha elegido como lugar de ubicación la ciudad de Valencia. En principio, la idea es contactar con empresas del sector de la comunidad e ir ampliando el radio de actuación, ya que este tipo de negocios permite trabajar fácilmente con cualquier empresa independientemente de su localización.

Inicialmente se ha pensado comenzar la actividad como **Comunidad de Bienes**.

El nombre pensado para la empresa es **Vendemás.com**.

● 2.2. Descripción del producto o servicio

El servicio ofrecido consiste en el diseño, configuración y mantenimiento de páginas web, desde el diseño y maquetación de contenidos, a la inclusión en el espacio virtual de los mismos, contratación de dominios para el alojamiento de las páginas, así como el mantenimiento y actualización de estas.

● 2.3. Estudio del mercado

○ A. Análisis externo

• Macroentorno

El diseño de software para la gestión de contenidos en Internet es todavía una actividad emergente en España, por lo que no es posible establecer datos oficiales sobre el volumen de negocio que puede generar este segmento dentro del sector de servicios informáticos.

En nuestro país opera actualmente un número reducido de empresas con un alto grado de especialización en esta actividad. Estas compañías coexisten dentro del mercado con multinacionales que prestan una amplia gama de servicios informáticos. Cerca de un 57% del sector está formado por grandes firmas, mientras que un 43% corresponde a pequeñas y medianas empresas. Al igual que ocurre en otras áreas del sector informático, las compañías se concentran principalmente en las ciudades de Madrid y Barcelona.

El desarrollo de nuevas tecnologías experimentado en los últimos años en el ámbito de los servicios telemáticos, unido a la creciente necesidad de las empresas de contar con una sólida presencia en Internet, ha reforzado el crecimiento de este sector, que cuenta con unas buenas perspectivas de futuro.

• Microentorno

Aunque los clientes potenciales de estos servicios son un amplio número de empresas procedentes de diversos sectores, se puede establecer una clasificación según el tipo de producto que solicitan. El segmento más amplio de clientes se encuentra en aquellas empresas cuyo equipamiento hardware es de tipo medio y necesitan disponer de aplicaciones software integradas listas para ser utilizadas.

Otro grupo de clientes a los que se dirigen estos productos está constituido por grandes firmas con personal informático propio, que suelen demandar herramientas para integrarlas dentro de sus propios desarrollos. Un tercer segmento importante de clientes se encuentra en los proveedores de servicios añadidos y consultoras en tecnologías de la información, que subcontratan este tipo de servicios.

Entre las fórmulas más utilizadas por estas empresas para darse a conocer se encuentran la asistencia a congresos y seminarios, la inserción de anuncios en periódicos y revistas especializadas, y el diseño de páginas web propias.

Vendemás.com pretende hacerse con una importante cartera de clientes pertenecientes a pequeñas y medianas empresas que quieren comercializar sus productos a través de la red y precisan de servicios externos para la elaboración de las herramientas necesarias, así como el mantenimiento de sus páginas.

Se ha hecho un sondeo previo a la toma de la decisión de seguir con la empresa adelante para determinar el número de empresas que estarían interesadas en recibir nuestros servicios. Inicialmente la acogida ha sido buena y se calcula que en el primer año podemos captar un número de clientes superior a sesenta empresas.

En cuanto a la **competencia** en la zona donde se ubicará Vendemás.com, no es grande, si bien, como decíamos antes, la ubicación no es un elemento determinante.

○ B. Análisis interno

Los promotores cuentan con la preparación técnica suficiente para afrontar la actividad empresarial que se han propuesto, tanto por su formación profesional en el ramo de la informática y el diseño como por su experiencia profesional en empresas del sector. Asimismo, se han preocupado de formarse en temas directamente relacionados con la gestión de empresas.

Los promotores poseen una gran capacidad de trabajo. Juan, por sus dotes de organización, se ocupará de los aspectos gerenciales, mientras que María, mejor dotada para las relaciones públicas, se ocupará de las relaciones con los clientes.

○ C. Análisis DAFO

Interno	Externo
Debilidades <ul style="list-style-type: none"> La empresa es nueva en el mercado. Necesidades financieras. 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> La posibilidad de operar en este sector desde cualquier lugar del mundo hace casi imposible conocer a la competencia. Problemas de los bancos para conceder préstamos.
Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> Preparación técnica y creatividad. Preparación de gestión de empresa. Capacidad de trabajo y organizativa. Disponibilidad total de horarios. 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> Necesidad de las empresas de comercializar sus productos a través de la red. Elevado número de empresas en la zona y que confian más en empresas de las que pueden conocer a sus representantes. Demandas crecientes.



Recuerda

Fortalezas y debilidades:

Son aspectos internos de la empresa. Hacen referencia a ventajas o desventajas frente a la competencia en relación con las capacidades de los promotores.

Amenazas y oportunidades:

Son aspectos relativos a la evolución del entorno y están en relación con aspectos legales, políticos, socioculturales, demográficos, económicos, tecnológicos y medioambientales.

● 2.4. Plan de marketing



Recuerda

La información necesaria para realizar el **plan de marketing** la encontrarás en la Unidad 3.

