

MANUAL PRÁCTICO PARA EL AUTOEMPLEO

INDICE

I. AUTOEMPLEO

- ◆ Introducción
- ◆ Ventajas e inconvenientes de ser tu propio empleador

II. EL EMPRENDEDOR

- ◆ Capacidades y características del emprendedor

III. LA IDEA

- ◆ ¿Dónde encontrar la idea?
- ◆ Factores que determinan la idea
- ◆ Franquicia: ventajas y desventajas
- ◆ Factores de elección de un negocio concreto

Iç. EL PLAN DE EMPRESA

- ◆ Utilidad y características del Plan de Empresa
- ◆ Contenido del Plan de Empresa
 1. Identificación del proyecto
 2. Datos de las personas que promueven el proyecto
 3. Descripción del producto y mercado
 4. Estudio de mercado
 - 4.1. El entorno empresarial
 - 4.2. La clientela
 - 4.3. La competencia
 - 4.4. Proveedores
 - 4.5. Análisis DAFO
 5. Plan de marketing
 6. Plan de producción
 7. Organización y Recursos Humanos
 8. Plan económico-financiero
 - 8.1. Plan de inversión
 - 8.2. Plan de financiación
 - 8.2.1. Productos financieros sin avales

- 8.2.2. Productos financieros con avales
 - 8.2.3. Administración Pública
 - 8.3. Balance de situación
 - 8.4. Cuenta de explotación previsional
 - 8.5. Plan de tesorería
 - 9. Valoración final
 - 10. Formas jurídicas y trámites de constitución y puesta en marcha
 - 10.1. Elección de forma jurídica
 - 10.2. Formas jurídicas más comunes
 - 10.3. Ventajas y desventajas de las diferentes formas jurídicas
 - 10.4. Trámites de constitución y puesta en marcha
 - 10.4.1. Trámites para constituirse como persona jurídica
 - 10.4.2. Trámites de obligado cumplimiento para personas físicas y jurídicas
 - 10.4.3. Trámites de carácter específico por actividad que desarrolle la empresa
 - 11. Obligaciones del empresario/a
 - 11.1. Obligaciones fiscales
 - 11.2. Obligaciones contables
 - 11.3. Obligaciones laborables
- ς. **ENLACES DE INTERÉS**

I. EL AUTOEMPLEO

◆ INTRODUCCIÓN

El autoempleo se considera aquella actividad profesional o empresarial creada y ejercida por el propio individuo, quien dirige esa actividad y obtiene ganancias por ello. El autoempleo es una forma de integrarse en el mercado laboral trabajando en el sector que se considera más adecuado según la formación propia o según las expectativas de negocio que se prevean. Las personas que trabajan para sí mismas se denominan *autónomos* o *trabajadores por cuenta propia*, y pueden a su vez tener otros empleados a su cargo. El autoempleo es, por tanto, un importante elemento del mercado laboral, pues a la creación del empleo propio se puede sumar la de los trabajadores que se necesiten para desarrollar la actividad.

En el proceso de creación de empresas intervienen cuatro variables, son:

- Perfil personal: consiste en tener la adecuada formación personal y profesional, cualificación suficiente y capacidad de autoaprendizaje.
- Capital: se considera el capital disponible y el acceso a fuentes de financiación.
- Saber hacer: es el conocimiento y la capacidad operativa para ofrecer un producto o servicio demandado por el mercado.
- Relaciones sociales: son las relaciones personales o profesionales que abren la posibilidad de formación, información...

◆ VENTAJAS E INCONVENIENTES DE SER TU PROPIO EMPLEADOR

<u>Ventajas</u>	<u>Desventajas</u>
Autonomía	Mayor dedicación y esfuerzo
Independencia	Riesgo económico
Satisfacción personal	Incertidumbre
Luchar por algo propio	
Posibilidad de mayores ingresos	

II. EL EMPRENDEDOR

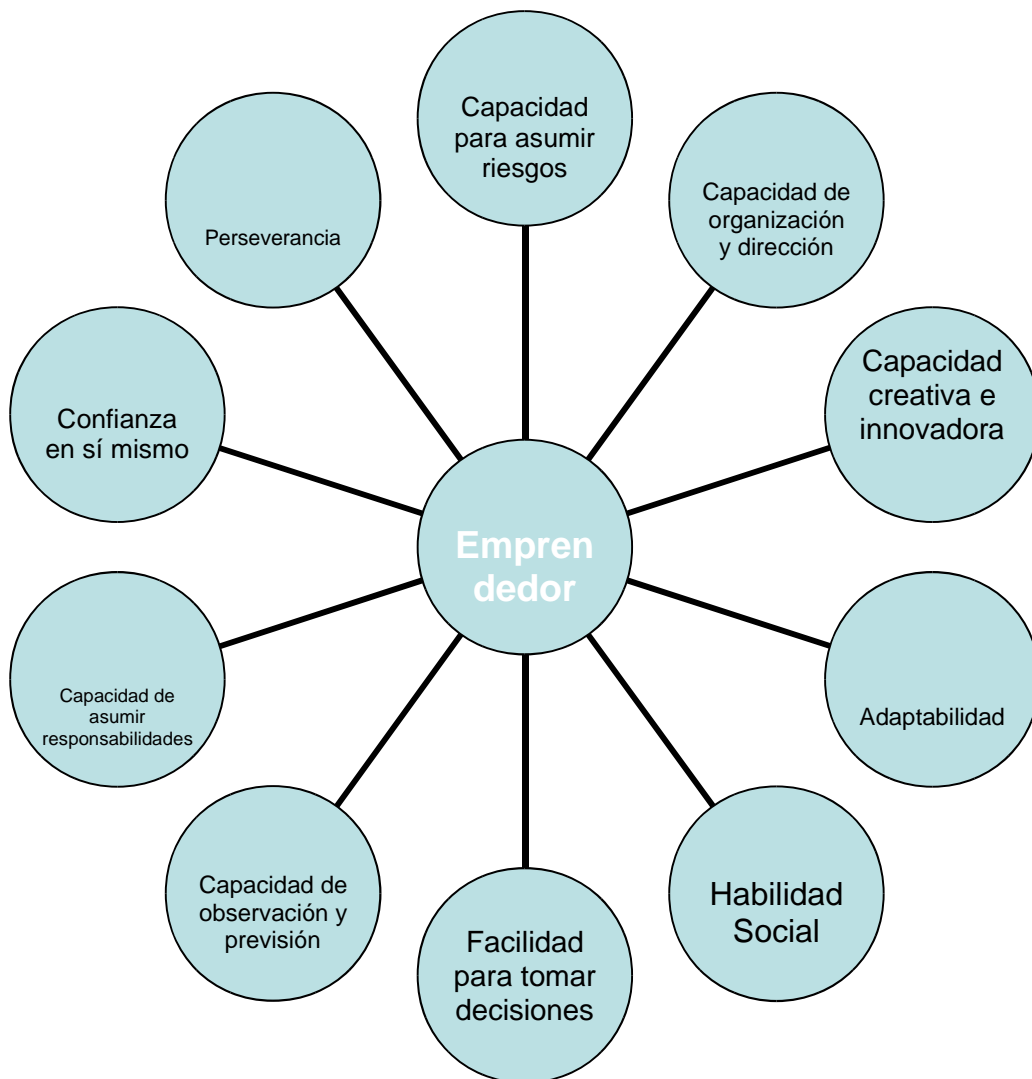
El emprendedor es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas. Es capaz de acometer un proyecto que es rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes a su competencia. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se le atravesase en su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación que le de la estructura requerida.

No existe un prototipo de emprendedor. A uno le debe gustar lo que uno hace, debe tener pasión por lo que hace. Se debe tener iniciativa y reconocer la iniciativa de los demás. Un emprendedor debe estar dispuesto a arriesgar más y recibir menos hoy, con la esperanza de arriesgar menos y recibir más mañana. El emprendedor es capaz de enfrentar eficazmente los desafíos que presenta el cambio constante, así como satisfacer a los clientes sobre lo que la competencia ofrece, y promover un enriquecimiento del que todos ganan. Un emprendedor tiene un sentido de compromiso y responsabilidad social y el cambio es parte de su naturaleza; busca adelantarse al tiempo y tiene interés en agregarle valor a lo ya existente, mejorar e innovar continuamente. No sólo tiene ideas brillantes, sino que requiere ponerlas en práctica; no sólo las señala, sino que se compromete a ellas.

Hay que ser conscientes de que el convertirse en empresario trae consigo el nacimiento de una serie de obligaciones, y el hecho de asumir determinados riesgos. No todas las personas poseen las cualidades y los conocimientos suficientes para crear una empresa y dirigirla posteriormente (aunque los conocimientos pueden llegar a adquirirse).

