

INDICE

Presentación.....	3
Introducción.....	5
Concepto de empresa.....	5
El proceso de creación de empresas	6
La idea de negocio.....	8
Los promotores	9
El proyecto de creación de empresa. El plan de empresa.....	10
1. Resumen ejecutivo	13
2. Descripción de la actividad de la empresa.....	13
3. Análisis externo. Estudio de mercado	14
4. Análisis interno.....	19
5. Valoración de la situación actual	20
6. Definición de objetivos.....	21
7. Plan estratégico	21
a. Plan de marketing.....	22
b. Plan de operaciones.....	24
c. Organización. Recursos humanos.....	26
d. Estructura legal.....	27
e. Plan económico financiero	28
8. Valoración del riesgo	36
Los recursos financieros.....	38
Formas jurídicas de constitución	47
La constitución de la empresa.....	52
Impuestos en la empresa	59
La contratación de trabajadores.....	68
Direcciones de interés	70

La información que se ofrece en esta guía en lo relativo a formas jurídicas, trámites, impuestos y normativa tratan de servir como orientación informativa de esos temas para un uso documental. Estos textos no tienen validez jurídica alguna, y por tanto la entidad editora de esta guía no se hace responsable de su contenido. Para fines jurídicos consulte los textos publicados en los Boletines y Diarios Oficiales.

Esta guía está cerrada con fecha de abril de 2004.

PRESENTACIÓN

La Diputación Provincial de Segovia sabedora de la importancia que tiene el tejido empresarial para el futuro de un territorio, trabaja activamente en su impulso a través del Área de Desarrollo Rural y Medio Ambiente. Éste área participa de las políticas activas de empleo mediante la labor que la Unidad de Promoción y Desarrollo viene poniendo en práctica en los últimos años, con la aportación que realiza al programa de Escuelas Taller, Casas de Oficios y Talleres de Empleo, con el apoyo al autoempleo mediante el asesoramiento de emprendedores, y con su colaboración en otros programas relacionados con estas mismas políticas.

El apoyo a las iniciativas locales es fundamental en cualquier modelo de desarrollo basado en los recursos humanos propios como agente impulsor. Por eso pensamos que el servicio de apoyo a emprendedores es importante para fomentar el espíritu empresarial y el desarrollo de proyectos empresariales promovidos por la gente que vive en nuestra provincia.

La presente Guía de Creación de Empresas en Segovia es un paso más en esta línea de trabajo, que se enmarca dentro de las directrices de la Unión Europea de reforzar el espíritu emprendedor e innovador. Deseamos que este material sea una herramienta útil a todas aquellas personas que les genere inquietud el mundo de la empresa, y les surja la iniciativa de abordar un proyecto empresarial. También esperamos con interés las aportaciones que podáis hacernos, para así mejorar esta publicación en próximas ediciones y hacer más accesible el autoempleo.

Desde estas páginas, quiero dejar unas palabras que sirvan de motivación y consejo a todas aquellas personas que se adentran en el difícil mundo de la empresa:

ponte a pensar y a observar, innova, imagina una nueva forma de hacer las cosas,

José Martín Sancho
Diputado Delegado del Área de
Desarrollo Rural y Medio Ambiente

INTRODUCCIÓN

Conocida la importancia que tiene la creación de empresas para el desarrollo de un territorio, desde la Unidad de Promoción y Desarrollo de la Diputación Provincial de Segovia se viene trabajando en este campo desde hace algún tiempo. En esta línea se presenta esta guía, como un instrumento que tratará de ser útil a toda persona emprendedora que tenga la inquietud de empezar en el, nada fácil, mundo empresarial.

No pretende ser un manual de gestión empresarial ni de elaboración de planes de viabilidad de proyectos empresariales. Trata de orientar sobre los pasos que habrán de tenerse en cuenta a la hora de emprender un nuevo negocio, haciendo especial hincapié en la importancia que tiene un plan de acción estructurado que permitirá crear empresas más sólidas y con más proyección de futuro.

En primer lugar se ofrece una descripción del concepto de empresa, delimitando las categorías de empresas según su tamaño. Conoceremos qué se entiende por PYME y sabremos diferenciar las microempresas, principales destinatarias de esta guía y pilares básicos del desarrollo endógeno de nuestra provincia. A continuación se hace referencia a los dos principales elementos del proceso de creación de una empresa, pasando seguidamente a ver el contenido de un plan de negocio para comprobar la viabilidad económica y técnica del proyecto que se desea emprender. También se desarrollan otros temas de interés o que ofrecen especiales dificultades a los nuevos promotores como son las distintas fuentes de recursos financieros, ayudas y subvenciones, formas jurídicas, los trámites para la constitución de empresas, tipos de contrato de trabajo... Para finalizar se presenta un listado con direcciones de interés donde dirigirse para pedir información y para gestionar los trámites que se describen.

CONCEPTO DE EMPRESA

El término empresa suele ser objeto de confusión para quienes no están familiarizados con la terminología o el ámbito empresarial, por eso puede ser conveniente empezar con una definición de empresa.

EMPRESA es:

- Una entidad integrada por el capital y el trabajo como factores de producción.
- Dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios.
- Generalmente con fines lucrativos.
- Tendrá la responsabilidad que corresponda según la forma jurídica.

Según esta definición una empresa puede ser igual una persona física sin empleados que una multinacional que funciona en varios países con multitud de centros de trabajo y empleados. Cada una de ellas tendrá sus fortalezas y sus debilidades, su forma de organizarse o de competir, pero en definitiva todas son empresas.

Esta guía va dirigida especialmente a promotores de PYMES (pequeñas y medianas) y de microempresas. A continuación se define cada una de ellas.

Pequeña y mediana empresa, según la definición adoptada por la Comisión de las Comunidades Europeas en su recomendación 96/280/EC, es la que cumple las siguientes condiciones:

- Menos de 250 trabajadores.
- Volumen de negocio anual igual o inferior a 40 millones de euros, o balance general anual no superior a 27 millones de euros.
- No estar participada por gran empresa o grupo de grandes empresas en un porcentaje igual o superior al 25% del capital.

Esta definición se verá modificada por una nueva Recomendación de las Comunidades Europeas que se utilizará a partir del próximo 1 de enero de 2005. En esta nueva definición aparece recogida la categoría de microempresa, manteniéndose los límites en cuanto a número de empleados, y aumentando los límites financieros (volumen de negocio y balance general) para reflejar la incidencia de la inflación y del incremento de la productividad.

Categoría de empresa	Número de empleados (no varía)	Volumen de negocio	Balance general
Mediana empresa	< 250	≤ € 50 millones (en 1996: 40 millones)	≤ € 43 millones (en 1996: 27 millones)
Pequeña empresa	< 50	≤ € 10 millones (en 1996: 7 millones)	≤ € 10 millones (en 1996: 5 millones)
Microempresa	< 10	≤ € 2 millones (no definido anteriormente)	≤ € 2 millones (no definido anteriormente)

Además no deben pertenecer a un grupo de empresas vinculadas o a un grupo de empresas vinculadas que cumpla los requisitos del cuadro para cada categoría de empresa.

EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESAS

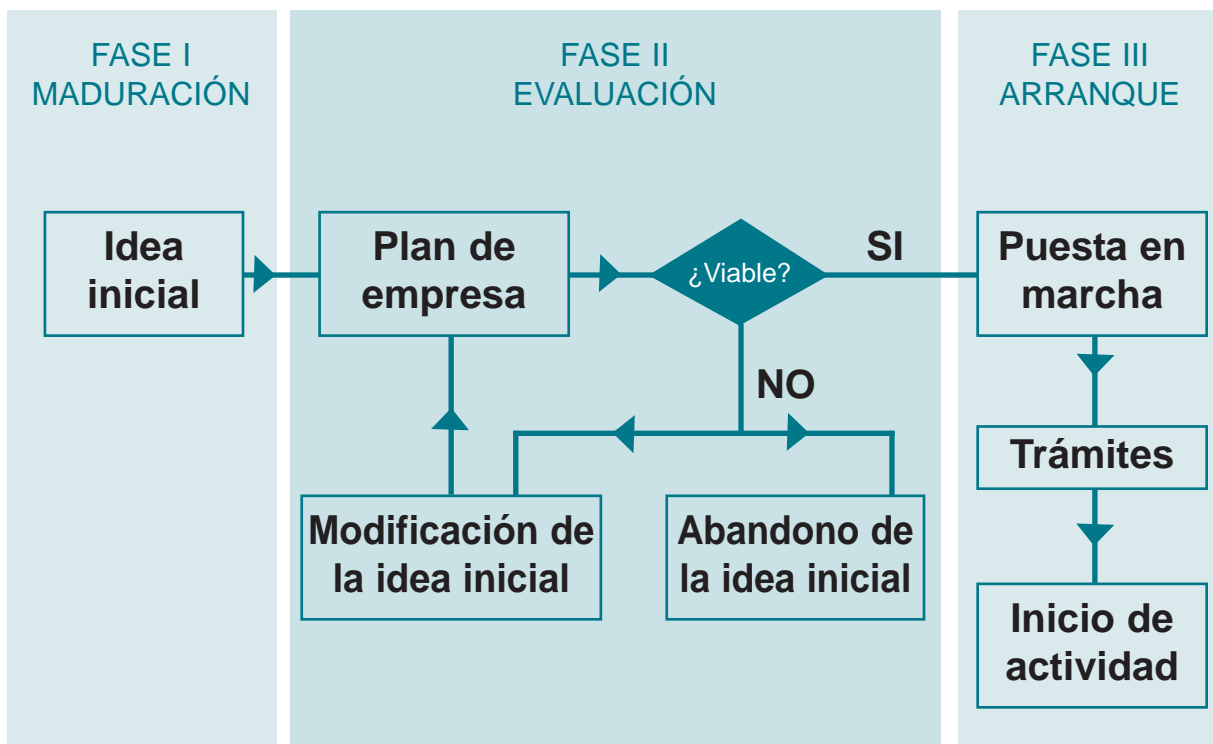
En el proceso de creación de empresas van a ser clave dos elementos que son:

- La idea de negocio.
- Las personas que lo pondrán en marcha.
- Un tercer elemento es el financiero, aunque en muchas ocasiones, contrariamente a la opinión popular más extendida, no es el más importante.

A estos tres se pueden añadir otros también importantes que suelen pasar inadvertidos y que en muchas ocasiones van a determinar el alcance del proyecto:

- **Planificación del proceso.** Si en nuestro proyecto de creación de empresa vamos a arriesgar unos recursos parece lógico que nos paremos a pensarlo un poco y a planificar todos los pasos que tengamos que ir dando. De esta forma intentamos minimizar el riesgo de perder dinero o dar pasos equivocados que pongan en peligro la viabilidad del negocio.
- **Gestión adecuada después de la puesta en marcha.** Como se verá más adelante las capacidades de las personas involucradas es fundamental en todo el proceso, y una de ellas se refiere a la capacidad de gestión empresarial. Por eso desde este primer momento es importante que si no se tienen conocimientos sobre el tema intentemos adquirirlos asistiendo a cursos, conferencias, foros...

El proceso de creación de una empresa puede desarrollarse en varias fases y ser tan largo o complejo como lo requiera el proyecto o como estemos dispuestos a trabajarlo; en cualquier caso, tiene que sernos útil para valorar y/o mejorar nuestro proyecto. Un posible esquema puede ser el siguiente:



Fase de maduración. En la primera fase incluimos el surgimiento de la idea y su maduración para comprobar en una primera aproximación la posible viabilidad de la misma, detectando posibles debilidades o modificando la idea inicial. Para esto podemos recabar información y opinión de conocidos, profesionales, gente del entorno académico y

Se pasa de una idea o pensamiento, en muchos casos vagos y genéricos, a una idea un poco más concreta con un sentido de negocio.

empresarial, asociaciones, expertos y personas conocedoras de las materias relacionadas con nuestra idea. También se puede hacer un sondeo entre los posibles clientes.

Fase de evaluación. Cuando hemos madurado la idea inicial y se piensa que realmente es *una idea de negocio*, es decir que puede ser origen de una empresa, podemos pasar a la siguiente fase que consistiría en hacer un estudio en profundidad para comprobar la viabilidad de la posible empresa, definir la estrategia de actuación y los pasos para la puesta en marcha. Puede ocurrir que en esta fase veamos la conveniencia de hacer modificaciones en la idea inicial para mejorar las posibilidades de éxito. También podemos llegar a la conclusión de que no sea posible sacar nuestra idea adelante y tengamos que abandonar el proyecto.

Fase de arranque. Una vez que se ha valorado la viabilidad de la empresa a crear, pasamos a dar los primeros pasos para ponerla en marcha. Será necesario comenzar con las inversiones y los trámites administrativos correspondientes.