○ A. Producto o servicio

El servicio ofrecido consiste en el diseño, configuración y mantenimiento de páginas web; desde el diseño y maquetación de contenidos a la inclusión en el espacio virtual de las mismas, contratación de dominios para el alojamiento de las páginas, así como el mantenimiento y actualización de estas.

○ B. El precio

Según los precios medios establecidos por la competencia, el coste del diseño y configuración inicial de un página web sería de 2000 €.

Para la actualización y mantenimiento de las páginas, se ofrecería a los clientes un sistema de igualas, por el que pagaría, según el tamaño de la empresa, una media de 350 € al año.

○ C. La comunicación

Una empresa que se dedica al diseño de páginas web ha de tener una carta de presentación a la altura de la situación. La presentación telemática de nuestra empresa a los futuros clientes sería el punto de partida para darnos a conocer. Otras fórmulas que utilizaríamos para captar clientes serían la asistencia a congresos y seminarios, y la inserción de anuncios en periódicos y revistas especializadas.

Se considera necesaria la visita personal a los clientes potenciales, para presentarles in situ un boceto de lo que podría ser su escaparate virtual. Se estiman unos gastos de publicidad anual de 5 600 €.

● 2.5. Plan de producción

Las previsiones de servicios prestados en el primer año son:

- Diseño y configuración inicial de páginas web: 48 páginas · 2000 € de media: 96 000 €.
- Actualización y mantenimiento de las páginas: $43 \cdot 350 \text{ €} = 15\,050 \text{ €}$.

Total: 111 050 € de ingresos anuales.

Los gastos inherentes a la producción debido a las características del negocio estarían limitados a gastos de comunicaciones (teléfono fijo y móvil, ADSL) y gastos de desplazamiento para visitas directas a las empresas. Se estima un gasto medio mensual de 750 €/mes, o 9 000 €/año.

● 2.6. Infraestructuras

○ A. Locales

La empresa estará ubicada en una zona céntrica de gran actividad comercial y de fácil acceso en coche. Se precisa de un local de unos 70 m² con una sala donde estarían ubicados los equipos y otra sala para la recepción de los clientes.

El coste de alquiler mensual asciende a 650 €/mes o 7 800 €/año.

Nos vemos obligados a realizar una serie de instalaciones en el local imprescindibles para nuestro negocio, por un importe de 4 000 €.



Claves y consejos

Para **calcular el coste del producto o servicio**, deberás tener en cuenta:

- Los costes fijos o indirectos: gastos de personal, Seguridad Social, alquileres, suministros y servicios exteriores, impuestos, amortización, etcétera.
- Los costes variables o directos: materias primas y todos los costes que estén directamente asociados a la producción.
- Los costes de comercialización: comisiones de venta, gastos de distribución, etcétera.

○ B. Maquinaria, mobiliario y equipos

Las inversiones iniciales imprescindibles para el inicio de la actividad son las siguientes:

- Equipos informáticos de sobremesa, portátiles y periféricos, cuyo coste estimado asciende a 10300 €.
- Mobiliario necesario para la oficina y la sala de atención a los clientes por un valor estimado de 2600 €.
- Software de diseño y de gestión por un valor de 900 €.

○ C. Elementos de transporte

Se ha alquilado un coche mediante *renting* por un periodo de 48 meses. La cuota que deben pagar mensualmente es de 350 €/mes o 4200 €/año.

● 2.7. Organización y recursos humanos

Inicialmente se contará con dos puestos de trabajo, los de los dos socios.

Los costes salariales del primer año serían:

	Salario mensual	Seguridad Social mensual	Total primer año
Promotores	1 500 (-14) · 2	234 (-12) · 2	47 616
Costes salariales totales primer año			47 616

● 2.8. Plan económico-financiero

○ A. Plan de inversiones iniciales

Se considera que las inversiones necesarias para iniciar la actividad son las siguientes:



Recuerda

La información necesaria para la realización del **plan económico financiero** la encontrarás en la Unidad 5.

Inversiones iniciales	
Concepto	€
Instalaciones (acondicionamiento oficina)	4 000
Equipos informáticos	10 300
Mobiliario	2 600
Software	900
Total	17 800
Gastos para crear la empresa	
Concepto	€
Gastos de constitución	450
Gastos de primer establecimiento	600
Total	1 050
Gastos comienzo actividad	
Concepto	€
Stock mínimo de existencias iniciales	En este caso no se precisan
Reserva de dinero en efectivo para gastos de los primeros meses	5 000
Total	23 850

○ B. Plan de financiación

Los promotores cuentan con unos ahorros de los que dispondrán durante la puesta en marcha de la empresa, así como con ayuda familiar, con lo que no precisarán financiación bancaria.

Además, han solicitado una subvención para financiar la compra de los equipos informáticos y el software por una cuantía de 11 000 €, y les ha sido concedida a fondo perdido.