Los emprendedores que aplican sus capacidades a la creación de empresas y negocios no son siempre personas perfectas, sus defectos y virtudes son muchos. Comenzar un negocio es difícil y es muy importante que usted determine temprano si tiene lo que se requiere para el éxito. Es mejor descubrir ahora qué cualidades necesita antes de que sea demasiado tarde.

◆ **CAPACIDADES Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR**



III. LA IDEA

Toda pretensión de llevar a cabo la dura tarea de poner en marcha una empresa ha de girar necesariamente en torno a una idea, una feliz idea que de repente, o tras largo tiempo de pensar en ello, surge en la mente del que será promotor del negocio.

◆ ¿DÓNDE ENCONTRAR LA IDEA?

Por lo general, las ideas pueden encontrarse observando:

El propio trabajo

El descubrimiento de una idea empresarial puede llegar de la observación, en el trabajo cotidiano, de oportunidades de mejora de los productos fabricados o los servicios ofrecidos por la empresa en que trabaja el futuro emprendedor. Esa labor diaria puede asimismo revelar nuevos segmentos de mercado, demandas insuficientemente cubiertas que ofrecen una oportunidad de negocio al que sepa aprovecharlas a tiempo.

La vida diaria

En otras ocasiones, son los familiares, amigos o conocidos, acaso nosotros mismos, quienes percibimos la carencia de un bien o servicio que podría cubrir determinadas necesidades, facilitarnos ciertas tareas; otras veces, es la lejanía o incomodidad para obtener ese bien o servicio lo que hace brotar la oportunidad de negocio.

La vida económica

El seguimiento de publicaciones económicas o profesionales, publicaciones especializadas en la creación de empresas, pueden, igualmente, darnos la pauta a la hora de descubrir las nuevas oportunidades. Del mismo modo, el análisis de estudios estadísticos elaborados por determinadas instituciones (Cámaras de Comercio, organizaciones y asociaciones empresariales, sindicatos, etc) o por la propia Administración puede permitir el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocio.

Las ideas ajenas

Si en muchas ocasiones son ideas propias las que impulsan la nueva actividad, no es, ni mucho menos, infrecuente que sean ideas de otras personas las que permitan su nacimiento.

Es el caso de los traspasos de negocio, los ejemplos e ideas de negocio que se analizan en revistas especializadas en ámbitos comerciales o industriales, las franquicias, las concesiones comerciales, la adquisición de derechos de propiedad industrial (patentes) o de licencias de fabricación, explotación, o distribución (ejemplo, una exclusiva de distribución de ciertas importaciones), etc.

Si se recurre a ideas ajenas para crear una empresa, es aconsejable mantener una actitud de vigilancia y seguimiento de nuevos productos o servicios, nuevas tendencias de consumo, nuevas ideas de marketing, etc. (en la mayoría de revistas especializadas existe una sección dedicada a estos asuntos).

◆ **FACTORES QUE DETERMINAN LA IDEA**

Puede considerarse que la elección de la idea puede venir determinada por alguno de los siguientes factores:

- ❖ A partir de una oportunidad de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto potencial de crecimiento.

La idea viene determinada por las necesidades del mercado, por ello se orienta la empresa para cubrir una necesidad ya existente.

- ❖ Los cambios sociales y técnicos que tienen lugar son fuentes constantes de nuevas oportunidades empresariales.

La idea viene determinada por el mercado, y el empresario solo tiene que saber observarla y estructurar su proyecto para dar respuesta a la misma.

- ❖ Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.

Los promotores poseen un sólido conocimiento de un mercado concreto, en el que normalmente han trabajado con anterioridad e intentan ocupar una posición en el mismo, creando una empresa.

No se trata de aprovechar una oportunidad de negocio, sino de ocupar con más fuerza la competencia de un sector de ese mercado, gracias a los conocimientos del mismo.

- ❖ A partir de un proceso de innovación o de transferencia de tecnología, que suponga el desarrollo de un producto o servicio mejorado o no existente

- ❖ También puede desarrollarse un proceso de producción que abarate costes o aumente la calidad, es decir, que favorezca la ventaja competitiva

- ❖ Sobre la base de un proceso de externalización productiva .Esto supone la demanda inicial de la nueva empresa
- ❖ Simplicidad del negocio
- ❖ Personas que buscan una salida a su situación laboral y eligen actividades de escasa complejidad
- ❖ No puede hablarse en estos casos de auténticos emprendedores, sino más bien de empresarios forzosos que, al desconocer el mundo de la empresa y no tener una clara vocación hacia el mismo, orientan sus pasos hacia actividades que requieran pocos conocimientos técnicos y cuyo funcionamiento pueda aprenderse con facilidad

◆ **FRANQUICIA: VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

La franquicia es un sistema comercial o un modo de distribución de un producto o servicio en el que se establece un contrato entre dos personas físicas o jurídicas el Franquiciador y el Franquiciado. El franquiciador cede al franquiciado los derechos de uso de su marca, logotipo, derechos de autor,.... a cambio de un pago inicial (canon de entrada) y consecutivos pagos en relación al volumen de ventas del franquiciado (royalties).

Ventajas

- El franquiciado puede aprovechar los conocimientos, experiencia, prestigio y clientela del franquiciador, por lo que su probabilidad de éxito en el mercado es mayor y el riesgo es mucho menor
- - Dispone de un negocio con una marca acreditada y conocida
- - Se queda con la mayor parte de los beneficios de explotación
- - Es dueño del negocio: toma decisiones
- - Tiene un abastecimiento de existencias asegurado
- - Tiene mejores condiciones de compra de productos y programas publicitarios
- - Recibe apoyo en la aplicación de las operaciones comerciales y administrativas

Desventajas

- - Menor beneficio, ya que es compartido, necesita saber trabajar en equipo

- - En ocasiones tienen que pagar cánones y royalties muy elevados
- - Pierden libertad e iniciativas

◆ **FACTORES DE ELECCIÓN DE UN NEGOCIO CONCRETO**

Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio concreto; factores que en unos casos actúan en sentido positivo, es decir, animando a elegir una opción determinada, y en otros lo hacen en sentido contrario, actuando como filtro de posibles ideas alternativas. Así, el conocimiento de un mercado concreto puede ser un factor determinante para que una persona decida introducirse empresarialmente en el mismo, mientras que la necesidad de unos conocimientos técnicos específicos o unas necesidades económicas elevadas pueden ser factores que disuadan de abordar determinados negocios.

Pero una vez que tenemos la idea, son varias las preguntas que hemos de hacernos antes de seguir adelante con el proyecto:

- *¿Se trata de una idea realista?*
- *¿Es efectivamente viable?*

Las necesidades reales que la idea pretende satisfacer, ¿no están ya cubiertas de modo suficiente por la competencia ya establecida?

- *¿Se está en condiciones de acometerla?*
- *¿Su rentabilidad va a justificar los esfuerzos necesarios para ponerla en marcha?*

Por ello toda idea empresarial debe de ser:

- - *Factible*
- - *El promotor debe ser capaz de materializar la idea en un determinado producto o servicio*
- - *Novedosa o necesaria para la sociedad*
- - *Debe producir beneficios suficientes*

Otro aspecto a tener en cuenta cuando se trata de poner en marcha un proyecto empresarial entorno a una idea concreta, es la ilusión y la confianza que los promotores tienen en la misma. Creer de forma decidida en la idea elegida y enfocar su desarrollo con entusiasmo, es un factor

determinante a la hora de llevar el proyecto a la práctica. Negocios que en principio parecían poco viables han tenido excelentes resultados gracias al tesón de sus promotores. En cambio, ideas que se preveían excelentes han fracasado como consecuencia de una falta de entusiasmo en las personas que estaban detrás de ellas.

Las ideas empresariales, tanto aquéllas que son raíz misma de la propia empresa como las que surgen a lo largo de su desarrollo, pueden ser objeto de protección, garantizando así el rendimiento económico que compense la inversión y esfuerzo invertidos en su concepción y desarrollo. Ese es el objeto de los derechos de propiedad intelectual e industrial, previstos para la protección de invenciones, signos distintivos y creaciones intelectuales de otro tipo.

IV. EL PLAN DE EMPRESA

El Plan de Empresa es un documento que refleja de una manera detallada el contenido y desarrollo del Proyecto Empresarial que se pretende poner en marcha y abarca desde la definición de la idea hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.

Es decir, es el análisis y descripción provisional de las distintas áreas de la empresa y de sus estrategias y planes de actuación presentes y futuros.

Es primordial tener en cuenta que para realizar un buen plan de empresa es necesario invertir tiempo y esfuerzo y realizar todas las actividades necesarias para que éste sea una herramienta útil.