LA IDEA DE NEGOCIO

Parece claro que uno de los elementos importantes a la hora de plantearse la creación de una empresa es la actividad a la que se va a dedicar. Realmente una de las principales trabas en la creación de empresas es la falta de una idea de la que partir. Cuando hablamos de una idea nos estamos refiriendo a *una oportunidad de negocio*, es decir, que pueda convertirse en una empresa viable, ya que ideas nos pueden surgir muchas, pero que pueda hacernos empresarios es cosa distinta. Como podemos imaginarnos y como iremos viendo más adelante los inconvenientes pueden ser muchos.

Si un elemento clave es la idea inicial, podemos preguntarnos ¿de dónde podemos obtenerla?. Siempre surgen de una necesidad existente. Cuando se observe una necesidad en un mercado hay una oportunidad de negocio. Para encontrarla lo más importante es nuestra actitud. Vivir con una actitud crítica de lo que nos rodea es fundamental para que surjan ideas.

ASPECTO CLAVE EN LA GENERACIÓN DE IDEAS

ii Actitud crítica !!

Observar y cuestionarse todo lo que nos rodea, buscando soluciones creativas

Esta actitud crítica quiere decir observación, con una visión de empresa, de todo aquello con lo que convivimos, haciéndonos preguntas, cuestionándonos todo y buscando soluciones creativas. Serían preguntas como: ¿este servicio o este producto no se puede vender más barato?, ¿si en esta empresa los empleados fueran más amables no venderían más?, ¿por qué ninguna empresa fabrica tal producto o presta tal servicio que pide la gente?, ¿por qué este producto no llega donde vivo yo?.

La obtención de una idea es un proceso que puede requerir tiempo, y que podemos encon-

trar en el momento más inesperado. No es fácil que surja pero con la atención adecuada en los lugares oportunos, la busca puede ser más provechosa. ¿Dónde encontramos necesidades no satisfechas?.

- La experiencia profesional. El propio trabajo.
- Estudios y formación.
- Conversaciones con amigos y conocidos, especialmente si están relacionados con el mundo de la empresa.
- Empresas y negocios que funcionan en otros mercados.
- Prensa y revistas, tanto de información general como económica.
- Franquicias.
- Subvenciones y ayudas. En ocasiones las ayudas públicas suelen estar enfocadas hacia sectores o actividades que tienen cierto potencial de crecimiento.
- Aficiones que tengamos.
- Se pueden aprovechar cambios en la normativa legal.
- En internet.
- En ferias especializadas.
- Se pueden utilizar algunas técnicas de generación de ideas. Una de las más conocidas es la tormenta de ideas o brainstorming.

LOS PROMOTORES

El otro elemento importante en la creación de empresas está en las personas que lo promueven, especialmente en proyectos pequeños que están muy personalizados y se basan en el trabajo y dedicación de los promotores, al menos en las primeras fases de vida de la empresa. En estos casos el éxito del proyecto va a depender en gran parte de las capacidades y aptitudes de los promotores.

La actividad empresarial requiere de unas capacidades personales y profesionales determinadas, que los promotores de un proyecto deberían aportar. Debemos pararnos a pensar si estamos preparados para afrontar la aventura empresarial que nos estamos planteando, especialmente si el proyecto es complejo en su desarrollo, requiere mucha inversión o supone la implicación de muchas personas. Una empresa supone la organización de personas, de inversiones, de procesos, negociación con proveedores, con clientes, con administraciones públicas, toma de decisiones ante incertidumbre, resolución de problemas, pone a prueba la creatividad y la visión de mercado ... y por supuesto es básico el conocimiento profesional de la actividad en la que se vaya a trabajar. Si creemos que nos falta alguna de las cualidades personales que requiere la empresa que nos estamos planteando debemos considerar la forma de obtenerlas, bien desarrollándolas nosotros mismos (por ejemplo participando en algún curso), o incorporando al proyecto las personas adecuadas.

A continuación se enumeran algunas de las capacidades que son deseables en cualquier persona emprendedora, si bien no es una lista cerrada y podría haber otras que se nos puedan ocurrir. Tampoco quiere decir que para el éxito se requiera dominar todas ellas pero en cualquier momento de la actividad empresarial puede ser necesario poner en práctica alguna de ellas:

<p>Capacidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓Deseo de lograr objetivos. ✓Para asumir riesgos calculados. ✓De organización. ✓Creativa e innovadora. ✓Iniciativa y dotes de mando. ✓Autoconfianza, perseverancia y dedicación. ✓Optimismo y energía. ✓Iniciativa y creatividad ✓Tolerancia a la ambigüedad 	<p>Capacidades técnicas y profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓Experiencia genérica en negocios. ✓Formación y/o experiencia relacionada con el proyecto a poner en marcha. ✓Conocimiento de experiencias ajenas similares. ✓Capacidad de relación y de observación con el entorno. ✓Visión global de la empresa. ✓Orientación al mercado.
<p>Capacidades de financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓Disponibilidad de fondos propios. ✓Capacidad para endeudarse: préstamos, créditos comerciales... 	<p>Capacidad del equipo promotor:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓Compartir una misma idea de proyecto. ✓Compartir objetivos. ✓Compartir gastos e ingresos. ✓Coherencia en el reparto de funciones y responsabilidades.

EL PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA. EL PLAN DE EMPRESA

DEFINICIÓN

Cuando nos surge una idea para crear un negocio o poner en marcha una empresa, se hace necesario estudiar su viabilidad técnica y económica, es decir necesitamos saber si esa idea se puede traducir en un negocio que vaya a generar beneficios suficientes para cumplir los objetivos que nos hemos planteado, y además si disponemos de los medios necesarios para llevarlo a cabo.

En ese estudio se presenta la idea que nos ha surgido, describiendo la actividad a la que va a dar lugar, la inversión que requerirá, la financiación, la organización de la empresa, el personal que será necesario, un estudio económico..., y cualquier otro aspecto que consideremos relevante para el éxito de nuestro proyecto.

UTILIDAD

Este estudio, que puede recibir varios nombres, plan de empresa o de negocio, memoria de viabilidad..., es importante para nosotros mismos como promotores, no solo porque nos va a orientar sobre los posibles resultados que podremos obtener del negocio, sino porque nos permitirá profundizar en aspectos esenciales sobre los que tendremos que tomar decisiones, y también detectar riesgos ante los que deberemos estar alerta. Desde ese punto de vista nos va a ser útil como *planificación y guía*.

Esta utilidad del plan de empresa se completa con otra que en muchos casos puede llegar a ser aún más importante. Podemos considerarlo también como un *instrumento de venta de nuestro proyecto*. El plan de empresa puede ser muy útil cuando buscamos ayuda de agentes externos, normalmente financiera. Imaginemos que nos dirigimos a un banco y sea preciso negociar un préstamo; cuando se solicite una subvención ante cualquier organismo público o privado, y también para mostrar nuestro proyecto a un posible socio de nuestra aventura empresarial.

CONTENIDO

A continuación se presenta un modelo de plan de empresa que puede servir como orientación del contenido. Puede ser aplicable a cualquier empresa, por grande o pequeña que sea. Cada promotor lo adaptará a su proyecto, en función del tipo de actividad, del volumen de inversión, de los recursos utilizados, del uso que se le va a dar. Se desarrollarán con más profundidad los aspectos que se consideren más importantes, pasando por alto aquellos que no se relacionen con nuestro proyecto, o añadiendo otros especialmente relevantes.

Este modelo, según la idea generalizada actualmente, se plantea desde una visión estratégica de la empresa. Esto que puede parecer muy teórico y solo accesible a las grandes empresas, lo hacen muchas empresas pequeñas y microem-

Estrategia es:

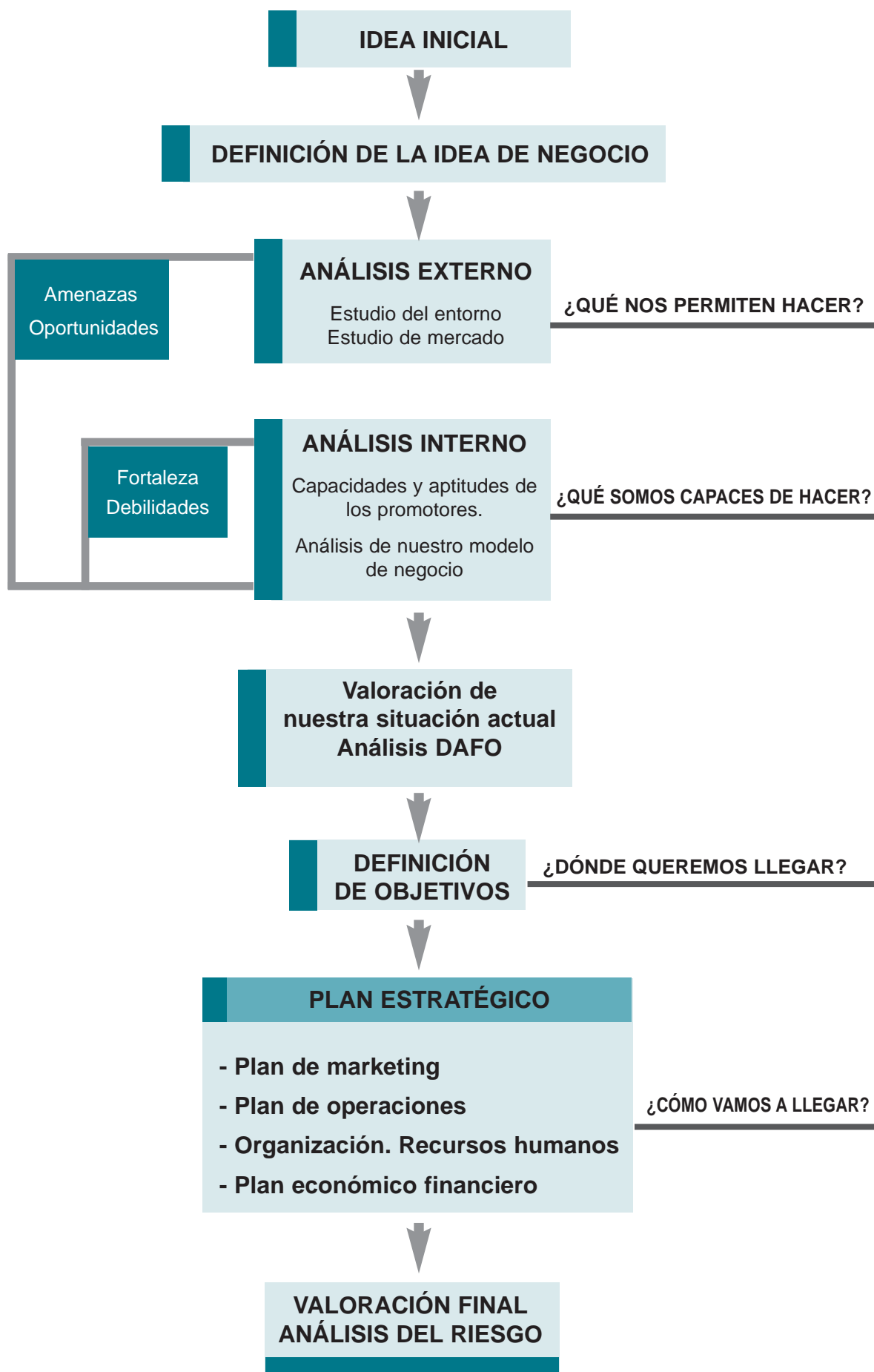
- Pararse a pensar.
- Pensar en el medio plazo, es decir en los próximos meses y en los próximos años, no solo en hoy o en mañana.
- Analizar dónde estamos, cómo estamos, qué tenemos, qué nos permiten hacer, dónde podemos llegar.
- Plantearse objetivos para saber dónde queremos llegar.
- Establecer el camino para conseguir esos objetivos.
- Valorar los riesgos.
- Comprobar la consecución de los objetivos.

presas como un proceso mental e intuitivo, aún sin darse cuenta de que lo están utilizando. Pero en la gran mayoría de las ocasiones no se realiza, se trabaja en el día a día, y los problemas se van resolviendo según van llegando.

El plan de empresa comienza con una idea inicial, que nos puede haber surgido de diversas fuentes, según hemos visto en otro apartado de esta guía. Esa idea inicial pasa por la fase de maduración, ya comentada en el punto sobre el proceso de creación de empresas. Cuando nos hemos convencido de las posibilidades de nuestra idea, tendremos que comprobar que realmente es una idea de negocio, es decir que pueda convertirse en una empresa técnica y económicamente viable. Éste concepto de viabilidad no es fácil de comprobar porque va a depender de muchas variables y circunstancias, unas controladas por nosotros y otras no, pero además es algo subjetivo de cada promotor porque estará en función de los objetivos personales que nos marquemos.