Plan de financiación	
Recursos propios	12 850
Subvenciones	11 000
Total	23 850

- **Amortización del inmovilizado**

El cálculo que se ha hecho de las amortizaciones es el siguiente:

Elemento	Valor de adquisición	Coeficiente lineal máximo	Cuota de amortización anual
Instalaciones	4000	10%	400
Equipos informáticos	10 300	26 %	2 678
Mobiliario	2 600	10%	260
Software	900	26 %	234
		Total	3 572

○ C. Previsión de tesorería

Previsión de tesorería					
	1. ^{er} trimestre	2. ^º trimestre	3. ^{er} trimestre	4. ^º trimestre	Total
Cobros					
Aportación empresario	12 850				12 850
Trabajos realizados	15 000	25 000	35 050	36 000	111 050
Subvenciones	11 000				11 000
Total cobros	38 850	25 000	35 050	36 000	134 900
Pagos					
Sueldos y Seguridad Social	11 904	11 904	11 904	11 904	47 616
Impuestos y tasas	350				350
Publicidad	2 600	1 000	1 000	1 000	5 600
Alquileres	1 950	1 950	1 950	1 950	7 800
Gastos inherentes a la producción	2 250	2 250	2 250	2 250	9 000
Suministros (luz, agua, teléfono)	1 050	1 050	1 050	1 050	4 200
Servicios exteriores (gestoría)	300	300	300	300	1 200
Primas de seguros	450				450
Inversiones iniciales	4 450	4 450	4 450	4 450	17 800
Renting coche	1 050	1 050	1 050	1 050	4 200
Gastos para crear la empresa	1 050				1 050
Total pagos	27 404	23 954	23 954	23 954	99 266
Diferencia cobros-pagos	11 446	1 046	11 096	12 046	35 634
Saldo banco cuenta corriente	11 446	12 492	23 588	35 634	

Con las entradas de dinero ha sido suficiente para hacer frente a las salidas, y a final de año queda un saldo en la cuenta corriente de 35 634 €

○ D. Otros gastos

- Tributos (tasas, contribuciones especiales, etc.): **350 €.**
- Suministros (luz, agua, teléfono, Internet, etc.): **4200 €.**
- Servicios externos (gestoría): **1200 €.**
- Seguros: **450 €.**

○ E. Cuenta de resultados previsional

Cuenta de resultados	Año 1.º	Cuenta de resultados	Año 1.º
Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ingresos por trabajos prestados	111 050	Salarios y Seguridad Social	47 616
Subvenciones a fondo perdido	2 860	Tributos	350
		Publicidad	5 600
		Gastos de alquileres	7 800
		Gastos inherentes a la producción	9 000
		Suministros	4 200
		Servicios externos (gestoría)	1 200
		Seguros	450
		Renting coche	4 200
		Amortizaciones	3 572
		Gastos para crear la empresa	1 050
Total ingresos de explotación	113 910	Total gastos de explotación	85 038
Ingresos financieros		Gastos financieros	
Ingresos financieros	0		
Total ingresos financieros	0	Total gastos financieros	0
Resultados de explotación	28 872		
Resultados financieros	0		
Resultados antes de impuestos	28 872		

Claves y consejos

La **cuenta de resultados previsional** refleja el resultado económico de la empresa para un periodo determinado: beneficio o pérdida. Recoge las partidas de ingresos y gastos del periodo siguiendo unas determinadas normas contables.

Se elabora a partir de los datos obtenidos anteriormente. Le damos la denominación de «previsional» porque corresponde a una situación teórica de la empresa en un futuro inmediato (en el ejemplo, vamos a hacer una estimación a un año).

De la cuenta de resultados previsional sacamos la conclusión de que los resultados antes de impuestos son muy positivos, puesto que para el primer año se obtienen unos beneficios de 28 872 €, lo que supone un 26 % sobre ventas.

○ F. Balance final

Activo		Pasivo	
		Patrimonio neto	20 990
		Capital	12 850
		Subvención	8 140
		Pérdidas y ganancias	28 872
Activo no corriente	14 228	Pasivo no corriente	0
Inmovilizado material		Préstamo bancario	
Inversiones en bienes de capital	17 800		
Amortización	-3 572		
Activo corriente	35 634	Pasivo corriente	0
Banco c/c	35 634		
Total	49 862	Total	20 990

Conclusión:

La situación patrimonial de la empresa es la siguiente: el activo es superior al pasivo, lo que implica **ganancias**; presenta una buena **liquidez**, lo que significa que está lejos de la suspensión de pagos; tiene muy buena **solvencia**, lo que supone que está lejos de la quiebra; la relación entre fondos propios y deudas es la ideal: del 100% contra el 0%, por lo que en caso de necesidad podría asumir alguna deuda; y, por fin, la relación deudas a corto plazo y a largo plazo es inmejorable: 0% contra 0% (ya que no tiene deudas).

Por tanto, puede decirse que Vendemás.com goza de una situación patrimonial **exce-lente**.

Importante

El **balance final** nos da una idea de la situación patrimonial de nuestra empresa, esto es, si la empresa es solvente, si tiene liquidez, si estamos muy endeudados, y si la proporción de deudas a corto y largo plazo es la correcta.



www.insht.es

En la web del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo podrás encontrar toda la información que necesites sobre seguridad y salud laboral y sobre planes de seguridad e higiene para empresas.

● 2.9. Seguridad y salud laboral

Con las orientaciones recibidas por el Instituto de Seguridad e Higiene en el Trabajo, y utilizando las guías para la acción preventiva de este instituto, concretamente la «Instrucción básica para el trabajador usuario de pantallas de visualización de datos», hemos elaborado el plan de seguridad e higiene para nuestra empresa.