◆ UTILIDAD Y CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE EMPRESA

A **nivel interno**, el Plan de Empresa, nos sirve para:

1. Tener por escrito nuestra idea nos permite conocerla, valorarla y ver la viabilidad del proyecto, analizando así si nos conviene llevarlo a cabo
2. Evitar sorpresas y minimizar riesgos. Es una herramienta de planificación, donde no solo describimos las áreas de la empresa, sino donde hacemos previsiones y fijamos objetivos
3. Evaluar la evolución del proyecto empresarial, una vez que la empresa este en marcha, pudiendo analizar las desviaciones respecto a los datos previstos
4. Facilitar la toma de decisiones

A nivel externo, el Plan de Empresa, nos sirve:

1. De tarjeta de presentación para obtener financiación, tanto privada (bancos) como pública (subvenciones)
2. Conseguir socios, inversores privados y sociedades de capital riesgo, mostrando la viabilidad del negocio

Características del Plan de Empresa:

1. La información y redacción ha de ser clara, concisa, veraz y comprobable
2. La información ha de estar actualizada
3. Ha de ser íntegro: abarcar todas las áreas de la actividad empresarial
4. Ha de ser un documento producto del promotor de la idea y ha de tener un lenguaje comprensible ya que irá destinado a varios tipos de lectores: clientes, proveedores, entidades financieras...
5. Ha de estar correctamente presentado, cuidar aspectos como: calidad de papel, error en cálculos, hojas numeradas, cuidado de la gramática y ortografía, fechar el documento

◆ **CONTENIDO DEL PLAN DE EMPRESA**

1. Identificación del proyecto

Los puntos básicos que engloba esta nota son:

1. Nombre de la empresa
2. Explicación breve de la actividad: origen y características del proyecto, el sector de actividad en el que se encuadra el producto o servicio, sus ventajas competitivas y las necesidades que cubre
3. Ubicación geográfica: provincia o municipio donde estará o está ubicada la empresa
4. Fecha de inicio de la actividad, cuando ha comenzado la actividad o cuando está prevista que va a empezar
5. Forma jurídica específica

2. Datos de las personas que promueven el proyecto

Los puntos básicos que engloba esta nota son:

1. Datos personales: Nombre, domicilio, DNI,...
2. Breve historia profesional de las personas que promueven el proyecto. Este punto es importante para dar credibilidad al proyecto. Incluir: Formación y experiencia laboral en general y experiencia laboral en el proyecto y habilidades o capacidades que faciliten la puesta en marcha del proyecto

3. Descripción del par producto / mercado

Los puntos básicos que engloba esta nota son:

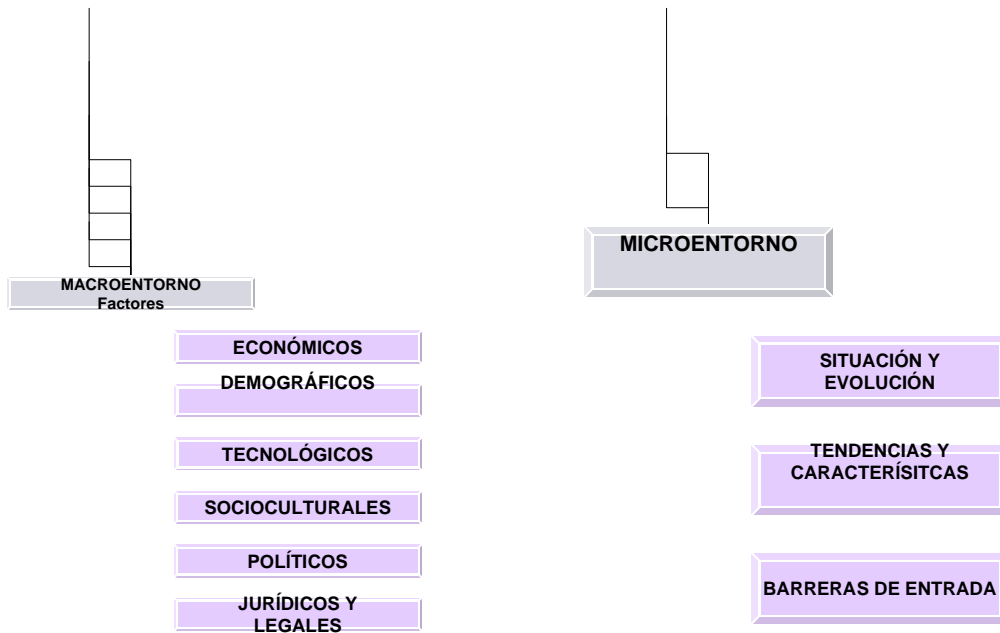
1. Definición detallada del producto o servicio que vamos a ofrecer de forma que los lectores del Plan tengan la información precisa de para qué sirve y qué estamos ofertando
2. Segmentos de mercado a los que va dirigido: A quién vendemos
3. Descripción de las características de los productos o servicios: Explicación detallada de estas características, indicando las cualidades más significativas
4. Insistir en los elementos innovadores que aportan y en las características que los diferencian de la competencia

4. Estudio de mercado

El Estudio de Mercado, es uno de los puntos más importantes del Plan de Empresa, consiste en una labor de investigación para demostrar que hay oportunidad de negocio. Por ello, tiene que estar muy bien elaborado y emplear el tiempo necesario. Puede ser realizado por el propio emprendedor o puede buscar ayuda profesional para elaborarlo y que lo desarrolle una persona especializada.

4.1. El entorno empresarial

En los modelos de Planes de Empresa se suelen hacer referencias al entorno, diferenciando entre macroentorno y microentorno. Esto viene a ser la situación del mercado y de los factores que le afectan, tanto a un nivel más inmediato y directo, como a nivel estratégico.



Conocer el macroentorno supone hacer un análisis de los factores externos a la empresa que pueden condicionar su funcionamiento. Algunos de estos factores a tener en cuenta son:

- Nuevas leyes o modificaciones de las ya existentes que puedan regular el sector o establezcan obligaciones nuevas para las empresas
- Cambios demográficos que puedan alterar la tipología de clientes, tales como el envejecimiento de la población, la inmigración, entre otros
- Nuevas tendencias y hábitos de consumo y culturales que den oportunidades a servicios y productos o por el contrario supongan el fin de un mercado
- Cambios tecnológicos que permitan nuevos tipos de comercialización, mayor competitividad o sustitución de productos y servicios
- Otros aspectos de cualquier ámbito como cambios políticos, situación internacional, tendencias comerciales y similares pueden incluirse en el análisis del macroentorno

Por otra parte estaría el microentorno o mercado cercano y requiere delimitar y acotar el mercado al que nos vamos a dirigir y saber su estado de desarrollo:

- Situación del mercado: crecimiento, declive, etc.
- Características del mercado: si es cíclico o tiene siempre el mismo ritmo de actividad
- Tendencias del mercado en cuanto a productos, servicios, cualidades, trato al cliente, entre otros
- Barrera de entrada: requerimientos o situaciones que hay que superar para poder trabajar en un mercado o sector en concreto (autorizaciones, normativa, grado de desarrollo tecnológico, coste de las inversiones, etc)
- Otros aspectos a tener en cuenta, tales como la estacionalidad del producto o el grado de concentración del sector, así como la localización geográfica de éste

4.2. La Clientela

En cuanto a la clientela hay que conocer su tipología y deleitar todo lo que pueda influir en los hábitos y decisión de compra, el tipo de cliente, si son personas o son empresas, el ámbito geográfico de las mismas y en concreto hay que determinar:

- Perfil y tipología de la clientela potencial (edad, sexo, nivel económico, ubicación geográfica, etc.) y justificación de los criterios en caso de apostar por un tipo de clientela muy concreta
- Indagar sobre los criterios de decisión de compra de la clientela
- Conocer sus necesidades y demandas

4.3. La Competencia

Las empresas que consideremos competencia son interesantes porque nos aportan una visión de su modo de funcionamiento, nos ayudan a diagnosticar la situación del mercado y nos dan ideas que podemos imitar o mejorar. Es necesario tener en cuenta diversos factores:

- Quiénes son y dónde se localizan
- Cómo son y los servicios/productos que ofrecen
- Tamaño de las empresas y experiencia en el mercado
- Sus objetivos y estrategias comerciales
- Sus puntos fuertes y débiles

4.4. Proveedores. Habrá que recoger información sobre:

- Gama de productos
- Plazos de entrega
- Canales de distribución
- Condiciones de pago
- Cartera de clientes

¿Dónde encontrar información?

La información necesaria para realizar el Estudio de Mercado, se puede obtener: en Internet, utilizando cualquier buscador, podemos acceder a mucha información que tienen preparada en sus páginas Ayuntamientos, Diputaciones y demás Administraciones Públicas, así como, Asociaciones de Empresarios, Sindicatos, Colegios Profesionales, Cámaras de Comercio, Instituto Nacional de Estadística, Revistas Especializadas...