Es necesario definir el concepto de negocio, es decir el producto o servicio que va a ofrecer nuestra empresa, las necesidades que cubre, el mercado al que vamos a dirigirnos, cómo se va a organizar la empresa, **e identificar cuáles serán las claves de éxito.**

En el gráfico siguiente se ven las distintas etapas en la elaboración del plan de empresa.



1.- RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo contiene un resumen del proyecto y lo realizaremos al final de todo el trabajo. No será muy extenso, quizás un página o dos, para que en una breve lectura cualquier persona externa pueda conocer los puntos fundamentales del proyecto.

Un posible guión a desarrollar puede ser el siguiente:

- Se hará una presentación de la idea empresarial, haciendo referencia a los antecedentes y el surgimiento de la idea inicial. Por qué pensamos que la empresa puede ser rentable.
- Los motivos que han llevado a plantear la empresa.
- Necesidad de mercado que va a satisfacer nuestro producto o servicio.
- Presentación de los promotores. Un valor importante en un proyecto empresarial está en las personas que lo van a desarrollar. Nos daremos a conocer haciendo hincapié en:
 - Número de componentes.
 - Nombre y Apellidos.
 - Formación y estudios, y experiencia laboral en temas relacionados con la actividad a la que nos vamos a dedicar, y con la gestión empresarial.
- Los objetivos que nos hemos propuesto alcanzar con nuestro proyecto empresarial.
- Medios y recursos con los que podemos disponer
- Breve definición de la actividad de la empresa, sector en el que estaría ubicada y a qué clientes podría dirigirse.
- Localización. Justificación del proyecto en función de las características y los recursos de la zona.
- Resumen del plan de marketing.
- Resumen del plan financiero, comentando los beneficios y los saldos de tesorería que se generarán, el endeudamiento que se va a afrontar, la rentabilidad que se va a obtener...
- Valorar el riesgo, detallando los factores que pueden hacer fracasar el proyecto.
- Comentar los factores claves de éxito.
- Cualquier otro punto relevante de nuestro proyecto.

2.- DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Una vez que tenemos una primera valoración positiva sobre nuestra idea, según vimos en la etapa de maduración, pasamos a estudiarla con más detalle para comprobar que realmente es una idea de negocio, es decir una idea que puede convertirse en una empresa de éxito.

Se elaborará una descripción de la actividad de la empresa, detallando los productos y servicios que ofrecerá la empresa, en función de las necesidades que satisfacen en el mercado al que se va a dirigir. Es lo que suele denominarse par producto/mercado, es decir la empresa puede tener distintas líneas de productos, cada una de ellas dirigidas a un mercado distinto.

Explicar para cada par producto/mercado:

- Necesidades que satisfacen. Son nuevas o ya existen.
- Sus características, ya sean físicas, técnicas o de servicio.
- Líneas de productos.
- Servicios complementarios y pos venta que se ofrecerán.
- Carácter innovador. Diferenciación respecto a otros productos o empresas existentes en el mercado.

En algunas ocasiones a partir del análisis del entorno y del sector que realicemos en los siguientes puntos podremos redefinir la empresa, para reforzar los puntos débiles que podamos encontrar y prepararnos para las amenazas.

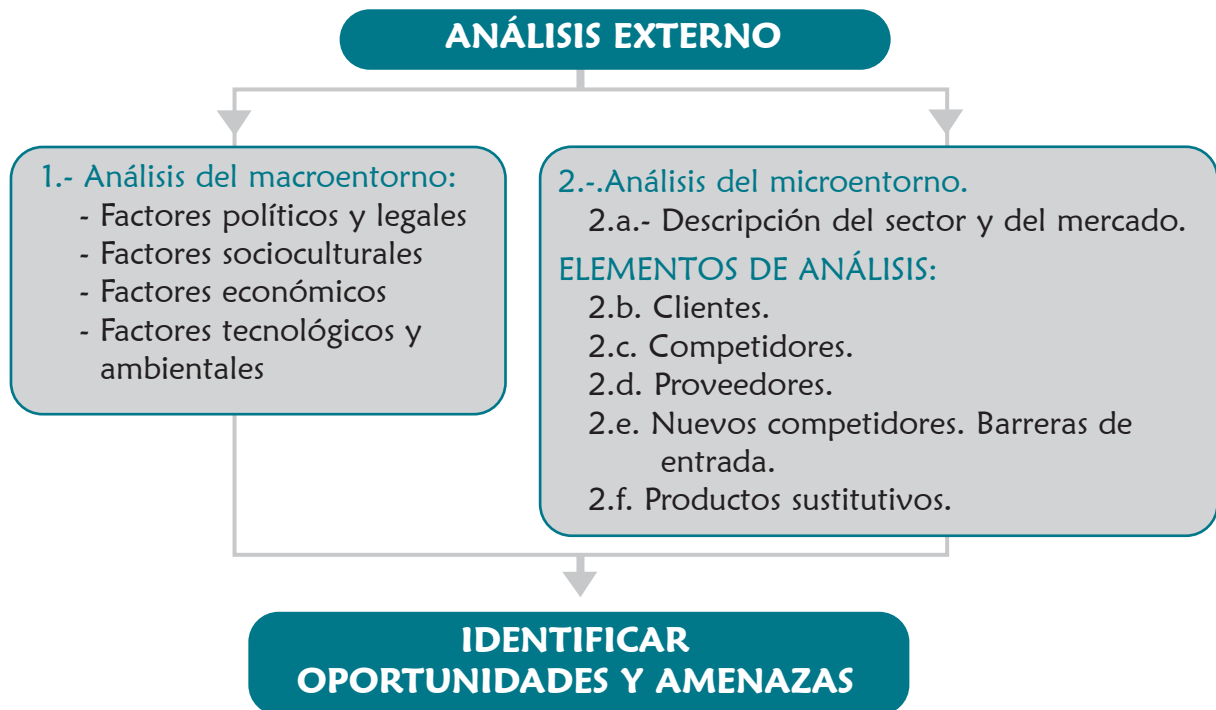
3.- ANÁLISIS EXTERNO (Estudio de mercado)

Una vez tenemos definido el producto o servicio, el siguiente paso es analizar el entorno con el que se va a enfrentar nuestra empresa. Este análisis relaciona a la empresa con su entorno y contiene el estudio de mercado que luego será útil en el plan de marketing. Cualquier empresa va a operar en dos tipos de entornos, denominados macroentorno o entorno general y microentorno o entorno empresarial, y por lo tanto se va a ver influenciada, en mayor o menor medida, por una serie de factores o agentes que los definen. Es importante conocerlos porque en muchos casos van a influir en la puesta en marcha y en el funcionamiento posterior de nuestra empresa, para detectar amenazas y oportunidades. El análisis externo se completará con el análisis interno para detectar fortalezas y oportunidades. Esto es lo que se llama análisis DAFO (también llamado SWOT del inglés), y que es una herramienta de análisis que nos va a ayudar a evaluar la situación de partida para luego elaborar un plan de actuación.

OBJETIVO DEL ANÁLISIS EXTERNO:

Detectar amenazas que puedan hacer peligrar el proyecto, y oportunidades que podamos aprovechar para asegurar el éxito.

Centrándonos ahora en el análisis externo, en el gráfico siguiente podemos ver esquemáticamente las partes en las que se divide:



1.- ANALISIS DEL MACROENTORNO:

La empresa va a iniciar y a desarrollar sus actividades dentro de lo que se denomina macroentorno, influido por diversos factores externos en un principio alejados de nosotros, sobre los que normalmente no tendremos influencia para cambiarlos, pero que tendremos que conocer porque en algunos casos pueden determinar el éxito de nuestra empresa o su evolución futura.

Se hará referencia a factores políticos y legales, factores socioculturales, factores económicos, factores tecnológicos y ambientales.



Factores del macroentorno

No se trata de hacer una recopilación de numerosos datos que no nos dicen nada, solamente estudiar aquellos que claramente puedan influir en nuestra empresa de una manera directa e importante. Algunos ejemplos de la influencia de los factores del macroentorno pueden ser: si nuestra empresa se dirige a la población infantil será importante estudiar la pirámide de población y su previsible evolución en nuestra zona de influencia, pues si no hay niños suficientes nuestro negocio no será viable. Si nuestra empresa genera residuos con cierta toxicidad deberemos conocer la forma de gestionarlos y la legislación mediambiental. Si nos vamos a endeudar mucho, puede ser importante conocer la situación de los tipos de interés y su evolución futura, por el contrario si no nos vamos a endeudar no será tan relevante esa información. Para una empresa que exporte o importe es fundamental el tipo de cambio.

2.- ANALISIS DEL MICROENTORNO:

El microentorno está más próximo a nosotros. Son factores relacionados con la actividad propia de la empresa, y van a influir en nosotros más directamente que los del macroentorno, o al menos veremos más claramente la relación. Este análisis se refiere al sector en el que operará la empresa y el mercado en el que va a actuar.

Es necesario responder a preguntas como las siguientes: ¿dónde se va a vender?, ¿a quién se va a vender?, ¿existen otras empresas que vendan lo mismo que nosotros?, ¿cuáles son?, ¿la competencia es muy dura?, ¿entrarán otras nuevas?... Para responder a esto, hay que conocer con la mayor precisión posible el sector en el que vamos a competir y el mercado al que nos vamos a dirigir. Para esto vamos a desarrollar los siguientes puntos:

2.a.- Descripción del mercado:

Antes de pasar al análisis es necesario determinar el sector y el mercado en los que van a operar la empresa, ya que aunque en un principio puede parecer sencillo, no es tan claro saber quién será tu competencia. Para saber el sector no basta con delimitar la actividad concreta y las líneas de negocio, es preciso definir los productos o servicios desde el punto de vista de la necesidad que satisfacen.

Una vez que hemos concretado el sector en el que nos encontramos tenemos que buscar alguna información útil sobre el mismo, antes de pasar a estudiar los elementos que lo configuran.

Un **SECTOR** está formado por las empresas que tienen los mismos clientes potenciales.

El **MERCADO** de una empresa, en el contexto en el que estamos trabajando, se refiere a los clientes potenciales que pueden demandar los productos o servicios que ofrece.

Es necesario fijar el ámbito geográfico del análisis y alguna información del sector como volumen de negocio, evolución, crecimiento, estructura (se vende directamente o a través de intermediarios, es un sector fragmentado o concentrado), guerras de precios, estacionalidad, legislación específica...

2.b.- Análisis de la demanda (clientes):

Es necesario identificar los clientes potenciales de la empresa. Los clientes potenciales son el conjunto de personas físicas o jurídicas susceptible de adquirir los productos de la empresa.

Para analizar la demanda hay que tener en cuenta las características de los clientes. Para esto puede ser interesante saber qué tipo de cliente será el nuestro en función a su relación con la decisión de compra.

Tipos de clientes en función de su relación con la decisión de compra:

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| ♦ Cliente final. | Decide la compra y consume. |
| ♦ Clientes intermedios. | Canales de distribución. |
| ♦ Usuarios. | Sólo consumen. No deciden la compra. |
| ♦ Prescriptores. | Recomiendan o autorizan la compra. |

También puede ser importante saber si los clientes con los que vamos a tratar son particulares o bien empresas, administraciones públicas o cualquier otro tipo de entidad.

El tipo de cliente determinará las acciones de marketing que diseñemos en su momento

CARACTERÍSTICAS A DEFINIR EN NUESTROS CLIENTES:

- Volumen.
- Características socioeconómicas (edad, trabajo, estudios, capacidad adquisitiva...).
- Comportamientos de compra (compra impulsiva, compra meditada...).
- Hábitos de consumo.
- Motivaciones de compra. En qué basan las decisiones de compra

En ocasiones es interesante realizar una segmentación del mercado. La segmentación consiste en agrupar los clientes potenciales según una o varias características comunes (edad, sexo, nivel cultural, nivel de ingresos, personalidad, estilo de vida, costumbres, comportamiento de compra, uso del bien, necesidad que satisface el bien...), y tendrá sentido si cada grupo que se haga es de un volumen suficientemente grande como para ser considerado mercado objetivo. Si se considera la necesidad de segmentar, entonces habría que definir los grupos de clientes potenciales, y decidir si la empresa se va a dirigir a todo el mercado o solo a alguno de los grupos, distinguiendo los tipos de clientes que vayan a ser objetivo del producto o servicio de nuestra empresa. El objeto de la segmentación es poder ofrecer acciones diferenciadas (de producto, de precio, de publicidad, de distribución...). Una vez establecidos nuestros grupos de clientes hay que definir sus características.

Si en el sector existe la posibilidad de utilizar intermediarios, tendremos que identificarlos y analizar sus características:

- Posición de fuerza del canal. Accesibilidad.
- Volumen del mercado al que tenga acceso ese canal.
- Coste que nos suponga su utilización.