● 2.10. Valoración final

Como resultado del estudio que hemos hecho del mercado y de nuestras posibilidades, tanto técnica como económicamente, **concluimos que:**

- Nuestra empresa tiene un hueco en el mercado, dado que es un sector emergente. La mayoría de las empresas de este sector están ubicadas en Madrid y Barcelona, y si bien la ubicación no es un factor importante para esta actividad, sí lo es que los clientes prefieran contar con personas con las que hablen y no contratar los servicios a distancia, con el fin de que puedan asistirles, sobre todo en la puesta en marcha del producto.

- Los promotores cuentan con la formación y la experiencia necesarias para llevar a cabo la empresa.
- Pueden contar con recursos financieros suficientes para hacer frente a las necesidades económicas, dado que la inversión necesaria es baja y disponen además de subvenciones para el proyecto.
- Tanto del plan de tesorería como de la cuenta de resultados previsional se desprende que la empresa puede ser viable económica y financieramente. Según la cuenta de resultados previsional, se recuperaría la inversión en el primer año.

Y, sobre todo, los emprendedores están en disposición de afrontar la tarea empresarial con ilusión y determinación.

● 2.11. Trámites de inicio de actividad

La forma jurídica que han decidido para su empresa es la de **Comunidad de Bienes**. Los trámites que hay que realizar para poner en marcha la empresa son los siguientes:

Redacción de la escritura de constitución de la comunidad y de los estatutos

Otorgamiento ante notario de la escritura pública de constitución y aprobación de los estatutos (voluntario)

Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

Obtención del Número de Identificación Fiscal

Alta en el censo de etiquetas y opciones del IVA

Declaración previa al inicio de la actividad

Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Afiliación y alta de los trabajadores

Afiliación a la Seguridad Social de los comuneros

Legalización de los libros oficiales

Solicitud de licencia de apertura

Comunicación de apertura del centro de trabajo

Adquisición y sellado del libro de visitas

Confección del calendario laboral



Recuerda

En la Unidad 7 tienes la información necesaria sobre trámites de constitución e inicio de actividad.

En la web de la Ventanilla Única Empresarial ([www.ventanillaeempresarial.org](http://www.ventanillaempresarial.org)) podrás obtener información sobre este tema.



3. Autos Marsán SL

3.1. Presentación

Los promotores del proyecto se conocen en el taller mecánico donde Manuel era oficial y Javier realizó las prácticas de empresa.

El dueño del taller, al llegar a su edad de jubilación, piensa en traspasar el negocio.

Manuel, que lleva toda la vida trabajando en esta empresa, conoce muy bien el negocio y decide contactar con el chico que hizo las prácticas en su empresa, y que le pareció muy preparado y responsable, para asociarse con él y adquirir entre ambos el traspaso del negocio, opción que ya habían barajado antes de que Javier finalizara las prácticas.

Deciden hacer una **SL**, ya que consideran que es mejor limitar la responsabilidad al capital social, dejando a un lado los bienes personales.

Han elegido como nombre para la empresa Autos Marsán SL.

A. Datos de los promotores



Javier Martín

24 años



- Formación académica**
Formación Profesional de Grado Superior de Automoción.

- Formación complementaria**
Diversos cursos de informática y gestión de empresas. Curso de prevención de riesgos laborales.

- Experiencia profesional**
Al finalizar sus estudios realizó las prácticas en un taller mecánico.

Manuel Sánchez

40 años



- Formación académica**
Educación General Básica.

- Experiencia profesional**
22 años en un taller mecánico, en el que entró como aprendiz a los 18 años, para pasar posteriormente a oficial, hasta el momento actual.

B. Datos de la empresa

El local está ubicado en un barrio periférico de la ciudad, bien comunicado y con espacio para aparcamiento.

El taller, cuyo traspaso van a coger, lleva instalado en este mismo lugar desde hace treinta años, por lo que cuenta con una importante cartera de clientes.



● 3.2. Descripción del producto o servicio

Se ofertarán servicios tradicionales de reparación de vehículos, pero la idea que han estado barajando y que consideran que puede ser atractiva es la de destinar un espacio para que los clientes puedan hacer pequeñas reparaciones de su vehículo; este negocio consistiría en la venta de piezas y suministros, así como el alquiler de herramientas y asesoramiento técnico. Esta idea, totalmente novedosa, puede ser atractiva, ya que el cliente se ahorra el pagar por la mano de obra en las pequeñas reparaciones y el mantenimiento de su vehículo. Sin embargo es una manera de atraer clientes, puesto que las reparaciones más complejas tendrían que realizarlas los técnicos.

● 3.3. Estudio del mercado

○ A. Análisis externo

- **Macroentorno**

La situación económica actual está en un momento en el que se aprecia una recesión económica. Las entidades financieras han subido considerablemente los tipos de interés aplicables a los préstamos.

Esta situación afectará, en gran medida, a la disminución en la compra de vehículos nuevos, por lo que se estima que **crecerá la demanda de reparaciones** y mantenimiento de los vehículos al alargar la vida útil de los mismos.