Otra forma de obtener información es dirigirnos directamente a clientes, proveedores e intermediarios comerciales y realizar encuestas o entrevistas. También mediante la observación directa de los negocios de los competidores: salir a recorrer el mercado.

4.5. Análisis DAFO

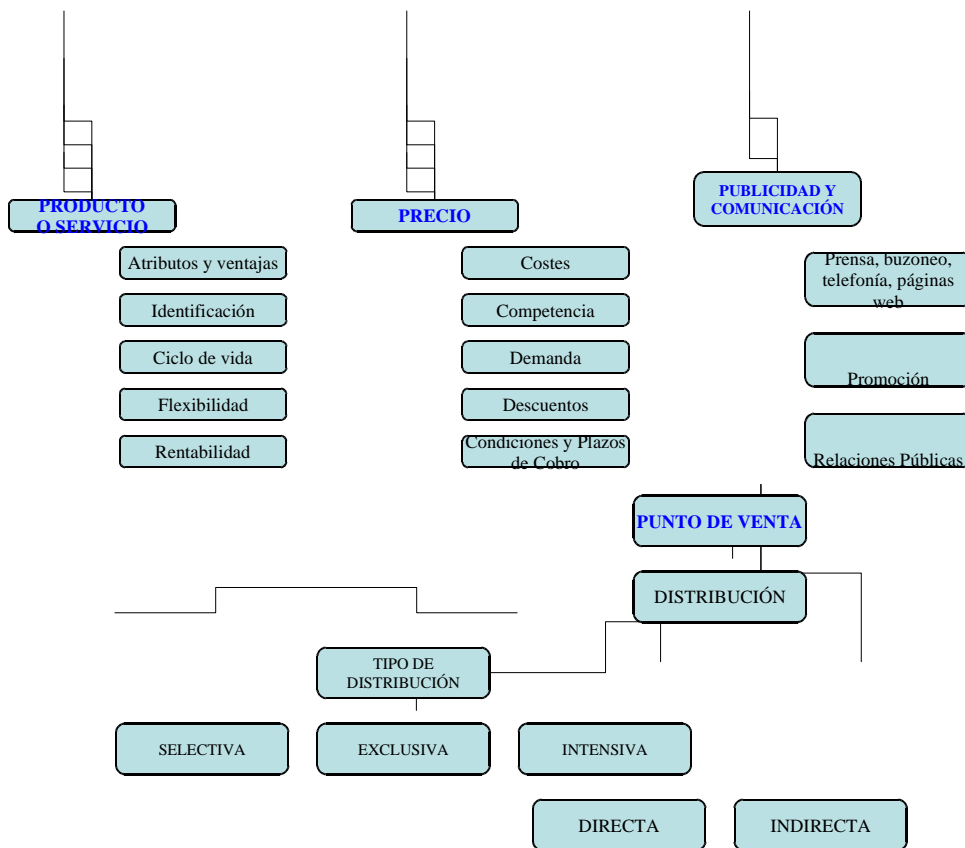
Con toda la información obtenida, podemos elaborar el **análisis DAFO** (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), el cual nos ayudará a hacer un esquema de la posición de nuestra empresa.

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
Debilidades (corregir)	Amenazas (afrontar)
Falta de experiencia en el sector y en la producción	Competencia cumplidora: imagen y larga permanencia en el mercado
Falta de red comercial probada	Buena red comercial
Fortalezas (mantener)	Oportunidades (explotar)
Producto nuevo más completo	Lejanía de competidores
Bajo coste	Inexistencia de productos exactamente iguales

5. Plan de Marketing

El Plan de Marketing nos sirve para realizar acciones en el mercado y presentar el producto o servicio, describir las técnicas de venta, elaborar un listado de posibles clientes, las acciones de promoción y publicidad, el precio al que se puede vender, y los canales de distribución.

El Plan de Marketing es la estrategia comercial de la empresa y tenemos que informar sobre:



6. Plan de Producción

El Plan de Producción recoge todos los aspectos técnicos y organizativos de la elaboración de nuestros productos o prestación de servicios.

- **Descripción** del producto y proceso productivo o el circuito de prestación de servicios.
- **Plan de ventas** que incluye :
 - Estrategia a seguir para conseguir clientes

- Estimación de las ventas que se van a producir durante el año preferentemente desglosado por meses
- Estimación del porcentaje en que se van a incrementar las ventas en los próximos tres años
- Formas de cobro

- **Plan de compras y aprovisionamiento.**
 - Analizar las cantidades de materias primas y materiales necesarios en función al plan de ventas. Calcular su coste
 - Especificar la política de compras y almacenamiento de existencias
 - Estimar las necesidades de existencias en almacén y su rotación
 - Listado de proveedores, otras fuentes de aprovisionamiento alternativas y su localización
 - Gestión de Almacenes, control de inventarios ...

- **Programa de producción** o circuito de prestaciones de servicio temporales, incluye:
 - Unidades a producir (serán las unidades indicadas en el plan de ventas), Calcular el coste unitario del producto o del servicio: el coste de producción
 - Capacidad de producción o prestación del servicio
 - Subcontratación
 - Indicar cuando se va a producir
 - Enumerar los equipos necesarios para la fabricación de los productos o para el desarrollo del servicio
 - Aspectos legales de la producción y de los productos: licencias, patentes, certificados y homologaciones
 - Edificios, locales y terrenos necesarios en metros cuadrados, localización, ubicación, capacidad de expansión, régimen de ocupación, etc
 - Necesidades de personal
 - Descripción de los procesos del control de calidad en cada etapa

7. Organización y Recursos Humanos

Es posible que para desarrollar el trabajo necesitemos contar con algo de ayuda y que tengamos que contratar algún trabajador/a. Lo primero que tenemos que hacer es determinar qué tareas hay que hacer, después qué tipo de persona las puede realizar y por último elegir a las personas.

Para ello es necesario:

- Confeccionar el organigrama de la empresa por áreas de actividad que recoja las personas específicas que ocuparán cada puesto de trabajo
- Incluir una descripción detallada de todos los puestos de trabajo: Identificación, funciones y tareas concretas, formación y experiencia, responsabilidades, remuneración, Convenios laborales, política de contratación y promoción

8. Plan Económico-financiero

El Plan Económico-financiero determina la viabilidad económica del proyecto, ver si se puede llevar a cabo. También sirve para ir supervisando y evaluando dicha viabilidad a lo largo del tiempo y las desviaciones sobre las cantidades estimadas.

Para conocer la viabilidad hay que estimar la capacidad financiera y económica del proyecto. La capacidad financiera se desarrolla a través del plan de inversión inicial, balance de situación y previsión de tesorería, que dan a conocer la solvencia y rentabilidad del plan. El análisis de la capacidad económica se desarrolla a través de la cuenta de explotación con la que se prevé si el plan es rentable.

Los cuatro documentos anteriores (plan de inversiones, balance de situación, previsión de tesorería y cuenta de explotación provisional) van a responder a estas preguntas básicas, que son las estimaciones que tenemos que realizar para analizar la viabilidad del plan:

- *¿Qué inversión inicial necesito para poner en marcha mi empresa?*

Lo plasmaremos y evaluaremos a través del plan inicial de inversiones, o a través del activo del balance de situación que elaboremos con los datos previstos para el primer ejercicio de la actividad.

- *¿De qué dinero disponemos para la inversión inicial?*

Se evalúa en el plan de financiación inicial o en el patrimonio neto y pasivo del balance de situación.

- *¿Cuánto dinero voy a necesitar desde la inversión inicial hasta que finalice el primer año, y en qué momento lo voy a necesitar?*

Se evalúa en el plan de tesorería o de cobros y pagos que abarcará como mínimo periodos mensuales de todo el año.

- *¿Qué ingresos y qué gastos me va a proporcionar mi empresa? ¿Cuándo voy a tener beneficios?*

Se estimará en la cuenta de resultados o cuenta de explotación previsional a tres años.

Es muy importante que el plan económico financiero sea íntegro: que recoja todos los datos, transacciones, operaciones, bienes, derechos, obligaciones, patrimonio. Ya que un error en las estimaciones puede dar situaciones imprevistas como que no haya liquidez suficiente a los pocos meses de abrir la empresa o que no tengamos solvencia para hacer frente a las deudas a largo plazo por un error en la estimación de los ingresos o gastos

8.1. Plan de Inversiones

En plan de inversiones se trata de valorar y cuantificar lo que va a suponer la inversión inicial de la puesta en marcha. Para ello evaluaremos distintas partidas:

❖ **Gastos de primer establecimiento:** constitución y puesta en marcha: Por ejemplo los gastos necesarios para la legalización de la empresa: honorarios de notarios, impuestos iniciales, inscripción en el Registro Mercantil, licencias de apertura...