2.c.- Análisis de la oferta (competencia):

Definir los sectores y las empresas que ofrecen productos o servicios que satisfacen las mismas necesidades que nuestra empresa. Es importante conocer a los competidores con el máximo detalle, estudiando los siguientes aspectos:

A) CARACTERÍSTICAS:

- Su localización.
- Volumen de negocio.
- Imagen en el mercado.
- Características diferenciales de los productos que ofertan.
- Precios de los productos o servicios.
- Servicios complementarios que ofrecen, y sus precios.
- Puntos fuertes y débiles.

B) POSIBLES REACCIONES DE LA COMPETENCIA ANTE LA ENTRADA DE NUEVAS EMPRESAS EN EL SECTOR

C) GRADO DE RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

2.d.- Análisis de proveedores:

La compra de materias primas, productos semielaborados, terminados o de otros suministros es una actividad importante en las empresas. Dependiendo del sector el acceso a estos elementos puede ser fácil o entrañar dificultades. De hecho pueden constituir auténticas barreras de entrada para nuevas empresas. Por lo tanto será importante identificar los suministros que necesitará nuestra empresa y los proveedores a los que podremos comprárselos. Comprobar si son accesibles, pedidos mínimos, descuentos, condiciones de pago, costes de transporte...

2.e.- Nuevos competidores. Barreras de entrada:

La competencia no solo viene de las empresas que actualmente se encuentran funcionando en el mercado. También las que puedan entrar en un futuro van a

BARRERA DE ENTRADA es cualquier factor que dificulte la incorporación de nuevas empresas en un sector.

determinar el grado de competencia y por lo tanto la supervivencia de nuestra empresa a largo plazo. La aparición de nuevas empresas va a depender de las barreras de entrada.

Identificar y analizar los factores que dificultan la incorporación de nuevas empresas competidoras al sector es importante por dos motivos:

1. En primer lugar para comprobar las posibilidades que tenemos de entrar en ese negocio.
2. En segundo lugar, suponiendo que nosotros no tengamos barreras que nos impidan entrar, conocer las dificultades con las que se podrán encontrar otras empresas.

En el siguiente cuadro se pueden ver algunas barreras de entrada que pueden darse. Si se da alguna de ellas tendremos que comprobar la manera de salvarla.

BARRERAS DE ENTRADA

- ✓ Economías de escala: tienen lugar cuando para conseguir costes de fabricación bajos es necesario un alto volumen de producción.
- ✓ Curva de experiencia, Ventajas en términos de coste que pueda tener la competencia como consecuencia del aprendizaje obtenido por la experiencia.
- ✓ Patentes y marcas.
- ✓ Legislación.
- ✓ Dificultades para acceder a los canales de distribución.
- ✓ Inversión inicial elevada.

El análisis externo del entorno y del mercado termina identificando las amenazas y las oportunidades que se presentan.

Las amenazas son aquellos elementos que pueden poner en peligro nuestro proyecto, bien actualmente o en un futuro. Deben ser superables y tendremos que tenerlas presentes a la hora de establecer las líneas de acción.

Las oportunidades que nos ofrece el mercado nos van a permitir detectar huecos de mercado donde poder entrar con nuestra empresa y han de ser suficientes.

4.- ANÁLISIS INTERNO

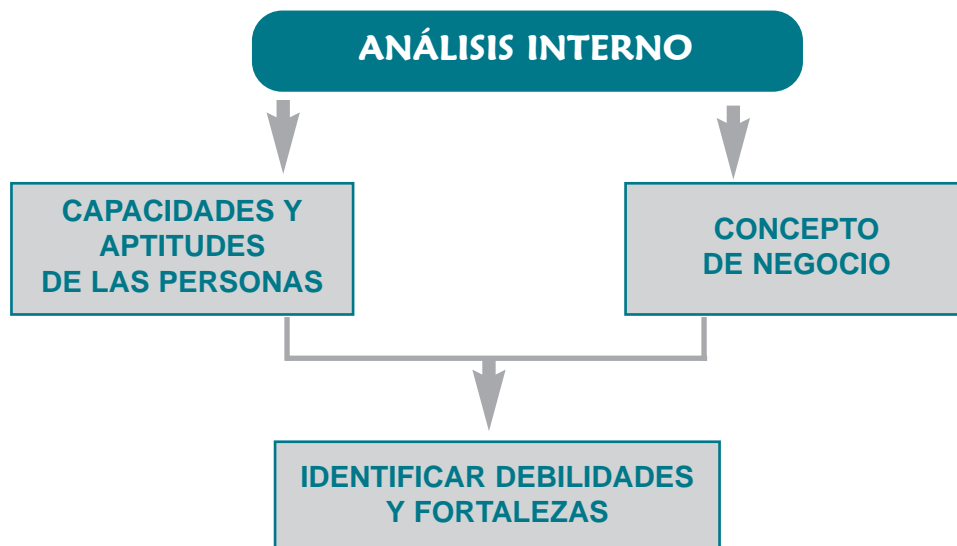
Una vez efectuado el análisis externo, es decir los factores que nos vienen dados, que no dependen de nosotros y sobre los que normalmente no podremos influir, pasaremos a analizar algunos factores internos de nuestro proyecto, y que en algunas ocasiones podrán modificarse, y que van a determinar nuestras debilidades y fortalezas en relación al resto de empresas con las que tendremos que competir. Las debilidades han de ser salvables. Las fortalezas deben ser claras y suficientes.

OBJETIVO DEL ANÁLISIS INTERNO:

Detectar las debilidades y fortalezas de nuestro proyecto en relación con los competidores.

En la creación de una empresa, igual que en una empresa en funcionamiento, las fuentes para buscar las debilidades y fortalezas propias son dos:

1. Las capacidades que tenemos como promotores.
2. El concepto de negocio que se plantee.



Pueden ser debilidades o fortalezas del equipo promotor, la poca o mucha experiencia, formación, constancia, capacidad de endeudamiento, disponibilidad de fondos propios.

Pueden ser debilidades o fortalezas del concepto de negocio la situación geográfica, conocimiento del mercado, percepción de la necesidad del producto o servicio...

5.- VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Este es el momento de realizar la evaluación de nuestra situación, y puede servir para obtener una primera visión de las posibilidades de éxito de nuestro proyecto. Las conclusiones pueden agruparse en un cuadro como el que se muestra a continuación en lo que se conoce como análisis DAFO.

AMENAZAS:	OPORTUNIDADES:
✓.....	✓.....
✓.....	✓.....
✓.....	✓.....
DEBILIDADES:	FORTALEZAS:
✓.....	✓.....
✓.....	✓.....
✓.....	✓.....

Las amenazas y las debilidades han de ser salvables. En cuanto a las primeras quizás podamos tomar medidas de defensa, para las debilidades tendremos que ver la forma de reforzarlas. Por ejemplo, si no disponemos de fondos suficientes o de conocimientos en determinadas áreas, podremos buscar socios que se incorporen al proyecto y que aporten estas carencias, o quizás podamos asistir a algún curso de formación.

En cuanto a las oportunidades y fortalezas, debemos tener presente que no durarán siempre, por lo tanto el plan de acción que planteemos irá destinado a aprovechar las oportunidades detectadas utilizando las fortalezas que disponemos, en el momento adecuado. Si nos esperamos mucho puede que las oportunidades desaparezcan.

6.- DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Una vez realizado el análisis y la valoración de nuestra situación actual y haber concluido con una visión positiva acerca de las posibilidades de nuestro proyecto, tendremos que pasar a la siguiente fase en la que se establecerán las líneas de actuación para desarrollar el proyecto.

Si ya hemos respondido a la pregunta ¿dónde estamos?, tendremos que responder a la pregunta ¿dónde queremos ir?. Supone la definición de los objetivos del negocio. En algunos casos tendremos que volver sobre algunas cuestiones ya vistas anteriormente para retocarlas o modificarlas según la información obtenida en el diagnóstico.

Se fijarán objetivos operativos para las distintas áreas funcionales, normalmente suelen ser numéricos, pero podrían ser cualitativos. Ejemplos de objetivos pueden ser:

- Volumen de ventas.
- Cantidad de producción.
- Rentabilidad de la inversión o de los fondos propios aportados.
- Periodo de recuperación de la inversión.
- Importe de los beneficios.
- Conocimiento de la marca en nuestro mercado.

7.- PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico está determinado por las actuaciones que se van a ejecutar para conseguir los objetivos propuestos anteriormente. Para ello elaboraremos los planes de las distintas áreas de la empresa intentando aprovechar las oportunidades que se nos presentan y prestando especial atención a nuestras fortalezas:

- 7.a.- Plan de marketing
- 7.b.- Plan de operaciones
- 7.c.- Organización. Recursos humanos
- 7.d.- Estructura legal
- 7.e.- Plan económico financiero

7.a.- PLAN DE MARKETING

En el marketing podemos incluir todas las acciones que realiza la empresa para que la relación con su mercado sea lo más positiva posible, y se traduzca en un mayor logro en la consecución de sus objetivos, normalmente mayor volumen de ventas y de beneficios. Será necesario tomar algunas decisiones sobre:

- Segmentación de mercados.
- Precios.
- Distribución.
- Política de comunicación.
- Objetivos de ventas.

Es **importante** que la empresa esté orientada al mercado.

Un plan de marketing debe partir de un conocimiento del mercado en el que se va a actuar. Para ello se realiza un estudio de mercado. Si el análisis externo lo hemos realizado en profundidad habremos obtenido un conocimiento del mercado que nos permitirá avanzar con el plan de marketing, si no, tendremos que hacerlo ahora. Para ello volveremos sobre el punto mencionado y profundizaremos sobre los aspectos que habíamos dejado sin analizar. Después pasaremos a trabajar en los siguientes puntos:

A.- FIJAR OBJETIVOS

En este punto se trata de concretar objetivos especialmente relacionados con la comercialización de nuestros productos. Fundamentalmente van a referirse al volumen de ventas y es importante para poder establecer las previsiones económicas, pero pueden ser de otro tipo como márgenes comerciales, número de clientes, puntos de venta, o incluso algunos no cuantitativos como conocimiento de nuestra marca, penetración en el mercado...

Fijar el objetivo de ventas o ingresos para los primeros 3 ó 5 años. Si no es posible establecer un programa de ventas basado en un conocimiento profundo del mercado, debería establecerse el nivel mínimo que permita el funcionamiento de la empresa.

El programa de ventas/ingresos deberá ser mensual al menos para el primer año, o para todos los años en las actividades muy estacionales. De esta forma se podrá elaborar el estado de tesorería con más precisión.

B.- MARKETING MIX

El marketing mix consiste en la definición de cuatro variables que van a marcar la actuación de la empresa de cara al mercado. Estas cuatro variables son el producto, el precio, la distribución y la comunicación. Van a determinar el plan de marketing y el camino para conseguir los objetivos planteados.

PRODUCTO

En este punto estamos en condiciones de fijar los pares producto/mercado. Quizás son los mismos que definimos en un primer momento, pero lo más común es que después de los análisis precedentes hayamos realizado modificaciones para enfocar mejor nuestro modelo de negocio.

Definiremos bien:

- Las características de nuestros productos/servicios y los mercados de referencia para cada uno de ellos. Prestaremos especial atención a las innovaciones o características que los diferencien de los de la competencia.
- Servicios adicionales que se ofrecerán: garantías, servicio posventa...
- Formas de presentación. Envases y embalajes.
- Marcas o nombres comerciales que se utilizarán.

PRECIOS

La política de precios de la empresa es importante pues va a influir en el volumen de ventas y en los beneficios que puedan obtenerse. Son muchas las variables que pueden influir en la determinación de los precios:

- Los costes de elaboración y/o adquisición.
- Los precios de la competencia.
- El volumen de demanda que exista en cada momento, o la rigidez que tenga la demanda de ese producto ante variaciones en los precios.
- Valor del producto percibido por el consumidor.

DISTRIBUCIÓN

La distribución consiste en acercar nuestros productos al mercado. Ésta será diferente si se vende directamente al consumidor final o se utilizan intermediarios. En base al análisis del sector realizado anteriormente estaremos en disposición de establecer la forma más adecuada de distribuir nuestros productos. En el caso de servicios donde no hay un movimiento físico de bienes puede haber igualmente intermediarios, pensemos en los touroperadores y los paquetes turísticos.

COMUNICACIÓN

Para la comunicación como variable del marketing pueden utilizarse distintas herramientas. Se podrá optar por utilizar la publicidad, las acciones de promoción, o también las relaciones públicas.

Para planificar la comunicación se definirán los siguientes puntos:

1. Objetivos que pretendemos alcanzar. La campaña a realizar no será igual si pretendemos introducir una empresa desconocida en un mercado, o simplemente se trata de reforzar o recordar una marca, si el ámbito geográfico se circunscribe a una zona pequeña, o abarca un gran territorio, si se trata de llegar a un número pequeño o grande de potenciales clientes, o si están localizados o se encuentran dispersos entre la población. Por ejemplo, la forma de dirigirnos a las empresas agroalimentarias de la provincia será diferente que si pretendemos llegar a jóvenes menores de 30 años.