- **Microentorno**

Los **clientes** a los que van dirigidos los servicios son personas particulares que tengan vehículos de más de dos años, es decir, que hayan finalizado el periodo de garantía de las casas comerciales.

Se ha hecho un estudio del parque móvil del barrio donde está instalada la empresa y existen 5 286 vehículos que cumplen las condiciones anteriores.

El anterior dueño contaba con una cartera de 435 clientes, los cuales se considera que lo seguirán siendo, ya que uno de los promotores ha trabajado en el taller 22 años.

Con la publicidad que se ha empezado a hacer se estima que se duplicará el número de clientes, sobre todo en la sección de «Repárelo usted mismo».

La **competencia** en la zona donde se ubicará es escasa. Ahora bien, la principal competencia son las casas de venta de vehículos, que disponen de políticas muy fuertes de fidelización de sus clientes y se hace difícil conseguir que cambien de taller.

No se ignora la existencia de numerosos talleres de reparación en la ciudad y que el desplazamiento para contratar los servicios no es impedimento a la hora de elegir taller, pero existe una gran confianza en el novedoso servicio «Repárelo usted mismo».

○ B. Análisis interno

Los promotores cuentan con la **preparación técnica suficiente** para afrontar la actividad empresarial que se han propuesto, tanto por su formación profesional en el ramo de la automoción como por su experiencia profesional en el sector.

Javier, al finalizar las prácticas en la empresa, se ha preocupado de formarse en temas directamente relacionados con la gestión de empresas y recibir los conocimientos de informática necesarios para aplicar los programas de interés para la empresa y la preventión de riesgos laborales. Ambos promotores poseen una gran capacidad de trabajo y de organización. Manuel tiene una gran facilidad para las relaciones públicas, aspecto importante para la captación de clientes.



Claves y consejos

La **descripción del producto o servicio** que se va a comercializar nos servirá de punto de referencia para compararlo con otros productos existentes en el mercado.

Se destacarán los aspectos innovadores y si el producto o servicio representa alguna ventaja para el cliente frente a los de los competidores.

Se hará una relación de sus características técnicas, diferenciando según se trate de un producto o un servicio:

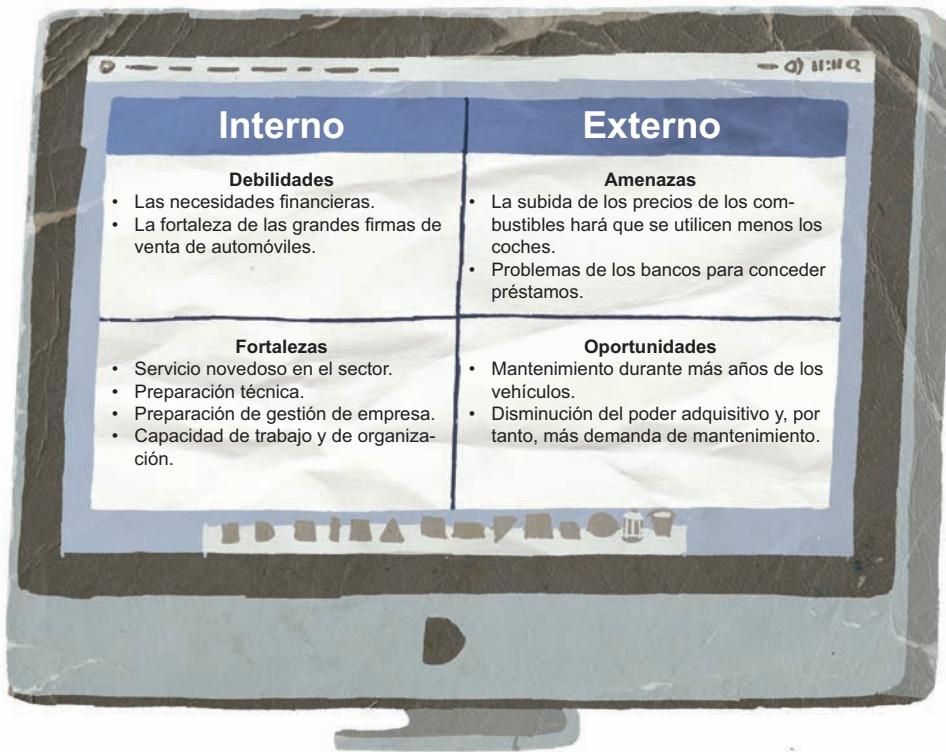
- En el caso de un producto, se especificarán materiales, componentes, dimensiones, para qué sirve, las necesidades que pretende cubrir, etcétera.
- Cuando se trate de un servicio, se explicará en qué consiste, qué necesidades pretende cubrir, etcétera.



Recuerda

Sobre el estudio del mercado podrás encontrar los aspectos que debemos tener en cuenta en el primer supuesto práctico de Instalaciones eléctricas MiguelES.

○ C. Análisis DAFO



● 3.4. Plan de marketing



Recuerda

La información necesaria para realizar el **plan de marketing** la encontrarás en la Unidad 3.

○ A. Producto o servicio

El servicio que se ofrece es un trabajo técnico y profesional, realizado por especialistas con experiencia en la actividad: reparaciones de automóviles en general.