❖ **Elementos de inmovilizado** (aquellos que permanecerán en la empresa, activo no corriente): Edificios, locales, terrenos, maquinaria, instalaciones, elementos de transporte, herramientas y utillajes, mobiliario y enseres, derechos de traspaso, patentes, marcas, depósitos y fianzas.

A la hora de elegir el local donde vamos a desarrollar la actividad hay que tener en cuenta muchos factores:

1. Ver si el emplazamiento es el que deseamos (ejemplo es sitio de paso de nuestros clientes objetivo)
2. Si conviene alquilarlo o comprarlo
3. Si hay que realizar obras de acondicionamiento y su coste

4. Si tiene la licencia adecuada para la desarrollar nuestra actividad, si no la tiene si va a ser posible obtener dicha licencia

5. Si vamos a tener recursos necesarios para hacer frente a los primeros pagos

❖ **Elementos de activo corriente:** como Stock mínimo de existencias iniciales (mercaderías y materias primas) para poder iniciar la actividad, así como el dinero mínimo que necesitará la empresa para funcionar los tres primeros meses (tesorería) y hacer frente a gastos como alquiler, sueldos, suministros...

<i>INVERSIÓN INICIAL</i>	TOTAL EN EUROS
ACTIVO NO CORRIENTE	
Gastos de primer establecimiento	
Edificios, locales y terrenos	
Obras de acondicionamiento	
Maquinaria	
Instalaciones	
Elementos de transporte	
Herramientas y utillajes	
Mobiliario y Enseres	
Derechos de traspaso	
Patentes y Marcas	
Depósitos y fianzas	
ACTIVO CORRIENTE	
Existencias	
Tesorería	
TOTAL INVERSION INICIAL	

8.2 Plan de financiación

Se utiliza para determinar de qué fondos disponemos para poder llevar a cabo la inversión inicial. Para realizar las inversiones necesarias contamos con dos fuentes: recursos propios y recursos ajenos:

- **Recursos propios:** dinero que podemos aportar nosotros/as o nuestros socios/as a través del capital social y que por general se invertirá en la compra de los activos permanentes (ejemplo los locales).
- **Recursos ajenos:** fuentes de financiación a las que podemos acudir cuando nuestros recursos propios no cubren todas las necesidades. Préstamos o créditos bancarios, leasings, proveedores, aportaciones sin costes financieros (dinero aportado por familiares, amigos...)

FUENTE DE FINANCIACION DE INVERSIONES	IMPORTE EUROS
RECURSOS PROPIOS	

Capital	
Aportaciones no dinerarias	
Subvenciones	
RECURSOS AJENOS	
Créditos con entidades financieras	
Leasings	
Proveedores	
Aportaciones sin costes financieros	
Otros	
TOTAL FINANCIACION	

Para solicitar un producto del mercado financiero hay que conocer:

- Necesidades de tesorería
- Capacidad de endeudamiento
- Haber previsto un plan de cómo vamos a amortizar dicho endeudamiento.

A la hora de elegir dicho producto financiero y ver si se ajusta a dichas necesidades hay que valorar:

- El tipo de interés a pagar
- Los plazos de amortización
- Los avales o garantías exigidos
- Los gastos y comisiones asociados
- Prever el tiempo que transcurre hasta su concesión

8.2.1 Productos financieros sin avales

Las entidades financieras no nos exigen ninguna garantía, los más habituales son:

a) Microcréditos

Los Microcréditos son préstamos individuales que se conceden a colectivos en riesgo de exclusión social y financiera, en base a la confianza y a la viabilidad de los proyectos a financiar, y no en base al tradicional aval de carácter patrimonialista.

Ofrecen a los colectivos vulnerables, la alternativa financiera para la puesta en marcha de iniciativas económicas o pequeños negocios (denominados microempresas), que les permita generar autoempleo y empleo.

b) **Sociedades de Garantía Recíproca**

Son entidades sin ánimo de lucro y de actuación normalmente autonómico que avalan a las PYMES frente a las Entidades bancarias con las que suelen tener convenios, para que las empresas consigan préstamos a largo plazo y a un interés menor que el de mercado.

8.2.2 Productos financieros con avales

Las entidades financieras nos exigen alguna garantía, puede ser de tipo personal o de tipo real. Los más habituales son:

a) **Préstamos:** Se formaliza un contrato en el que la entidad financiera entrega una cantidad de dinero a su cliente y éste se compromete devolver dicha cantidad en un plazo de tiempo determinado a través del pago de unas cuotas periódicas que incluyen la amortización de capital más los intereses generados.

b) **Créditos:** La entidad financiera concede una cantidad de efectivo del que se dispone o no según las necesidades financieras. Los intereses a pagar se establecen normalmente sobre el capital dispuesto. Se establece un vencimiento en el que hay que devolver el capital dispuesto

c) **Descuento comercial:** Existe un contrato con la entidad financiera por el que se puede descontar efectos comerciales, como son las letras de cambio y los pagarés de empresa que tienen vencimiento de cobro aplazado.

d) **Fáctoring:** Una empresa especializada o entidad de crédito adquiere las facturas a una empresa cliente. La entidad de crédito asume el riesgo de insolvencia y se encarga del cobro a cambio de una comisión.

e) **Leasing:** Se establece un contrato de alquiler con opción de compra entre el arrendatario y la empresa de Leasing.

f) **Renting:** Se establece un contrato de alquiler de bienes de equipo a L/P, por el cual el usuario dispone de los bienes y percibe servicios relacionados con el correcto funcionamiento de los mismos.

8.2.3 Administración Pública

Subvenciones: pueden ayudarnos a mejorar nuestra financiación, pero hay que tener en cuenta, que desde que se solicitan hasta que nos las conceden, si es que nos las dan, pasan al menos 12 meses. Por tanto, la ayuda es buena cuando llega pero sería recomendable no contar con ella para los cálculos financieros.

8.3 Balance de situación

El Balance de situación es un documento que formaliza el equilibrio entre el plan de inversiones y el plan de financiación, además de reflejar la situación de la empresa en un momento dado.

Hay que tener en cuenta que:

- El activo es equivalente al plan de inversiones (inmovilizados: edificios, locales, maquinaria, mobiliario., existencias, clientes, tesorería)
- El patrimonio neto de la empresa y el pasivo equivale al plan de financiación.

El balance de situación nos indica que nuestra capacidad financiera y las deudas contraídas han financiado el total de los bienes y derechos que posee nuestra empresa, por lo que se ha de cumplir siempre: que el activo es igual al patrimonio neto más el pasivo.

Para aquellos empresarios y empresas que tengan obligación de formular y registrar cuentas anuales existen formatos oficiales de elaboración de dichas cuentas.

Destacando los elementos más importantes tiene aproximadamente esta estructura:

BALANCE DE SITUACION	IMPORTE EUROS
ACTIVO	
A)ACTIVO NO CORRIENTE	
Inmovilizado	
Inversiones financieras a LP	
B)ACTIVO CORRIENTE	
Existencias	
Clientes	
Deudores	
otras deudas a corto plazo	

Inversiones financieras a CP	
Tesorería	
TOTAL ACTIVO (A+B)	
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
A)PATRIMONIO NETO	
A.1. Fondos propios	
Capital	
Otras aportaciones de socios	
Resultados	
Resultados de ejercicios anteriores	
B)PASIVO NO CORRIENTE	
Deudas a LP con entidades financieras	
Otras deudas a LP	
C)PASIVO CORRIENTE	
Deudas a CP con entidades financieras	
Otras deudas a CP	
Proveedores	
Acreedores	
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	

*Activo corriente mayor o igual al pasivo corriente equivale a liquidez a corto plazo.

*Activo no corriente superior o igual que el pasivo no corriente, equivale a solvencia a largo plazo.

8.4 Cuenta de explotación previsional.

Se utiliza para estimar los gastos, ingresos y resultados que prevemos que se van a producir en los tres primeros años de vida de la empresa. El resultado que es la diferencia entre ingresos y gastos nos indicará la posición económica del proyecto, según se obtengan beneficios o pérdidas.

En primer lugar se elabora la estimación de los gastos o costes fijos, que son los que no dependen del volumen de producción o venta. En segundo lugar se estimaría el volumen de ingresos que se espera obtener, este dato lo obtendremos del plan de ventas. En función de los ingresos se estimarían los gastos variables (compras y variación de existencias), que si dependen del volumen de producción o ventas.