2. Medios que se van a utilizar.



- Mailing. Cartas de presentación.
- Cartelería, trípticos.
- Radio, prensa y revistas.
- Presentación personal a posibles clientes.
- Promoción en punto de venta.
- Asistencia a ferias.
- Internet.
-

3. Presupuesto

7.b.- PLAN DE OPERACIONES

Descripción técnica

Necesidades de infraestructuras y sus características. El siguiente cuadro, en el que se detallan las condiciones de adquisición y explotación, puede servir de modelo. En él se diferencian los activos según el modo de adquisición por las repercusiones que pueden tener en los estados financieros. Para los que se compran se determinará el valor de adquisición, y la amortización anual, para cada uno de ellos o por grupos homogéneos. Los que se

adquieran por alquiler, leasing, renting o cualquier otro medio similar, se indicará el montante periódico que se paga y aquellos detalles que puedan ser relevantes para conocer el alcance de la operación, (por ejemplo valor residual, periodo del contrato...).

ACTIVOS FIJOS O INMOVILIZADOS					
	COSTE (Euros/Año)	Año 1	Año 2	Año 3	...
COMPRA					
- Terrenos	Coste Adquisición Amortización anual				
- Inmuebles					
- Instalaciones					
- Mobiliario					
- Maquinaria					
- Eq. Informático					
-					
ALQUILER	Cargas de alquiler				
LEASING	Cargas del leasing				

Capacidad de producción

Los medios de producción de que disponga la empresa van a condicionar la capacidad productiva, es decir la máxima cantidad de producto que se pueda fabricar, o el número máximo de unidades de servicio que se puedan prestar. Según la actividad de la empresa se podrá calcular en unidades de producto o servicio, y/o en horas de trabajo.

Sabiendo la capacidad de producción podemos conocer el límite de nuestras ventas para la infraestructura y el personal disponible, y por lo tanto si quisiéramos crecer más tendríamos que plantear una mayor inversión o ampliación de plantilla.

Proceso productivo

En este punto se describen las fases del proceso productivo, detallando la duración de las distintas fases, infraestructura utilizada, el personal que necesita cada una de ellas y los costes que llevan aparejadas. Describir la materia prima y productos que incorpora cada fase y los productos, subproductos y residuos que se obtienen de cada una de ellas. El proceso productivo podría representarse esquemáticamente de forma gráfica mediante un diagrama de flujos.

Describir las actividades, procesos o servicios que se van a subcontratar.

Cuando se trate de la prestación de un servicio también se puede describir el proceso de operaciones a realizar, con la secuencia de actividades, tiempos, lugar donde se presta...

Plan de compras, inventarios y proveedores

El plan de compras recoge la relación de materias primas y materiales necesarios para producir y comercializar el producto, o para ofrecer un servicio.

En este apartado hay que detallar los siguientes puntos:

- Selección de materias primas y materiales. Sus características técnicas.
- Selección de proveedores.
- Gestión y control de aprovisionamiento y almacenes (períodos de pedidos y cantidades, stocks, rotación de almacén).
- Presupuesto de las inversiones en materias primas, y suministros.

Control de calidad

Debemos informarnos si para la actividad a realizar existe alguna normativa específica en materia de calidad y seguridad. Siempre tenemos que tener presente la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

Aún no existiendo obligación, debemos decidir si es conveniente establecer algún sistema propio de calidad o acogernos a alguno específico del sector o de los genéricos (ISO, EFQM ...).

Impacto ambiental

Este es un punto que puede ser importante si la actividad a realizar supone algún tipo de agresión al medio ambiente. Es preciso determinar cómo se van a tratar los residuos de cualquier tipo que puedan derivarse de la propia actividad de la empresa. Hay que conocer la responsabilidad que tenemos por los residuos que se puedan generar.

7.c.- ORGANIZACIÓN. RECURSOS HUMANOS

Llegados a este punto del plan de empresa ya tenemos definida la actividad de la empresa, habiéndonos propuesto unos objetivos de ventas que nos determinan la carga de trabajo que tendremos en los primeros momentos. Esto lo va a llevar a cabo el personal de la empresa. Debemos ser capaces de establecer el número de personas necesarias para el funcionamiento de la empresa según la capacidad de trabajo prevista.

Por lo tanto, el siguiente paso será establecer el organigrama, lo que supone definir y cuantificar los puestos de trabajo, detallando sus funciones y actividades. Dentro de las funciones, es preciso establecer el grado de responsabilidad y decisión que asumirá cada puesto.

Este punto referido a la organización puede parecer más propio de empresas grandes con gran número de empleados y estructuras complejas. Sin embargo, aún en empresas pequeñas con pocos trabajadores puede ser importante dotarlas de una organización que la haga de alguna forma independiente de las personas que ocupan los puestos, y especialmente de los promotores.

Por lo tanto, a la hora de contratar personal para ocupar algún puesto de trabajo deberemos seguir las siguientes pautas:

- Definir los puestos de trabajo.
- Tareas a realizar en cada puesto de trabajo.
- Perfil de las personas que los van a ocupar, formas de contratación.
- Pensar en el proceso de búsqueda y selección de candidatos. En ocasiones puede ser un problema encontrar personal que se ajuste al perfil adecuado en el entorno geográfico de nuestra empresa.

<i>Puesto</i>	<i>Tareas a realizar</i>	<i>Perfil Requerido</i>

A continuación estableceremos la estructura de costes de personal. Para ello será necesario informarse del convenio colectivo del sector, que nos marcará los mínimos, pero también del mercado laboral, es decir cuánto están pagando las empresas para esos mismos empleos.

Puesto	Tipo de contrato	Sueldo anual	Retenc. Seg. Social	Retenc I.R.P.F..	Sueldo neto	Seg. Social empresa	Total gasto de personal
TOTAL							

7.d.- ESTRUCTURA LEGAL

Llegados a este punto probablemente ya tendremos argumentos suficientes para determinar la forma jurídica de nuestra empresa.

La forma jurídica va a determinar el régimen fiscal.

Trámites legales para su constitución.

Gastos de constitución. Período de amortización.

7.e.- PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

Apoyándonos en toda la información y planificación previa se elaborarán los estados financieros previsionales que permitan establecer la viabilidad económica del proyecto y su potencial para generar recursos. Es necesario informar sobre puntos relativos a la inversión inicial y necesidades posteriores a la puesta en marcha, necesidades de financiación, estructura de capital, fondos propios y ajenos, rentabilidad de la empresa y generación de fondos.

ES IMPORTANTE ELABORAR LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

- Plan de inversión y financiación de activos.
- Previsión de tesorería.
- Cuenta de resultados previsional.
- Balance previsional y fondo de maniobra.
- Umbral de rentabilidad o punto muerto.
- Rentabilidad del proyecto de inversión.
- Previsión de rentabilidad de la empresa.

La previsión de los estados financieros deberá contemplar un período de tiempo suficiente como para tener una visión de la marcha de la empresa más allá de las contingencias de la fase de inicio. Va a depender del tipo de negocio, pero lo recomendable puede ser un mínimo de cinco años. El ejercicio económico en las empresas suele ser de un año (coincidiendo habitualmente con el año natural), y por lo tanto toda la información económica y financiera irá referida a estos períodos de tiempo. También puede ser interesante detallar mensualmente parte de la información, especialmente la referida a cobros y pagos. La información mensual es importante en dos situaciones que pueden ser origen de déficits transitorios de tesorería:

1. En los primeros momentos de arranque de la empresa. Se incurre en pagos desde el inicio y los cobros a veces tardan en llegar, o se tarda en alcanzar el umbral de rentabilidad. Hay que tener dinero líquido para esta situación.
2. En actividades muy estacionales en las que se alternan temporadas de mucha actividad con otras de muy baja. Se pueden producir situaciones de excedentes de tesorería con otras de falta de liquidez.

La primera información a elaborar es el cuadro de inversión y financiación. En este caso al hablar de inversión nos estamos refiriendo a los activos fijos o inmovilizado. Son aquellos elementos, tangibles o intangibles, que se utilizan en la actividad permanente y productiva de la empresa y permanece más de un ejercicio económico.

INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

PLAN DE INVERSIONES EN:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<ul style="list-style-type: none"> ■ GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y DE PRIMER ESTABLECIMIENTO ■ COMPRA INMUEBLES (terrenos, edificios, locales) ■ ACONDICIONAMIENTO INMUEBLES ■ INSTALACIONES ■ MAQUINARIA ■ HERRAMIENTAS Y UTILLAJE ■ ELEMENTOS DE TRANSPORTE ■ EQUIPO INFORMÁTICO ■ OTROS ■ INMATERIAL (Derechos de traspaso, fondo de comercio, propiedad industrial, aplicaciones informáticas...) ■ FONDO MANIOBRA O CAPITAL CIRCULANTE 					
TOTAL					

PLAN DE FINANCIACIÓN:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<ul style="list-style-type: none"> ■ APORTACIONES DE LOS SOCIOS ■ FINANCIACIÓN AJENA: <ul style="list-style-type: none"> ● Préstamos ● Subvenciones ● Préstamos subvencionados ● Otros ■ AUTOFINANCIACIÓN (beneficios que se obtengan) 					
TOTAL					

La siguiente información a elaborar será la relativa a la previsión de resultados y de tesorería. En la cuenta de resultados incluiremos los **ingresos** y los **gastos** y en la de tesorería los **cobros** y los **pagos**. Aunque habitualmente estos conceptos se suelen confundir y se utiliza ingreso como sinónimo de cobro, y gasto como sinónimo de pago, en términos contables y financieros deben diferenciarse.

Cuando nuestra empresa realiza una venta se genera un derecho de cobro, es decir a recibir un dinero como contraprestación del bien entregado o del servicio prestado. Igualmente cuando realizamos una compra se genera una obligación de pago, es decir habrá que entregar un dinero como contraprestación del bien recibido o del servicio que se recibe. Sin embargo el momento en el que se genera el derecho o la obligación no tiene por qué coincidir con el momento en el que se realiza el cobro o el pago. Aquí surge el problema de cuándo considero los gastos y los ingresos a la hora de calcular el resultado. Normalmente se utiliza el principio del devengo, según el cual los ingresos y gastos se registran cuando se devengan, es decir cuando se realizan, independientemente de cuando se cobren o paguen.

El resultado del ejercicio referido a la actividad de la empresa estará constituido por los ingresos de dicho período menos los gastos del mismo necesarios para la obtención de aquellos.

El resultado podrá ser positivo o negativo y diremos que se obtiene beneficio o pérdida, y la tesorería podrá ser también positiva o negativa en cuyo caso tendremos un superávit de caja o un déficit. En este último caso tendremos que buscar financiación adicional.

En la cuenta de resultados se reflejan los ingresos y los gastos.
En la cuenta de tesorería se reflejan los cobros y los pagos.

A continuación se presentan dos modelos que pueden utilizarse para presentar esta información. Los distintos conceptos que aparecen son orientativos y utilizaremos los que requiera nuestra empresa, separando o agrupando según la información sea más o menos relevante.

En la cuenta de resultados separamos los gastos según el criterio de los costes, según sean variables o fijos para la empresa. Los variables son aquellos que varían en función de las ventas. Si hay más ventas aumentarán esos costes. Si disminuyen las ventas, también lo harán los costes. En la cuenta de resultados se incluirían en el concepto de costes de ventas. Por otro lado los costes fijos no se van a ver alterados si varían las ventas, o al menos no se van a ver alterados para determinados rangos de ventas.