La diferenciación de este servicio consiste en la oferta de reparaciones efectuadas por el propio cliente, con el debido asesoramiento técnico. Este servicio es **novedoso**, ya que no existe ningún taller en la región que oferte esta posibilidad.

○ B. El precio

Según las cuentas presentadas por el antiguo propietario, el gasto medio por cliente y año asciende a 480 €. El gasto medio de estas reparaciones, por consumo de materiales y accesorios para el automóvil, se calcula que asciende a 185 €.

Se ha calculado que se conseguirán sobre 350 nuevos clientes, por los que se ingresaría una media de 120 € de la sección de «Repárelo usted mismo» y 230 € de reparaciones efectuadas por los técnicos de la empresa. El gasto que se calcula de materiales en este caso es de 175 €.

○ C. La comunicación

Se realizará una publicidad inicial en prensa y radio local, y se ha encargado un anuncio en la televisión local para presentar el novedoso servicio. También se va a realizar un buzoneo por el barrio. Se sabe que el gasto de publicidad será **elevado**, pero se espera que a corto plazo sea **rentable**. La campaña de publicidad inicial cuesta 3 400 € y la campaña a lo largo del año supone un desembolso de 1 000 € cada trimestre.

3.5. Plan de producción

Inicialmente se presuponen los siguientes servicios anuales:

- Reparaciones efectuadas por los técnicos de la empresa:
 - 435 clientes antiguos · 480 €: 208 800 €.
 - 350 clientes nuevos · 230 €: 80 500 €.
- Reparaciones efectuadas por los propios clientes:
 - 350 reparaciones · 120 € (suma de varias en un año): 42 000 €.

En función de estas previsiones, los ingresos por servicios prestados durante un año se estiman en 331 300 €.

El coste estimado de material para estas reparaciones se calcula que ascendería a 141 725 €.



Recuerda

Tienes información sobre el **plan de producción** en el primer caso práctico de Instalaciones Eléctricas MigueLES.

3.6. Infraestructuras

A. Locales

El taller que se ha cogido en traspaso está perfectamente acondicionado. No obstante, y con el fin de darle un aire nuevo y separar el espacio destinado a la sección «Repárelo usted mismo», se realizarán unas obras de acondicionamiento de las instalaciones. Los presupuestos que a tal efecto nos han ofertado suponen una cuantía de 15 500 €.

Se ha convenido con el antiguo dueño, además del traspaso, que asciende a 50 000 €, un alquiler mensual de 1 000 €. El contrato se ha efectuado por 10 años prorrogables y un incremento anual del 4%.

B. Maquinaria, mobiliario y herramientas

Se han adquirido maquinaria y herramientas, la mayor parte de ellas para la sección «Repárelo usted mismo», por un importe de 18 500 €.

Se ha renovado el mobiliario de la oficina, cuyo valor ha ascendido a 1 600 €, y los equipos informáticos, que han supuesto una inversión de 1 200 €.

C. Elementos de transporte

Inicialmente no se ha invertido en elementos de transporte, ya que ambos promotores disponen de vehículo propio que usarían si tuvieran que hacer algún desplazamiento, por otra parte poco o nada frecuentes.



Web

www.sepe.es

En la página del Servicio Público de Empleo Estatal, www.sepe.es, se puede acceder a cada modelo de contrato de trabajo, conocer su contenido, descargar el impreso correspondiente en formato PDF, y cumplimentarlo.

3.7. Organización y recursos humanos

Inicialmente se contará con los dos puestos de trabajo correspondientes a los promotores y la contratación de un aprendiz:

- Manuel se ocupará de la organización del trabajo y de contactar con clientes.
- Javier tiene asignadas la facturación a clientes y las relaciones con proveedores.
- El trabajo de reparación de automóviles y de asesoramiento a clientes será efectuado por ambos, así como la dirección de la empresa.
- Se contratará un aprendiz a tiempo completo. Inicialmente se le hará un contrato temporal por seis meses, para comprobar su adaptación al puesto de trabajo, y posteriormente se le hará un contrato indefinido.

Los costes salariales del primer año serían:

	Salario mensual	Seguridad Social mensual	Total primer año
Promotores	1 500 (-14) · 2	234 (-12) · 2	42 000 5 616
Trabajador contratado	700 (-14)	285 (-12)	9 800 3 420
Costes salariales totales primer año			60 836

● 3.8. Plan económico-financiero

○ A. Plan de inversiones iniciales



Importante

Es necesario realizar un **plan de inversiones** necesarias para iniciar la actividad, cuantificando su valor: instalaciones, locales, maquinaria, mobiliario, vehículos, etcétera.

Inversiones iniciales	
Concepto	€
Coste traspaso	50 000
Instalaciones (acondicionamiento taller)	15 500
Maquinaria, herramientas y utillaje	18 500
Mobiliario	1 600
Equipos informáticos	1 200
Total	86 800
Gastos para crear la empresa	
Concepto	€
Gastos de constitución	850
Gastos de primer establecimiento	3 400
Total	4 250
Gastos comienzo actividad	
Concepto	€
Stock mínimo de existencias iniciales	En este caso no se precisan
Reserva de dinero en efectivo para gastos de los primeros meses	5 000
Total	96 050

○ B. Plan de financiación

Cada socio hará una aportación inicial de 15 000 €, y el resto de la inversión se financiará con un préstamo bancario a 3 años.