Los ingresos estimados serán sobre ventas, subvenciones a la explotación, ingresos financieros (normalmente intereses bancarios sobre cuentas de inversión), otros ingresos (normalmente por prestar un servicio que no es habitual en la actividad de la empresa, como alquilar a un tercero algún bien). La dificultad mayor se encuentra en la estimación de la cifra de ventas, tomamos los datos que se ha realizado en el plan de producción. La diferencia entre los ingresos

estimados y los gastos estimados nos dará a conocer el resultado estimado: beneficios o pérdidas.

CUENTA DE EXPLOTACIÓN PREVISIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS			
Ventas			
Ingresos financieros			
Otros ingresos			
TOTAL INGRESOS			
GASTOS			
Compras de productos			
Variación de Existencias			
Transportes			
Suministros			
Alquileres			
Reparación y conservación			
Publicidad y Propaganda			
Material de Oficina			
Primas de Seguros			
Servicios profesionales independientes			
Tributos			
Gastos de I+D			
Otros gastos			
Sueldos y Salarios			
Seguridad Social Régimen Autónomos			
Seguridad Social Régimen General			
Gastos financieros			
Amortizaciones			
TOTAL GASTOS			
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO SOCIEDADES			
Impuesto de Sociedades			
RESULTADO DEL EJERCICIO			

Dentro de los gastos indicados en la cuenta de explotación conviene tener en cuenta estos conceptos:

- La variación de existencias es la diferencia entre existencias iniciales y las existencias finales.
- Los suministros se refieren a gastos de luz, teléfono, agua, gas

- Los servicios de profesionales independientes son gastos referentes a la contratación de asesores, gestores, notarios...
- Tributos: impuestos y tasas sujetos a la actividad, que no incluyen el gasto de impuesto de sociedades.
- Gastos de I+D: gastos de investigación asociados a un proyecto como puedan ser lanzamiento de un nuevo producto, prototipo, estudios de mercado... Tienen que cumplir una serie de requisitos para ser catalogados como tales.
- Dotaciones a la amortización: se asocia a los bienes de inmovilizado. Dichos bienes tienen una vida útil para la empresa en función de su uso, la amortización mide la pérdida de valor de estos bienes en función del tiempo que van a ser útiles a la empresa.
- Seguros: Por ejemplo, seguro de incendios, seguro de Responsabilidad Civil. Según el tipo de negocio, algunos serán obligatorios.
- Amortizaciones: miden la pérdida de valor por el uso de los inmovilizados.

Plan de Tesorería

El Plan de Tesorería refleja los cobros y pagos que se van a realizar en nuestra actividad. Las compras y resto de gastos llevan asociados un pago y una salida de tesorería. Las ventas e ingresos llevan asociados un cobro que producen una entrada de tesorería. Los gastos e ingresos nos determinan el beneficio o pérdida y la rentabilidad de la actividad. Los pagos y cobros nos determinan la liquidez que vamos a tener en el desarrollo de nuestra actividad.

Para elaborar el Plan de Tesorería elaboraremos un documento en el que relacionaremos las previsiones de pagos y las previsiones de cobros de forma como mínimo mensual. La diferencia entre ambos nos dirá si existen déficits de tesorería o superávits de tesorería, pudiendo por tanto analizar mensualmente nuestra liquidez y viabilidad financiera.

PLAN DE TESORERÍA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
COBROS												
Clientes												
Subvenciones												
Otros deudores												
TOTAL COBROS												
PAGOS												
Proveedores												
Acreeedores *												
Tributos: impuestos locales, IVA, IRPF, SOCIEDADES,												
Otros acreedores												
Sueldos y Salarios												
Seguridad Social Régimen de Autónomos												
Seguridad Social Régimen General												
Pago gastos financieros de préstamos bancarios												
Pagos cuota de amortización de préstamos bancarios												
Pagos de cuotas de Leasing												
TOTAL PAGOS												
SALDO DE TESORERIA												

* Los acreedores van asociados a los gastos como suministros, alquileres, reparación y conservación, publicidad, primas de seguros, Servicios de profesionales independientes. También van asociados a la adquisición de inversiones.

9. Valoración final

Una vez desarrollados cada uno de los apartados que configuran el Plan de Empresa, es aconsejable realizar una evaluación global del proyecto con la finalidad de poder determinar si es o no viable.

Esta valoración vendrá dada por las conclusiones obtenidas en los pasos seguidos a la hora de elaborar el proyecto dando una visión general que refleje que la empresa a crear será rentable.

Para ello se podría dar una valoración, determinando:

- Viabilidad técnica del proyecto, que será tanto mayor cuanto más se haya podido desarrollar con profundidad todos los aspectos que integran el Plan de Empresa, es decir, se han tratado todos los temas fundamentales que ha de contener el proyecto sin dejar ningún cabo suelto.
- Viabilidad estratégica establece qué ventajas competitivas ofrecerá nuestra empresa para lograr con éxito su implantación en el mercado, teniendo en cuenta el estudio de mercado y la previsión que hemos realizado.
- Viabilidad económica financiera con el objeto de conocer la eficiencia en la producción y en la utilización de los recursos; la liquidez; y la rentabilidad, mediante la aplicación de unos índices o ratios a partir de las previsiones realizadas en el Plan económico-financiero.

10. Formas jurídicas y trámites de constitución y puesta en marcha

10.1. Elección de forma jurídica

Nuestro proyecto empresarial puede adoptar distintas formas jurídicas, para elegir la más adecuada hay algunos aspectos generales que nos pueden ayudar:

- Tipo de actividad que se va a desarrollar
- El número de personas que van a constituir la empresa
- La responsabilidad que estén dispuestas a asumir los futuros empresarios en el desarrollo del proyecto empresarial

- Capital Social necesario para la puesta en marcha de la empresa
- Responsabilidad Patrimonial frente a terceros que se derive de la actividad empresarial
- Requisitos necesarios para la constitución de la empresa
- Necesidades económicas del proyecto y perspectiva de desarrollo
- Aspectos fiscales
- Régimen de la Seguridad Social a la que se pueden acoger el promotor o promotores

También hay que distinguir entre:

- **Persona física:** Empresario/a individual que responde personal e ilimitadamente con su patrimonio empresarial y personal.
- **Persona jurídica:** empresario/a social donde existe una separación entre el patrimonio social y el patrimonio personal de los socios/as.

10.2. Formas jurídicas más comunes

PERSONALIDAD	FORMA	Nº SOCIOS	CAPITAL	RESPONSABILIDAD	FISCALIDAD
PERSONAS FÍSICAS	EMPRESARIO INDIVIDUAL	1	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF
	COMUNIDAD DE BIENES	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF
	SOCIEDAD CIVIL	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF

PERSONALIDAD	FORMA	Nº SOCIOS	CAPITAL	RESPONSABILIDAD	FISCALIDAD
PERSONAS JURÍDICAS	SOCIEDADES MERCANTILES				
	SOCIEDAD COLECTIVA S.C.	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	Impuesto de Sociedades

	SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA S.L.	Mínimo 1	Mínimo 3.005,06 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
	SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA S.L.N.E.	Mínimo 1. No superior a 5 en la constitución	Mínimo 3.005,06 € Máximo 120.200 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
	SOCIEDAD ANÓNIMA S.A.	Mínimo 1	Mínimo 60.101,21 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
	SOCIEDAD COMANDITARIA POR ACCIONES	Mínimo 2	Mínimo 60.101,21 €	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: Limitada	Impuesto de Sociedades
	SOCIEDAD COMANDITARIA SIMPLE	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: Limitada	Impuesto de Sociedades
SOCIEDADES MERCANTILES ESPECIALES					
	SOCIEDAD LIMITADA LABORAL S.L.L.	Mínimo 3	3.005,06 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
	SOCIEDAD ANÓNIMA LABORAL S.A.L.	Mínimo 3	60.101,21 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades
	SOCIEDAD COOPERATIVA	Mínimo 3	Mínimo 1.803,04 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de Sociedades (Régimen Especial)

10.3. Ventajas y desventajas de las diferentes formas jurídicas

VENTAJAS		
Persona Física	Empresario individual	-Simplicidad en la tramitación
	Comunidad de Bienes	-Simplicidad y rapidez en su constitución. -Reparto de las cargas fiscales entre sus comuneros.
	Sociedad civil	-Los trámites de formalización son más sencillos que en otras formas jurídicas. -No precisa de gran inversión, sólo necesita el capital mínimo de inversión inicial