PREVISIÓN DE TESORERÍA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. Saldo Inicial					
Cobros o entradas de dinero: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ventas ▪ Capital o aportaciones de socios ▪ Subvenciones ▪ Préstamos ▪ Desinversión (venta de activos) ▪ Otros 					
B. Total Cobros					
Pagos o salidas de dinero: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proveedores ▪ Sueldos y salarios ▪ Seguridad Social ▪ Servicios exteriores: <ul style="list-style-type: none"> • Arrendamientos y cánones • Reparaciones y conservación • Servicios de profesionales independientes • Transportes • Primas de seguros • Servicios bancarios y similares • Publicidad, propaganda y relaciones públicas • Suministros • Otros servicios ▪ Tributos ▪ Hacienda Pública ▪ Gastos Financieros ▪ Inversiones ▪ Amortización de las deudas ▪ Otros 					
C. Total Pagos					
D. Saldo Neto (B-C)					
E. Saldo Final (A+D)					

CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS NETAS					
- Coste de ventas					
=MARGEN BRUTO					
- Gastos de personal					
- Gastos generales:					
Arrendamientos y cánones					
Reparaciones y conservación					
Servicios de profesionales independientes					
Transportes					
Primas de seguros					
Servicios bancarios y similares					
Publicidad, propaganda y relaciones públicas					
Suministros					
Otros servicios					
- Tributos					
- Amortizaciones de inmovilizado					
= MARGEN DE EXPLOTACION (BAII)					
- Gastos financieros					
= BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS					
- Impuesto sobre el beneficio					
= BENEFICIO NETO					
+ Amortizaciones de inmovilizado					
= RECURSOS GENERADOS O CASH FLOW					

BALANCE DE SITUACIÓN PREVISIONAL

ACTIVO	PASIVO
ACTIVO FIJO O INMOVILIZADO: Gastos de establecimiento Inmovilizado inmaterial neto Inmovilizado material neto Inmovilizado financiero	RECURSOS PERMANENTES: a.- NO EXIGIBLE O FONDOS PROPIOS <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capital suscrito ▪ Prima de emisión ▪ Reservas ▪ Resultados de ejercicios anteriores ▪ Beneficio o pérdida ▪ Ingresos a distribuir en varios ejercicios (Subvenciones de capital).
A.-TOTAL ACTIVO FIJO	b.- EXIGIBLE A LARGO PLAZO (Deudas a largo plazo): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deudas con entidades de crédito ▪ Otros acreedores
ACTIVO CIRCULANTE: Existencias Deudores Tesorería	A.-TOTAL RECURSOS PERMANENTES (a+b)
B.-TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	EXIGIBLE A CORTO PLAZO (Deudas a corto plazo): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deudas con entidades de crédito ▪ Acreedores comerciales ▪ Otras deudas no comerciales
TOTAL ACTIVO (A+B)	B.-TOTAL EXIGIBLE A CORTO PLAZO
	TOTAL PASIVO (A+B)

El Fondo de Maniobra



representa el activo circulante que está financiado por fondos permanentes, bien sean fondos propios o fondos a devolver a largo plazo. Aunque en algunos sectores es cero o negativo, lo recomendable es que sea positivo. De esta manera se evitarán situaciones transitorias de falta de liquidez.

Se puede calcular de dos formas:

$$A) = \text{ACTIVO CIRCULANTE} - \text{EXIGIBLE A CORTO PLAZO}$$

$$B) = \text{RECURSOS PERMANENTES} - \text{ACTIVO FIJO}$$

UMBRAL DE RENTABILIDAD

El umbral de rentabilidad o punto muerto se refiere al volumen de actividad para el que la empresa obtendría resultado cero, es decir se igualan los costes y los ingresos. Esta es una medida que puede ser interesante conocer porque nos da idea del volumen de negocio que

necesitamos para no incurrir en pérdidas. Para su cálculo podemos usar la siguiente relación:

$$\begin{aligned} \text{UMBRAL DE RENTABILIDAD} &= \text{Ingresos Totales} - \text{Costes Totales} = 0 \\ \text{Costes Totales} &= \text{Costes fijos} + \text{Costes variables} \end{aligned}$$

De esa relación podemos llegar a la siguiente fórmula para obtener el punto muerto:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Costes fijos}}{\% \text{ Margen bruto}}$$

RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Para medir la rentabilidad del proyecto y comprobar su viabilidad se pueden utilizar diversos indicadores. Los más empleados son los siguientes:

- **Período de recuperación de la inversión (PR).** Nos da una idea del tiempo que se tarda en recuperar la inversión. Viene a dar una idea de la liquidez del proyecto, cuanto menor sea este indicador antes se recuperará el valor de la inversión y por lo tanto mejor será el proyecto.

$$\text{PR} = \frac{I}{\text{CF}}$$

donde:

PR = Período de recuperación
I = Inversión inicial en activo fijo
CF = Recursos generados o Cash flow anuales

- **Valor actual neto (VAN) de una inversión.** Es el valor actualizado de todos los cash flows o recursos generados anuales, y por lo tanto debe ser positivo. Suele utilizarse para comparar distintos proyectos de inversión o diferentes opciones dentro de un mismo proyecto. Mejor será el proyecto cuanto más alto sea el VAN.

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{CF}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{CF}_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\text{CF}_n}{(1+i)^n}$$

donde:

I = inversión inicial
CF_n = Cash flow del año n
i = tipo de descuento o actualización aplicable

- **Tasa interna de rentabilidad (TIR) o tasa de retorno.** Es aquel tipo de actualización que hace igual a cero el valor actual neto. Hay que calcular la tasa k que cumpla la siguiente ecuación:

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{CF}_1}{(1+k)^1} + \frac{\text{CF}_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{\text{CF}_n}{(1+k)^n} = 0$$

Cuanto mayor sea el valor de k más rentable será la inversión. Igual que el VAN, es más útil cuando se utiliza para comparar distintos proyectos. Teniendo en cuenta únicamente criterios económicos solo será interesante realizar inversiones con una k superior al interés del dinero en el mercado de capitales. En términos puramente matemáticos se suele aceptar que el VAN es la condición necesaria de la viabilidad de un proyecto y la tasa de retorno es la condición suficiente.

El cálculo de la TIR en esa fórmula es fácil si se utiliza una hoja de cálculo y las fórmulas que suelen incorporar. Por ejemplo en Excel, una de las más utilizadas, la fórmula es: TIR (valores;estimar), donde:

- *valores* es el rango de celdas donde se encuentran los datos a utilizar. Éstos se colocarán todos seguidos en una fila o en una columna, de forma que en la primera celda del rango se colocará el valor de la inversión en negativo, y en las siguientes los valores de los cash flow o recursos generados en positivo.
- *estimar* es un valor, que por defecto utiliza 0,1 y se refiere a las iteraciones que se utilizan para el cálculo.

Ejemplo: TIR(C1:C6;0,1). En este caso la inversión estará en la celda C1 en negativo, y en las celdas C2,C3,C4,C5 y C6, los cash flow de los cinco primeros años.

PREVISIÓN DE RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

Existen muchos indicadores para medir la rentabilidad de una empresa. A continuación se describen dos de los índices más utilizados en estudios y estadísticas. Su cálculo nos puede servir para comparar nuestra empresa con otras del mismo sector o de otros sectores, o también con otras posibles inversiones.

RENTABILIDAD ECONÓMICA O DE LA INVERSIÓN

Se refiere a la rentabilidad de los activos y por lo tanto del capital empleado por la empresa. Es un indicador que da idea de la efectividad de la gestión. Es común encontrarlo escrito como ROI (Rendimiento sobre la inversión), aunque también se puede denominar ROA (Rendimiento sobre los activos). Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{ROI} = (\text{BENEFICIO (BAII)} / \text{ACTIVOS TOTALES}) \times 100$$

Se puede utilizar el beneficio antes de intereses e impuestos, o el beneficio neto, pero si se quiere comprobar la eficacia de la gestión parece razonable utilizar el beneficio antes de intereses e impuestos (BAII), eliminando así la influencia de la financiación y de la política impositiva de cada momento.

RENTABILIDAD ECONÓMICA O DE LA INVERSIÓN

Se suele denominar ROE y se refiere a la rentabilidad de los capitales propios. Es un indicador del rendimiento que se saca al dinero que tenemos invertido en la empresa. Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{ROE} = (\text{BENEFICIO NETO} / \text{CAPITALES PROPIOS}) \times 100$$

Si queremos conocer la rentabilidad de lo que aportamos a la empresa se puede utilizar el beneficio neto después de intereses e impuestos.

8.- VALORACIÓN DEL RIESGO

Se hace necesario definir los riesgos que lleva aparejado nuestro proyecto de creación de empresa o negocio, y valorar las consecuencias que pueden tener.

Se diferenciarán por un lado las circunstancias internas al negocio como pueden ser las relativas al producto o servicio, personal, obtención de fondos..., y por otro lado las contingencias externas que puedan afectarnos, como la variación en la tendencia del ciclo económico, cambios tecnológicos, evolución de la demanda, reacción de los competidores...

Puede ser importante elaborar un *análisis de sensibilidad*, que consiste en ver como afecta a los resultados, rentabilidades y ratios, la modificación en algunas variables relevantes, fundamentalmente las ventas, los costes y la financiación.

En este apartado se pueden calcular algunos ratios para comprobar la solidez de nuestro proyecto. Los ratios son relaciones entre las distintas magnitudes financieras que se obtienen fundamentalmente de la cuenta de resultados y del balance. A continuación se exponen algunos que puedan ofrecer alguna información útil, aunque en su interpretación haya que tener prudencia. Los ratios pueden valorarse de dos formas, bien comparándolos con algún índice modelo o con la media del sector, o bien comparando su evolución en el tiempo.

EQUILIBRIO FINANCIERO A CORTO PLAZO:

LIQUIDEZ GENERAL O DISTANCIA A LA SUSPENSIÓN DE PAGOS:

$$= \text{ACTIVO CIRCULANTE} / \text{DEUDAS CORTO PLAZO}$$

Indica los fondos con los que contamos a corto plazo para hacer frente a las deudas a corto plazo. Es una forma de calcular el fondo de maniobra en términos de relación entre las dos magnitudes, y que antes ya hemos obtenido en unidades monetarias. Aunque dependerá mucho del sector y de otras circunstancias de la empresa, se puede

considerar que el valor óptimo estaría entre 1,5 y 2. En éste último caso significaría que por cada unidad monetaria que debemos a corto plazo tenemos dos unidades.

LIQUIDEZ REDUCIDA O PRUEBA ÁCIDA:

=ACTIVO CIRCULANTE-EXISTENCIAS / DEUDAS CORTO PLAZO

Es una variante del anterior en el que se restan las existencias cuando su liquidez es baja. Lo ideal puede ser en torno a 1. Aunque depende de las características del sector, con un valor muy por debajo de 1, podría estar técnicamente cercano a la suspensión de pagos.

LIQUIDEZ INMEDIATA O INDICE DE DISPONIBILIDAD:

=TESORERÍA / DEUDAS CORTO PLAZO

Compara el dinero líquido que la empresa tiene en caja y bancos con las deudas totales a corto plazo. Puede oscilar mucho a lo largo del año y por lo tanto no ser muy significativo. Sin embargo puede ayudar a interpretar los anteriores.

EQUILIBRIO FINANCIERO A LARGO PLAZO:

■ ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA:

AUTONOMÍA FINANCIERA:

=(FONDOS PROPIOS / ACTIVO TOTAL NETO) x 100

Se multiplica por cien para convertirlo en tanto por ciento. Permite analizar el mayor o menor nivel de endeudamiento de la empresa, su capacidad para endeudarse más y el riesgo de insolvencia. Si está en torno al 30% sólo se justifica si es una empresa en expansión (por ejemplo en proceso de creación). Si es menor del 30% la estructura financiera es frágil con una capacidad de endeudamiento adicional casi nula.

■ NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

COMPOSICIÓN DE LOS CAPITALS PERMANENTES:

=(DEUDAS LARGO PLAZO / CAPITALS PERMANENTES) x 100

Da idea de la dependencia financiera de la empresa. Para una estructura estable podría ser conveniente que no sobrepase el 50%.

■ SOLVENCIA A LARGO PLAZO

SOLVENCIA O DISTANCIA A LA QUIEBRA:

=ACTIVO TOTAL / DEUDAS TOTALES

Expresa la capacidad de la empresa para hacer frente a las deudas si utilizase todos los bienes que posee. Cuanto mayor sea, mayor garantía se ofrece a los acreedores para cobrar sus deudas. Debería ser por lo menos 1, aunque lo recomendable podría ser que fuera mayor de 1,5.

LOS RECURSOS FINANCIEROS

Uno de los puntos a estudiar en el plan de empresa es el plan de financiación. En la gran mayoría de las ocasiones la obtención de fondos es el principal problema con el que se encuentra el promotor/a del proyecto empresarial. Es importante conocer las fuentes de financiación disponibles para seleccionar las mejores opciones en cada momento.

La estructura financiera de una empresa dependerá de varios factores tales como la capacidad de generación de fondos y de beneficios del negocio, el periodo de recuperación de la inversión, la rentabilidad del negocio, la certidumbre en la obtención de los ingresos, el tipo de interés del momento, la capacidad de endeudamiento, si está en un momento de expansión o no...

Las fuentes de financiación pueden venir por tres vías: la financiación por recursos propios, por endeudamiento y por ayudas y subvenciones. Cuando se accede a las ayudas oficiales hay que tener en cuenta el momento en el que efectivamente llegarán (normalmente se reciben después de justificar la realización de la inversión que subvencionan, y en ocasiones después de haberla pagado), y también prever cómo se van a sustituir esos fondos si llegan más tarde o en menor cuantía de la esperada. Una opción puede ser realizar el plan de viabilidad sin tener en cuenta la subvención.

FUENTES DE FINANCIACIÓN:

Financiación por recursos propios:

- ✓ Aportación propia
- ✓ Búsqueda de otros socios
- ✓ Sociedades de capital riesgo

Financiación por deuda:

- ✓ La banca comercial
- ✓ La banca pública
- ✓ Leasing, factoring ...