Plan de financiación	
Aportaciones de los socios	30 000
Préstamo bancario	66 050
Total	96 050

• Amortización financiera

Se ha pedido un préstamo bancario de 66 050 € a 3 años, que nos conceden al 9% de interés anual a tipo fijo.

Años	Intereses pagados	Devuelto en el año	Total devuelto	Pendiente de devolver
1	5 944	20 149	20 149	45 901
2	4 131	21 962	42 111	23 939
3	2 154	23 939	66 050	0

• Amortización del inmovilizado

El cálculo que se ha hecho de las amortizaciones es el siguiente:

Elemento	Valor de adquisición	Coeficiente lineal máximo	Cuota de amortización anual
Traspaso	50000	10%	5000
Instalaciones	15 500	10%	1 550
Máquinas y herramientas	18 500	12%	2 220
Mobiliario	1 600	10%	160
Equipos informáticos	1 200	26%	312
Total			9 242

El total de las amortizaciones en el primer año ascendería a **9 242 €**.

○ C. Otros gastos

- Tributos (tasas, contribuciones especiales, etc.): **550 €**.
- Suministros (luz, agua, teléfono, Internet, etc.): **1 680 €**.
- Servicios externos (gestoría): **1 600 €**.
- Seguros: **1 450 €**.

○ D. Previsión de tesorería

Previsión de tesorería					
	1. ^{er} trimestre	2. ^º trimestre	3. ^{er} trimestre	4. ^º trimestre	Total
Cobros					
Aportación de los socios	30 000				30 000
Trabajos realizados	65 000	83 000	92 500	90 800	331 300
Préstamos	66 050				66 050
Total cobros	161 050	83 000	92 500	90 800	427 350



Recuerda

Interpretación de la tabla de amortización

El coeficiente lineal máximo se aplica cuando queremos amortizar un activo en el menor tiempo posible.

Si dividimos 100 entre el periodo máximo en años, el resultado será el coeficiente lineal mínimo.

Y nos podemos mover entre ambos coeficientes (el mínimo y el máximo) para amortizar el activo. Generalmente se elige el coeficiente máximo.



Claves y consejos

Previsión de tesorería

Un plan de empresa debe contar con un plan previsional de tesorería, ya que este permitirá conocer en cada momento si se dispone del dinero necesario para hacer frente a los pagos originados por la actividad de la empresa.

La previsión de tesorería ha de hacerse como mínimo para períodos trimestrales, aunque si fuera posible, lo ideal sería hacerla por períodos mensuales.

	Previsión de tesorería				
	1. ^{er} trimestre	2. ^º trimestre	3. ^{er} trimestre	4. ^º trimestre	Total
Pagos					
Traspaso negocio	50 000				50 000
Compra máquinas y herramientas	18 500				18 500
Compra mobiliario	1 600				1 600
Compra equipos informáticos	1 200				1 200
Acondicionamiento taller	15 500				15 500
Suministros de materiales	21 000	45 800	42 925	32 000	141 725
Sueldos y Seguridad Social	13 359	17 059	13 359	17 059	60 836
Gastos para crear la empresa	4 250				4 250
Impuestos y tasas	550				550
Publicidad	3 400	1 000	1 000	1 000	6 400
Alquileres	3 000	3 000	3 000	3 000	12 000
Suministros (luz, agua, teléfono)	420	420	420	420	1 680
Servicios externos (gestoría)	400	400	400	400	1 600
Primas de seguros	1 450				1 450
Devolución de préstamos	5 037	5 037	5 037	5 038	20 149
Intereses de préstamos	1 486	1 486	1 486	1 486	5 944
Total pagos	141 152	74 202	67 627	60 403	343 384
Diferencia cobros-pagos	19 898	8 798	24 873	30 397	83 966
Saldo banco cuenta corriente	19 898	28 696	53 569	83 966	

Con las entradas de dinero ha sido suficiente para hacer frente a las salidas, y a final de año queda un saldo en la cuenta corriente de 83 966 €



Recuerda

Como decíamos en el supuesto de Instalaciones eléctricas, MiguelES, la **cuenta de resultados previsional** se elabora a partir de los datos económicos anteriores, con el fin de hacer una estimación de los beneficios o pérdidas probables.

E. Cuenta de resultados previsional

Cuenta de resultados	Año 1. ^º	Cuenta de resultados	Año 1. ^º
Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ingresos por trabajos prestados	331 300	Compra de materiales	141 725
		Gastos de personal	60 836
		Tributos	550
		Publicidad	6 400
		Gastos de alquileres	12 000
		Suministros	1 680
		Servicios externos (gestoría)	1 600
		Seguros	1 450
		Amortizaciones	9 242
		Gastos para crear la empresa	4 250
Total ingresos de explotación	331 300	Total gastos de explotación	239 733
Ingresos financieros		Gastos financieros	
Ingresos financieros	0	Intereses préstamos	5 944
Total ingresos financieros	0	Total gastos financieros	5 944
Resultados de explotación	91 567		
Resultados financieros	-5 944		
Resultados antes de impuestos	85 623		

De la cuenta de resultados previsional sacamos la conclusión de que los resultados son muy positivos, puesto que se espera obtener un beneficio de 85 623 € en el primer año, lo que supone un 26 % sobre las ventas.