Persona Jurídica	Sociedad anónima	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad limitada. - Variadas posibilidades financiación y obtención capital. - Idónea para grandes sociedades con muchos accionistas, donde los pequeños accionistas varían asiduamente y para sociedades de tamaño medio que sin cotizar en bolsa tiene cierto control de sus acciones
	Sociedad cooperativa valenciana	<ul style="list-style-type: none"> - No necesita un capital mínimo para su constitución - Los socios pueden incorporarse o darse de baja voluntariamente. - Todos los socios participan en los órganos de la sociedad con los mismos derechos. - Su objetivo principal es el bien común de los trabajadores y no el beneficio económico. - Es obligatorio destinar anualmente un porcentaje de los beneficios obtenidos al Fondo de Reserva, para garantizar el futuro de la sociedad, y al Fondo de Reserva de Educación y Promoción, para facilitar la formación de los trabajadores. - Permite la capitalización por desempleo - Tienen bonificaciones y exenciones fiscales en el I.T.P. y A.J.D., y en el Impuesto de Sociedades, dependiendo de su calificación como Cooperativas protegidas o especialmente protegidas.
	Sociedad laboral	<ul style="list-style-type: none"> - Limita la responsabilidad de los socios al Capital aportado a la sociedad. - Los socios trabajadores poseen mayoritariamente el control de la Sociedad. - Es obligatorio destinar anualmente un porcentaje de los beneficios obtenidos al Fondo de Reserva, para garantizar el futuro de la Sociedad. - Permite la capitalización por desempleo. - Tienen bonificaciones y exenciones fiscales por su constitución (ITP y AJD...)
	Sociedad limitada nueva empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Limita la responsabilidad de los socios (no administradores) al capital aportado a la sociedad. - Rapidez en su constitución - Tienen ventajas fiscales como aplazamientos sin garantías del Impuesto sobre sociedades durante dos años desde su constitución, cuenta ahorro-empresas, etc. - Exige menos rigor formal en su organización (en convocatorias de juntas, inscripciones registrales...), y menor Capital mínimo (3.005 €) que las S.A. - Existencia de una contabilidad simplificada - Constitución de una cuenta ahorro empresa previa al alta de la sociedad con ventajas fiscales similares a la cuenta ahorro vivienda (15% deducción IRPF con un máximo de 9.000 € de aportación anual).

Sociedad limitada	<ul style="list-style-type: none"> -Responsabilidad limitada de los socios. -Órganos de gestión simples. -Idónea para sociedades pequeñas con escaso número de socios, y menor inversión
--------------------------	---

INCONVENIENTES	
Persona Física	Empresario individual -Responsabilidad ilimitada personal
	Comunidad de Bienes -Inseguridad jurídica al no existir una Ley específica que las regule. -Responsabilidad ilimitada de cada uno de los comuneros.
	Sociedad civil -La responsabilidad de los socios es ilimitada. De las deudas de la sociedad que ésta no pueda afrontar, responderán los socios con su patrimonio personal.
	Sociedad anónima -Alto capital social. -Compleja organización y administración de sociedad. -Altos costes de constitución. -No recomendada para sociedades familiares por las dificultades de gestión y poca adaptabilidad a cambios financieros bruscos
	Sociedad cooperativa valenciana -La gestión democrática si es mal entendida por algunos socios, puede traer problemas de organización y funcionamiento a la Cooperativa, con lo que este habrá que tratarlo y dejarlo claro desde el principio para evitar futuros problemas.

Persona Jurídica	Sociedad laboral	-No se pueden transmitir las acciones libremente. -Tiene limitada la cantidad de contrataciones de trabajadores indefinidos a realizar
	Sociedad limitada nueva empresa	-No se pueden transmitir las participaciones libremente, se necesita el consentimiento de los demás socios. -Capital sólo mediante aportaciones dinerarias
	Sociedad limitada	-Desembolso total de capital -Límites a transmisibilidad de participaciones y complejos formalismos. -Pocas posibilidades de captación de capital ajeno

10.4. Trámites de Constitución y Puesta en Marcha

Una vez elegida la forma más conveniente para constituir nuestra empresa, tenemos que realizar una serie de trámites:

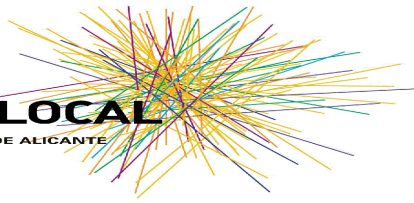
10.4.1. Trámites para constituirse como persona jurídica

TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN	CONCEPTO	LUGAR	DOCUMENTACIÓN	PLAZO O VALIDEZ
CERTIFICACIÓN NEGATIVA DEL NOMBRE	Certificación acreditativa de que el nombre elegido por la sociedad o cooperativa no coincide con el de otra existente	-Sociedades mercantiles: Registro Mercantil Central -Cooperativas: Registro de Cooperativas de la Dirección General de Fomento de la Economía Social	Instancia con el nombre escogido (hasta 3 nombres)	Validez: -Sociedades Mercantiles: 2 meses -Cooperativas: 4 meses
CALIFICACIÓN PARA SOCIEDAD ANÓNIMA LABORAL Y COOPERATIVAS	Calificación de los estatutos	- Dirección Gral de Cooperativas y SALs, para Coop y Sal de ámbito nacional. - Registros de Cooperativas y Sociedades Laborales de las Comunidades Autónomas.	- Certificación negativa del nombre. - Acta asamblea constituyente. - Proyecto de estatutos. - Relación de promotores.	Plazo: 15 días a partir de su presentación
ESCRITURA PÚBLICA	Acto por el que los socios fundadores proceden a la constitución de la sociedad	Notario	- Certificación Negativa del nombre. - Estatutos.	Validez: inmediata
IMPUESTO DE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS	Impuesto que grava la constitución de la sociedad (1% del capital social)	Consejerías de Hacienda de las Comunidades Autónomas correspondiente al Domicilio social de la empresa.	- Impreso modelo 600. - Primera copia y copia simple de la escritura de constitución.	Plazo: 30 días hábiles a partir del otorgamiento de la escritura.
CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL	Identificación de la sociedad a efectos fiscales	Delegación de Hacienda correspondiente al domicilio social de la empresa	- Impreso modelo 036. - Copia escritura de constitución.	Plazo: 30 días a partir del otorgamiento de la escritura.

			- Fotocopia del DNI del solicitante si es socio ó poder notarial del apoderado.	Validez: 6 meses hasta que se retire la definitiva.
REGISTROS	Publicidad de la situación jurídica mercantil a través de la cual se da personalidad jurídica a la sociedad	- Sociedades Mercantiles: Registro Mercantil provincial correspondiente al domicilio social de la empresa. - Sociedades laborales: Registro de Soc. Lab. De la CCAA que se trate, ó Registro del Ministerio si es a nivel nacional. - Cooperativas: Registro de Cooperativas.	- Primera copia de la escritura de constitución. - Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales. - Cooperativas: + 3 copias simples y una autorizada. - SAL: Acreditación Inscripción en el Registro.	Plazo: - Soc. Mercantiles: Dentro del mes siguiente al otorgamiento de la escritura. - Cooperativas: 2 meses desde el otorgamiento de la escritura.

10.4.2. Trámites de obligado cumplimiento para personas físicas y jurídicas

TRÁMITE	CONCEPTO	LUGAR	DOCUMENTACIÓN A APORTAR	PLAZO O VALIDEZ
ALTA EN IMPUESTO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS	Tributo local que grava el ejercicio de actividades empresariales o profesionales.	Administración de Hacienda correspondiente al domicilio fiscal de la empresa.	- Impreso cumplimentado. - D.N.I. para autónomos. - C.I.F. para sociedades. - D.N.I. del apoderado.	Plazo: 10 días hábiles antes del inicio de la actividad. Validez: 1 año natural.
DECLARACIÓN CENSAL	Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad.	Administración de Hacienda correspondiente al domicilio fiscal de la empresa.	- Fotocopia D.N.I. ó C.I.F. - Alta en el I.A.E.	Plazo: Antes del inicio de la actividad.
LIBROS DE HACIENDA (empresarios individuales y profesionales)	Libros	- Libros Hacienda: Administración de Hacienda correspondiente al domicilio fiscal de la empresa. - Libros IVA: Los	No es necesario presentar los libros físicamente, sólo una comunicación (modelo 04)	Plazo: Entre el cierre del período impositivo y la finalización del plazo de presentación de declaraciones por IRPF.



		registros auxiliares no es necesario sellarlos.		
--	--	---	--	--

TRÁMITE	A QUIÉN VA DIRIGIDO	LUGAR	DOCUMENTACIÓN A APORTAR
INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA EN LA SEGURIDAD SOCIAL	A empresarios que vayan a contratar trabajadores. Es única por provincia.	Delegación de la Tesorería de la Seguridad Social correspondiente al domicilio de la empresa.	- Copia escritura constitución. - Fotocopia D.N.I. - Contrato de asociación a Mutua de Accidentes de Trabajo.
ALTA EN RÉGIMEN DE AUTÓNOMOS	Empresarios individuales, Com. de bienes y sociedades. Plazo: 30 días desde el alta en I.A.E.	Delegación de la Tesorería de la Seguridad Social Correspondiente al domicilio de la empresa.	- I.A.E. - D.N.I. - C.I.F.
ALTA EN EL RÉGIMEN GENERAL	Trabajadores por cuenta ajena.	Delegación de la Tesorería de la Seguridad Social Correspondiente al domicilio de la empresa.	- D.N.I. del trabajador. - Fotocopia documento afiliación trabajador.
COMUNICACIÓN DE APERTURA DEL CENTRO DE TRABAJO	Empresas que inicien su actividad. Plazo: 30 días inicio actividad.	Dirección Provincial de Trabajo.	- Datos empresa, centro trabajo, plantilla, actividad.