Financiación por subvenciones y ayudas

Financiación por recursos propios

Aportación propia

El emprendedor debe plantearse en primer lugar la disponibilidad de fondos propios que tiene a la hora de enfrentarse a un proyecto empresarial. Son distintos los factores que pueden hacer aconsejable una mayor o menor proporción de fondos propios respecto a los ajenos. En cualquier caso un determi-

nado porcentaje de recursos no exigibles es necesario como seguridad para casos de desajustes temporales entre cobros y pagos.

La financiación restante necesaria para cubrir la inversión inicial puede buscarse en fuentes ajenas.

Búsqueda de otros socios

Cuando no se dispone de fondos propios suficientes para emprender la aventura empresarial, y la capacidad de endeudamiento no permite cubrir las necesidades financieras, se puede pensar en la opción de

buscar otros socios que puedan interesarse por el proyecto. En estos casos no cabe solo la posibilidad de socios capitalistas sino también de socios trabajadores.

Hay que pensar que los profesionales cualificados no siempre están al alcance de las PYMES, debido a los altos sueldos que cobran. Una de las soluciones a este problema es atraerlos a cambio de una participación en la empresa. Otro problema que se

plantea en las PYMES, y que puede solucionarse de esta misma manera, es la posibilidad de que alguien del personal pueda sentir la tentación de abandonar la empresa, creando otra con la misma actividad y hacernos la competencia.

Capital riesgo

El Capital Riesgo se puede definir como la inversión en acciones o participaciones, con carácter temporal y generalmente minoritaria, para apoyar a la empresa en su inicio, o en cualquier otro momento de crecimiento a lo largo de su vida económica.

Supone la aportación de recursos financieros y en algunos casos de directivos a pequeñas y medianas empresas, generalmente con un enfoque innovador y con un alto potencial de valor añadido. El objetivo de la compañía de capital riesgo es la obtención de plusvalías en el momento de la desinversión provenientes del aumento de valor de la empresa.

La empresa participada obtiene una importante aportación financiera que ayudará a llevar a cabo el proyecto de inversión.

Las fórmulas de desinversión posibles son varias, algunas de ellas pueden ser:

- Recompra de la participación por parte del accionista mayoritario.
- Compra de la participación por un tercero, admitido como tal de mutuo acuerdo por las partes.

Además de algunas sociedades de capital privado, existen algunas iniciativas del sector público. Dentro de éstas últimas en Castilla y León opera SODICAL.

SODICAL participa en proyectos de cierto tamaño, y las aportaciones de recursos pueden venir por estas vías:

- Participación de carácter minoritario y temporal.
- Préstamos a medio y largo plazo en condiciones de mercado a las empresas participadas
- Préstamos Participativos, en los que el tipo de interés se compone por una parte fija y otra variable en función de los beneficios de la empresa u otros parámetros.

Financiación por deuda

La Banca Pública

La Administración, a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO), pone a disposición de las PYMES una serie de medidas de apoyo financiero:

INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

El Instituto de Crédito Oficial es una entidad

pública empresarial, adscrita al Ministerio de Economía a través de la Secretaría de Estado de Economía, que tiene naturaleza jurídica de entidad de crédito, y consideración de Agencia Financiera del Estado.

El ICO dispone de varias líneas de ayuda, algunas de ellas dirigidas específicamente a

PYMES, en forma de líneas de financiación. Se tramitan a través de alguna de las entidades financieras con las que el ICO

mantiene acuerdos. Algunas de estas líneas se detallan más adelante.

Sociedades de Garantía Recíproca

Tienen por objeto principal prestar garantías por aval o por cualquier otro medio admitido en Derecho, a favor de sus socios para las operaciones que estos realicen dentro del giro o tráfico de las empresas de que sean titulares.

En realidad, las sociedades de garantía recíproca no suponen fuente de financiación, pero pueden facilitar al emprendedor la obtención de fondos de las entidades financieras al prestar garantías por aval.

Las SGR suelen tener participación tanto de capital privado como público. Este último lo han asumido las Comunidades Autónomas.

En Castilla y León opera IBERAVAL, respaldada por entidades públicas y privadas de la región, trata de servir de apoyo al desarrollo empresarial facilitando el acceso de financiación a la pyme.

IBERAVAL presta avales destinados a garantizar diferentes operaciones de financiación de la empresa.

También ofrece algunos préstamos subvencionados que se comentan más adelante, en el apartado de subvenciones y ayudas.

El leasing o arrendamiento financiero

Permite financiar la adquisición de un bien al 100% de su precio. No exige hacer ningún desembolso inicial.

El leasing, también conocido como arrendamiento financiero, es un instrumento financiero, destinado a empresas, que facilita el acceso a bienes de inversión mobiliarios e inmobiliarios. Mediante un contrato de leasing, se dispone del bien objeto del contrato en régimen de alquiler, pagando una cuota mensual, y existiendo a la finalización del contrato una opción de compra a cambio de un valor residual prefijado de antemano.

Un requisito para acceder al leasing es que los bienes objeto del contrato estén afectos a fines empresariales o profesionales.

Hay diferentes modalidades de leasing, pero el más habitual en España es el financiero en el que la entidad de leasing se compromete a la entrega del bien, pero no a su mantenimiento y reparación.

El renting

Es un contrato mercantil bilateral por el que una de las partes, la sociedad de renting, se obliga a ceder a otra, el arrendatario, el uso de un bien por un tiempo determinado, a cambio del pago de una renta periódica.

El pago de la renta incluye el derecho al uso del equipo, el mantenimiento del mismo y un seguro que cubre los posibles siniestros del equipo. La empresa de renting abre un espacio entre fabricante/proveedor y el cliente final gracias a los descuentos y economías de escala que logra con su intermediación.

Las ventajas que experimenta el cliente son de varios tipos:

Económicas:

- Posibilidad de disfrutar del bien sin realizar un desembolso ni una inversión. No inmoviliza recursos de la empresa en bienes que necesitan continua renovación.

- Permite una mejor adaptación a la evolución tecnológica de los equipos existentes en el mercado, o a la evolución de la propia empresa.

Contables:

- Los bienes en renting no se incorporan al inmovilizado de la empresa, aligerando el balance de la sociedad.
- Una operación de renting tiene una administración muy sencilla.
- Disminuye el número de documentos (sólo una factura) y de proveedores.

Fiscales:

- El alquiler es 100% gasto fiscalmente deducible.
- Evita cualquier controversia acerca de la amortización del equipo ya que no es propiedad del arrendatario.
- No existe opción de compra a favor del arrendatario al término del contrato de arrendamiento.

Financiación por subvenciones y ayudas

Por parte de las distintas administraciones públicas se ofrecen ayudas para la inversión de empresas, tanto para su creación como para su ampliación o modernización, y también para la creación de puestos de trabajo, en su modalidad de autoempleo o por cuenta ajena. A continuación se enumeran algunas de estas ayudas y una breve descripción de ellas. Seguramente no estarán todas las ayudas ya que pueden salir líneas nuevas continuamente. Todas suelen tener plazos de solicitud que aunque estén vencidos cuando interesen a nuestro proyecto, pueden volver a convocarse en términos similares en el ejercicio siguiente. El listado que se presenta a continuación es meramente orientativo y si alguna de ellas pudiera interesarnos será necesario requerir más información para ver si nos interesa pedirla y si cumplimos los requisitos para ello.

Hay que tener en cuenta que en la mayoría de las subvenciones es necesario presentar la solicitud con anterioridad a la realización del hecho subvencionable, y por regla general son incompatibles entre sí las que se destinan a un mismo objeto.

Junta de Castilla y León

Consejería de Economía y Empleo

A.- SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO

IMPULSO DE LOS PROYECTOS Y EMPRESAS CALIFICADOS COMO I + E:

Calificación como I + E:

¿QUÉ ES UN PROYECTO DE I+E? Es un proyecto empresarial de uno o varios emprendedores/as que, apoyado por una corporación local o Comunidad Autónoma, contribuye a la generación de EMPLEO estable.

¿QUÉ REQUISITOS DEBE CUMPLIR EL PROYECTO?:

- a) Que una corporación local o Comunidad Autónoma preste su apoyo al proyecto empresarial.
- b) Que contemple la contratación de trabajadores o la incorporación de socios al proyecto de cooperativas o sociedades laborales.
- c) Que la plantilla prevista, al constituirse la empresa, no supere los 25 trabajadores.
- d) Que se trate de empresa de nueva creación, y no haya iniciado la actividad..
- e) Que la producción de bienes y servicios esté relacionada con actividades económicas emergentes, como los nuevos yacimientos de empleo, o que, dentro de una actividad tradicional en la zona, cubra necesidades no satisfechas en la estructura existente.
- f) Que reúna condiciones de viabilidad técnica, económica y financiera.

¿CÓMO Y DÓNDE SOLICITAR LA CALIFICACIÓN?

La calificación deben presentarla los promotores del proyecto. Dicha solicitud se presentará en modelo normalizado dirigida a la Dirección General de Empleo y Formación, en los términos y forma previstos en la orden reguladora. En Segovia puede presentarse en el Registro del Servicio Público de Empleo.

Subvenciones para I + E:

Los proyectos empresariales calificados como I+E podrán solicitar las siguientes subvenciones:

- I. Subvención financiera. Préstamo subvencionado.
- II. Subvención de apoyo a la función gerencial.
- III. Subvención por asistencia técnica para la contratación de expertos técnicos de alta cualificación.
- IV. Subvención por contratación indefinida.
- V. Subvención para cooperativas y sociedades laborales, por la incorporación de socios trabajadores o de trabajo.

FOMENTO DE EMPLEO

Dentro de los planes de empleo que se convocan anualmente, se ofrecen distintos programas de ayuda que subvencionan la creación de empleo estable, bien por cuenta propia, llamado autoempleo, o bien por cuenta ajena. Estas son algunas de las líneas que suelen ofrecerse:

- Fomento de la contratación indefinida por cuenta ajena.
- Fomento de la transformación de contratos temporales en indefinidos.
- Fomento del Autoempleo.
- Integración de los desempleados en empresas de Economía Social.
- Programas de fomento del autoempleo en sectores de nuevos yacimientos de empleo, de mujeres en profesiones con menor índice de empleo femenino y de la contratación del primer trabajador por parte de autónomos.

ACTIVIDADES QUE SE CONSIDERAN NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO EN CASTILLA Y LEÓN.

- *Servicios de la vida cotidiana:* "servicios a domicilio, atención a la infancia, ayuda a los jóvenes en dificultades, mediación y resolución en la solución de conflictos, nuevas tecnologías de la información y la comunicación y prevención de riesgos laborales".
- *Servicios de mejora de la calidad de vida:* "mejora de la vivienda, servicios de seguridad, transportes colectivos locales, revalorización de espacios urbanos, comercios de proximidad y gestión de la energía"
- *Servicios de ocio:* "turismo, deporte, sector audiovisual, valorización del patrimonio cultural, actividad cinegética y desarrollo cultural local".
- *Servicios medioambientales:* "gestión de residuos, gestión del agua, protección y mantenimiento de zonas naturales, control de la contaminación y gestión medioambiental".

B.- DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO:

MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO:

Ayudas destinadas a pymes del sector comercio cuya actividad esté en los epígrafes previstos en la Orden de convocatoria. Las acciones subvencionables pueden ser de dos tipos:

- 1º. Incorporación de nuevas tecnologías a la gestión comercial:
 - a. Adquisición, instalación y montaje de equipos informáticos(excepto portátiles)
 - b. Aplicaciones informáticas destinadas a la gestión y distribución en la actividad comercial y al comercio electrónico.
 - c. Adquisición, instalación y montaje de maquinaria de uso comercial
- 2º. Inversiones para la modernización del establecimiento comercial. Obras e instalaciones para reformas, mobiliario, rotulación y soportes exteriores, sistemas de seguridad destinados a protección de las mercaderías comercializables.

Ade (Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León)

I PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD:

Incentivos para las inversiones de empresas. Dirigido a PYMES que realicen proyectos de inversión en Castilla y León, y cuya actividad se encuentre entre las reguladas en la Orden de convocatoria. La cuantía de la inversión estará comprendida entre 94.001 € y 600.000 €. para el sector comercio, y entre 200.000 € y 600.000 € para el resto de sectores.

Incentivos regionales a la inversión. Dirigido a empresas que realicen proyectos de inversión en Castilla y León por importe superior a 600.000 € y cuya actividad se encuentre entre las promocionables. Esta línea está regulada por el R.D. 1335/2001, que modifica parcialmente el R.D. 570/1988.