○ F. Balance final

Activo		Pasivo	
		Patrimonio neto	30 000
		Capital	30 000
		Pérdidas y ganancias	85 623
Activo no corriente	77 558	Pasivo no corriente	45 901
Inmovilizado material		Préstamo bancario	45 901
Inversiones en bienes de capital	86 800		
Amortización	-9 242		
Activo corriente	83 966	Pasivo corriente	0
Banco c/c	83 966		
Total	161 524	Total	75 901

Conclusión:

La situación patrimonial de la empresa es la siguiente: el activo es superior al pasivo, lo que implica **ganancias**; presenta además una buena **liquidez**, lo que significa que está lejos de la suspensión de pagos; su **solvencia** es envidiable, por lo que no se prevé riesgo de quiebra; la relación entre fondos propios y deudas es también muy favorable: de 78% contra 22%;, por lo que si lo necesitara, podría asumir sin problema alguna deuda más; y, por último, la relación entre las deudas a corto plazo y a largo plazo es inmejorable, ya que todas son a corto plazo (100% contra 0%).

En resumen, puede decirse que Autos Marsán tiene también una situación patrimonial **muy buena**.

● 3.9. Seguridad y salud laboral

En materia de seguridad y salud laboral, se ha contratado un servicio de prevención ajeno que realice las actividades y elabore los informes legalmente exigibles.

● 3.10. Valoración final

Como resultado del estudio que hemos hecho del mercado y de nuestras posibilidades, tanto técnica como económica, **concluimos que**:

- Nuestra empresa tiene un hueco en el mercado porque mantiene los clientes del antiguo dueño y además introduce un servicio totalmente novedoso que esperamos tenga una buena acogida.
- Los promotores cuentan con la formación y la experiencia necesarias para llevar a cabo la empresa.
- Pueden contar con recursos financieros suficientes para hacer frente a las necesidades económicas, ya que disponen de un dinero que aportan a la empresa y reciben un préstamo bancario para afrontar las inversiones iniciales.
- Tanto del plan de tesorería como de la cuenta de resultados provisional se desprende que la empresa puede ser viable económica y financieramente. Puede recuperarse la inversión en el primer año de la empresa, y en los sucesivos se irá amortizando parcialmente el préstamo bancario.

Y, sobre todo, los emprendedores están en disposición de afrontar la tarea empresarial con ilusión y determinación.



Recuerda

Los **trámites** que hay que realizar para poner en marcha una empresa dependen de la actividad que vaya a realizar, del tipo de empresa, de si tiene o no trabajadores asalariados, etcétera.

Estos trámites se han expuesto con detalle en la Unidad 7.

Podrás encontrar información sobre la **elección de la forma jurídica** en la Unidad 6.

● 3.11. Trámites de inicio de actividad

La forma jurídica elegida para la empresa es la de **Sociedad Limitada**.

Las Sociedades Mercantiles deben realizar dos tipos de trámites: los referentes a la adquisición de personalidad jurídica y los propios de puesta en marcha. En concreto, han de llevar a cabo:

Redacción de la escritura de constitución y de los estatutos

Obtención de la certificación negativa del Registro Mercantil Central

Otorgamiento ante notario de la escritura pública de constitución y aprobación de los estatutos

Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

Inscripción en el Registro Mercantil

Obtención del Número de Identificación Fiscal

Alta en el censo de etiquetas y opciones del IVA

Declaración previa al inicio de la actividad

Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Afiliación y alta de los trabajadores

Afiliación a la Seguridad Social de los socios

Formalización de los contratos de trabajo

Legalización de los libros oficiales

Solicitud de licencia de apertura

Comunicación de apertura del centro de trabajo

Adquisición y sellado del libro de visitas

Confección del calendario laboral

Empresa e iniciativa emprendedora

«La base de tu futuro»

**Ciclos
Formativos**

Ésta es la filosofía del proyecto editorial de McGraw-Hill para Ciclos Formativos, una etapa decisiva en la formación de profesionales.

El proyecto para el módulo transversal Empresa e iniciativa emprendedora, que está estructurado en dos niveles de uso, para el alumno y para el profesor, ha sido desarrollado según tres principios básicos:

- Una metodología basada en la práctica y en la adecuación de contenidos y procedimientos a la realidad profesional.
- Unos materiales desarrollados para conseguir las destrezas, habilidades y resultados de aprendizaje que necesitarás para conseguir tu título y desenvolverte en el mercado laboral.
- Una presentación de los contenidos clara y atractiva, con variedad de recursos gráficos y multimedia que facilitarán tu aprendizaje.

Materiales del proyecto

Para el alumno | Para el profesor

Libro del alumno | DVD del profesor

www.mhe.es/cf/transversales

Confiamos en que esta obra sea una herramienta útil y eficaz, y que contribuya a tu formación como profesional.