TRÁMITES EN EL AYUNTAMIENTO	CONCEPTO	LUGAR	DOCUMENTACIÓN A APORTAR	PLAZO O VALIDEZ
LICENCIA DE OBRAS	Licencia ejecución obras y reformas.	Junta Municipal de Distrito Ayuntamiento.	- Presupuesto. - Planos. - Memoria descriptiva	Obras hasta 6 meses después de la licencia.
LICENCIA DE ACTIVIDADES EINSTALACIONES (APERTURA)	Adecuación de las instalaciones a la normativa urbanística.	Junta Municipal de Distrito Ayuntamiento	- I.A.E., D.N.I., C.I.F. - Contrato arrendamiento o propiedad. - Planos, croquis. - Presupuesto.- Si actividad calificada: - Proyecto firmado por Técnico visado por el Colegio.	La actividad debe comenzar en los 6 meses siguientes a la concesión.
CAMBIO DE TITULARIDAD O ACTIVIDAD	Cambio del titular o de la actividad, siempre y cuando haya estado en funcionamiento en los 6 meses anteriores.	Junta Municipal de Distrito Ayuntamiento	- Licencia de apertura. - D.N.I., C.I.F. escritura. - Documento conformidad o transmisión.	La actividad debe comenzar en los 6 meses siguientes al cambio.
ALTA EN TASA DE BASURAS	Impuesto municipal	Junta Municipal de Distrito Ayuntamiento	- D.N.I., C.I.F. escritura.	Anual.

10.4.3. Trámites de carácter específico por actividad que desarrolle la empresa

TIPO DE EMPRESA	TRÁMITE	LUGAR
BARES, CAFETERÍAS, RESTAURANTES Y ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS	Autorización de apertura.	Dirección General de Turismo de las CCAA.
AGENCIAS DE VIAJE	Solicitud del título de licencia.	Dirección General de Turismo de las CCAA.
ACTIVIDADES INDUSTRIALES, TALLERES DE REPARACIÓN, ALMACENES DE SUSTANCIAS TÓXICAS O PELIGROSAS, FABRICACIÓN DE CUALQUIER PRODUCTO.	Registro Industrial.	Dirección General de Industria, Energía y Minas de las CCAA.
MARCAS, PATENTES, NOMBRES COMERCIALES, SIGNOS DISTINTOS, MODELOS INDUSTRIALES, RÓTULOS DE ESTABLECIMIENTOS	Registro de la Propiedad Industrial.	Oficina Española de Patentes y Marcas.
PERSONAS FÍSICAS QUE SE DEDIQUEN A INSTALACIONES ELÉCTRICAS, DE GAS, CLIMATIZACIÓN Y DE APARATOS DE PRESIÓN	Carnet o certificado.	Dirección General de Industria, Energía y Minas de las CCAA.
ACTIVIDADES DE LA CONSTRUCCIÓN, INSTALACIONES Y/O REPARACIONES ELÉCTRICAS, SECTOR MADERA Y CORCHO Y ACTIVIDADES DE INGENIERÍA Y CONSULTA	Documentación de calificación empresarial.	Dirección General de Industria, Energía y Minas de las CCAA.

11. Obligaciones del empresario/a

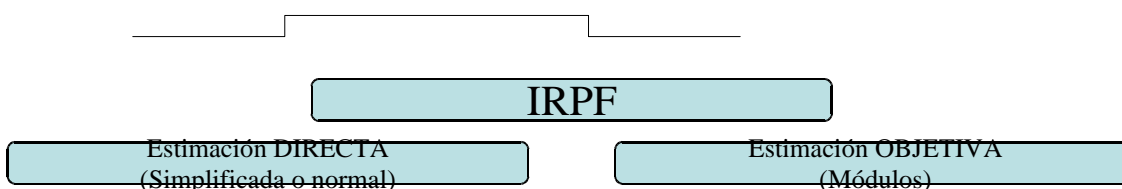
La puesta en marcha y el posterior funcionamiento de la empresa tiene una serie de obligaciones ineludibles. Son de tres tipos: fiscales, contables y laborales.

11.1. Obligaciones fiscales

◆ **IVA** (Impuesto sobre valor añadido): Es un impuesto indirecto y se paga si la diferencia entre el IVA que tu cobras a tus clientes/as (repercutido) es mayor que el que te cobra a ti tus proveedores (soportado), si fuera al revés la Hacienda Pública te lo devolvería o se dejaría a compensar para trimestres posteriores. Se liquida trimestralmente.

◆ **IRPF** (Impuesto sobre la renta de las personas físicas): Las personas físicas (empresarios/as, profesionales, comunidades de bienes y sociedades civiles), tributan por sus rentas empresariales a través del IRPF, a diferencia de las personas jurídicas, que tributan por sus beneficios a través del Impuesto de Sociedades.

Las personas físicas intentarán pagar los impuestos, en concreto el IRPF, por el método más ventajoso. Para ello contamos con varias modalidades diferentes para determinar los rendimientos de las actividades empresariales. Estas son:



Si la actividad genera muchos beneficios, es más rentable tributar por módulos, pero si no hay diferencia importante entre ingresos y gastos es más interesante renunciar a estimación objetiva y acogerse a estimación directa.

Retenciones a cuenta IRPF de los trabajadores

Es la cantidad que se deposita trimestralmente en la Hacienda Pública de la cuantía correspondiente a la retención de cada uno de los trabajadores/as de nuestra empresa en función de su situación personal y del importe de su salario. Se retiene trimestralmente.

IS (Impuesto de sociedades): Grava los beneficios de las sociedades, es decir, si una empresa tiene pérdidas debe presentar el impuesto pero le saldrá a devolver y si tiene beneficios deberá pagar el 35% de estos de carácter general y el 20% si es sociedad cooperativa. Se liquida anualmente.

11.2. Obligaciones contables

Estas son: Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Memoria Anual. Se presentan una vez al año los libros contables y la memoria anual abreviada, en el registro mercantil.

11.3 Obligaciones laborales

Cotización a la Seguridad Social: Se dará de alta tanto el empresario/a como sus trabajadores y mensualmente se pagará a la Seguridad Social el recibo de autónomos (RETA) y las cotizaciones de los/as trabajadores/as respectivamente.

Altas, bajas y variaciones de datos de trabajadores/as en el Régimen General de la Seguridad Social: Siempre que se produzca algún cambio.

V. ENLACES DE INTERÉS

Instituto de la pequeña y mediana empresa valenciana www.impiva.es

Centro Europeo de Empresas Innovadoras www.ceei.es

[Cámara de Comercio www.camara.es](http://www.camara.es)

[Agencia Tributaria www.agenciatributaria.es](http://www.agenciatributaria.es)

[Tesorería General Seguridad Social www.seguridad-social](http://www.seguridad-social)

[SERVEF \(Servicio Valenciano de Empleo y Formación\)](#)

Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYME): <http://www.ipyme.org>

Seguridad Social: <http://www.seg-social.es>

Servicio de Prestación de Empleo (SPE): www.redtrabaja.es

Agencia Tributaria: <http://www.aeat.es>

Ministerio de Administraciones Públicas: <http://www.map.es>

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación: <http://www.maec.es>

Ministerio de Ciencia e Innovación: <http://web.micinn.es>

Ministerio de Cultura: <http://www.mcu.es>

Ministerio de Defensa: <http://www.mde.es>

Ministerio de Economía y Hacienda: <http://www.meh.es>

Ministerio de Fomento: <http://www.fomento.es>

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: <http://www.mityc.es>

Ministerio de Justicia: <http://www.mju.es>

Ministerio del Interior: <http://www.mir.es>

Ministerio de Medio ambiente y Medio Rural y Marino: <http://www.marm.es>

Ministerio de Sanidad y Consumo: <http://www.msc.es>

Ministerio de Trabajo e Inmigración: <http://www.mtas.es>

Información de interés

El INEM hace público cada trimestre el denominado "[Catálogo de ocupaciones de difícil cobertura](#)", en el que se pueden consultar los oficios y profesiones por provincias.