Incentivos a artesanos y talleres artesanos. Dirigido a artesanos y talleres artesanos, inscritos en el Registro Artesano de la Junta de Castilla y León, que sean pequeña empresa. Las acciones subvencionables podrán ser: creación de talleres artesanos o ampliación de los existentes, acciones de promoción y acciones de perfeccionamiento profesional.

Excelencia empresarial. Dirigida a PYMES que desarrollen en los centros de trabajo de Castilla y León alguna de las siguientes acciones subvencionables:

- obtención del reconocimiento de empresas, a través de la implantación de sistemas de gestión, y/o productos, por organismos competentes.
- facilitar el desarrollo e implantación de mejoras, de acuerdo al modelo EFQM de Excelencia.

II PROGRAMA DE DESARROLLO TECNOLÓGICO:

Apoyo a la realización de proyectos de investigación industrial y desarrollo precompetitivo en empresas. Esta línea incentiva la realización de proyectos de investigación industrial y/o proyectos de desarrollo precompetitivo, con la finalidad de favorecer la innovación tecnológica en Castilla y León, para las empresas y áreas tecnológicas determinadas en la orden reguladora.

Apoyo a la adaptación profesional de los trabajadores en materia de tecnología, ciencia, investigación e innovación. Esta línea tiene por objeto incentivar el desarrollo de cursos o acciones formativas relacionadas con alguna de las áreas tecnológicas que se citan en la orden reguladora, con la finalidad de proporcionar a los trabajadores ocupados los conocimientos y prácticas adecuados a los requerimientos que en cada momento precisen las empresas en materia de tecnología, ciencia, investigación e innovación.

III PROGRAMA DE CREACIÓN DE EMPRESAS:

Incentivos para emprendedores. Esta línea está dirigida a subvencionar la creación de nuevas empresas. Los beneficiarios son pymes, que a la fecha de presentación de la solici-

tud no hayan iniciado su actividad empresarial y vayan a realizar proyectos de inversión empresarial en Castilla y León. Serán subvencionables los proyectos de inversión cuya cuantía esté entre 18.000 euros y 600.000 euros, y deberán pertenecer a cualquiera de los sectores detallados en la orden reguladora.

IV PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN:

Planes de promoción exterior. Programa de ayuda para la realización de estudios de mercado y/o viabilidad comercial y de planes de promoción exterior. Los beneficiarios son pymes con su domicilio social en Castilla y León, o que siendo productoras de bienes tengan alguno de sus centros productivos en Castilla y León. Algunas acciones subvencionables pueden ser: estudios de mercado y/o viabilidad comercial, participación en ferias, muestras o exposiciones, material de promoción, viajes de prospección, misiones en el extranjero, demostraciones, jornadas técnicas y seminarios...

Iberaval

Iberaval ofrece distintas líneas de préstamos subvencionados, dirigidos a pymes con domicilio social o establecimiento de trabajo ubicado en Castilla y León. La inversión debe ser en inmovilizado nuevo (de primer uso), y la empresa estar inscrita en alguna de las actividades requeridas. El importe máximo financiable será del 75% del proyecto de inversión total (incluido IVA). Los plazos de amortización son entre 3 y 10 años, con posibilidad de carencia entre 6 meses o un año.

LÍNEA	DESTINO	INVERSIÓN	TIPO DE INTERÉS
Fonade.plus Mujeres empresarias	Pymes formadas mayoritariamente por mujeres.	La cuantía del préstamo está entre un mínimo de 3.000 €. y un máximo de 30.000 €.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Primer año: 0% ■ Años sucesivos: dependerá de la variación experimentada por el EURIBOR hipotecario respecto al del primer año: <ul style="list-style-type: none"> • Igual o inferior: 0% • Superior: como máximo la variación experimentada
Fonade.plus Jóvenes emprendedores	Pymes formadas mayoritariamente por jóvenes de 35 o menos años de edad.	La cuantía del préstamo está entre un mínimo de 6.000 €. y un máximo de 200.000 €.	Tipo variable referenciado al EURIBOR hipotecario a 12 meses menos 1 punto, con revisiones anuales.
Fonade	Pymes de los sectores turismo, industria y servicios, y comercio.	La cuantía del préstamo está entre un mínimo de 6.000 €. y un máximo de 200.000 €.	Tipo variable referenciado al EURIBOR hipotecario a 12 meses, con revisiones anuales.
Fonade.plus Para inversiones localizadas en territorios declarados como menos desarrollados.	Pymes que realicen inversiones que se localicen en los términos municipales que están considerados como menos desarrollados.	La cuantía del préstamo está entre un mínimo de 6.000 €. y un máximo de 200.000 €.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Primer año: 0% ■ Años sucesivos: dependerá de la variación experimentada por el EURIBOR hipotecario respecto al del primer año: <ul style="list-style-type: none"> • Igual o inferior: 0% • Superior: como máximo la variación experimentada

Fuente: Iberaval

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

A.- INSTITUTO DE LA MUJER. www.mtas.es/mujer

EMPRENDER EN FEMENINO

Anualmente y mediante convocatoria pública en el B.O.E., se conceden ayudas por un importe máximo de 6.010,12 euros cada una, dirigidas a fomentar la inserción laboral femenina por cuenta propia, para aquellas mujeres que se hayan constituido como trabajadoras autónomas o que hayan creado su propia empresa. Habitualmente se convoca a mediados de año, y suele subvencionar los gastos generales de los primeros meses de funcionamiento. Para información de cada convocatoria dirigirse al teléfono gratuito del Instituto de la Mujer: 900 19 10 10.

B.- INEM. INSTITUTO DE EMPLEO (Servicio Público de Empleo Estatal).

www.inem.es

PRESTACIÓN POR DESEMPLEO EN SU MODALIDAD DE PAGO ÚNICO

¿Qué es?

Consiste en recibir en un solo pago el valor actualizado de la prestación por desempleo, con los requisitos y en las cuantías que correspondan.

Beneficiarios:

Titulares de la prestación por desempleo de nivel contributivo cuando pretendan:

1. incorporarse, de forma estable, como socios trabajadores o de trabajo en cooperativas o en sociedades laborales, siempre que no hayan mantenido un vínculo contractual previo con dichas sociedades superior a los doce meses, o constituirlos.
2. constituirse como trabajadores autónomos y se trate de personas con minusvalía igual o superior al 33 por ciento.
3. constituirse como trabajadores autónomos y no se trate de personas con minusvalía igual o superior al 33%.

Los requisitos que se piden y las cuantías son diferentes para cada uno de los grupos establecidos anteriormente.

Solicitud:

Se presentará, conjuntamente con la solicitud de prestaciones o posteriormente en la Oficina de Empleo, siempre que tenga pendiente de percibir, al menos, tres mensualidades.

Ministerio de Economía www.mineco.es

(ICO) Instituto de Crédito Oficial www.ico.es

El ICO dispone de diversas Líneas de Financiación, algunas de ellas están especialmente diseñadas para pequeñas y medianas empresas, y para emprendedores. En el siguiente cuadro se resumen algunas de ellas:

LÍNEA	OBJETIVO	DESTINO	INVERSIÓN	TIPO INTERÉS
LÍNEA PYME	Financiar en condiciones preferentes las inversiones en activos fijos productivos llevadas a cabo por Pymes	Pymes de cualquier sector económico que realicen inversiones en España	Se financia hasta el 70% del proyecto de inversión neto	<ul style="list-style-type: none"> • Fijo+0,40 • Variable: EURIBOR a 6 meses +0,40
LÍNEA DE MICROCRÉDITOS	Financiar la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas por parte de personas que carezcan de garantías bancarias o aval	Todas aquellas personas que por carecer de garantías no tengan acceso a otro tipo de financiación	Se financia hasta el 95% de la inversión a realizar, con un límite de 25.000 euros	FIJO: 5,5% TAE

Fuente: Instituto de Crédito Oficial

FORMAS JURÍDICAS DE CONSTITUCIÓN

A continuación se definen las formas jurídicas más habituales de constituirse para desarrollar una empresa, ofreciendo algunos datos de interés para cada una de ellas, y los trámites necesarios para su constitución.

LA EMPRESA INDIVIDUAL

¿QUÉ ES UNA EMPRESA INDIVIDUAL? :

Persona física que ejercita habitualmente y en nombre propio, por sí o por medio de representantes, una actividad constitutiva de empresa (comercial, industrial o profesional). Para ello tiene que cumplir unos requisitos que le exige la ley y que son:

- Mayoría de edad.
- Libre disposición de sus bienes.

TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN:

Para constituirse como empresa no es necesario realizar ningún trámite específico. Según el código de comercio la inscripción en el Registro Mercantil no es obligatoria salvo para el naviero.

RESPONSABILIDAD:

Ilimitada. A efectos de la responsabilidad no hay separación entre el patrimonio personal y el de la empresa. Se responde con todos los bienes presentes y futuros.

LAS SOCIEDADES

¿QUÉ ES UNA SOCIEDAD?

Contrato por el cual dos o más personas se obligan, de forma voluntaria, a poner en fondo común bienes, industrias y/o trabajo, generalmente con fines lucrativos, siempre y cuando se hayan constituido con arreglo a las disposiciones mercantiles que les sean de aplicación.

Excepcionalmente, el Ordenamiento Jurídico vigente posibilita la existencia de sociedades anónimas y sociedades limitadas de carácter unipersonal.

Tipos de sociedades más habituales

A continuación se enumeran algunas de las sociedades más habituales para desarrollar una actividad empresarial, clasificadas en dos grandes grupos, por un lado las que deben ser inscritas en el Registro Mercantil, y por otro las cooperativas. Destacamos que las sociedades laborales, incluidas en el primer grupo, se las considera dentro de la economía social, al igual que las cooperativas, y las sociedades agrarias de transformación. Las entidades de la economía social se diferencian de las puramente capitalistas en que su objetivo no es única y quizás principalmente el beneficio de los inversores, sino que tienen otros beneficios de interés social, principalmente la creación y mantenimiento de empleo.

Tipos de sociedades mercantiles	
<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad Anónima (S.A.) • Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L. ó S.R.L.) • Sociedad Limitada Nueva Empresa (S.L.N.E) • Sociedad Colectiva (S.C. ó S.R.C.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad Comanditaria Simple (S. en C. ó S.Com.) • Sociedad Comanditaria por Acciones (S. Com. p. A.) • Sociedad Anónima Laboral (S.A.L.) • Sociedad Limitada Laboral (S.L.L.)

SOCIEDADES COOPERATIVAS (S. Coop.)

(Según Ley 4/2002, de 11 de abril, de Cooperativas de la Comunidad de Castilla y León)

De primer grado:

A) Cooperativas de trabajadores:

- ✓ de trabajo
- ✓ de enseñanza
- ✓ de explotación comunitaria de la tierra y/o del ganado

B) Cooperativas de servicios a los socios:

- ✓ agrarias
- ✓ de transportistas
- ✓ de industriales o de profesionales

C) Cooperativas de consumo

- ✓ de viviendas
- ✓ de crédito y seguros
- ✓ de consumidores y usuarios

De segundo grado: constituidas por dos o más cooperativas de la misma o distinta clase.

Breve descripción de algunas de las más habituales:

Sociedad Anónima (S.A.)

<p>Responsabilidad: Limitada.</p> <p>Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dividido en acciones: pueden ser nominativas o al portador. • Mínimo: 60.101,21 euros. Suscrito totalmente y desembolsado, al menos en un 25% del valor nominal de cada acción. • Número mínimo de socios: 1 	<p>Trámites para la adquisición de la personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública. • Inscripción en el Registro Mercantil. • Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias al tipo del 1%. • Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).
--	--

Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

<p>Responsabilidad: Limitada</p> <p>Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, que no tendrán el carácter de títulos valores, no podrán estar representadas por medio de títulos o de anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones. • Mínimo: 3.005,06 euros. Totalmente suscrito y desembolsado. • Número mínimo de socios: 1 	<p>Trámites para la adquisición de la personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública. • Inscripción en el Registro Mercantil. • Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias al tipo del 1%. • Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).
--	--

<p>SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA (S.L.N.E.) www.circe.es</p> <p>Es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada con una serie de características que tratan de favorecer la creación de empresas ofreciendo mayor información, rapidez de constitución, ventajas fiscales y simplificación en la gestión (Órganos sociales, llevanza de libros y contabilidad).</p>	
<p>Responsabilidad: Limitada</p> <p>Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables que no tendrán el carácter de títulos valores, no podrán estar representadas por medio de títulos o de anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones: • Mínimo: 3.000,12 euros. Máximo: 120.202 euros. Totalmente suscrito y desembolsado mediante aportaciones dinerarias. • Los socios han de ser personas físicas. • Número mínimo de socios: 1 • Número máximo de socios: 5 	<p>Trámites para la adquisición de la personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Telemática. - Presencial. • Escritura Pública. • Inscripción en el Registro Mercantil. • Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias al tipo del 1%. Aplazamiento durante un año. • Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).

<p>Sociedad Anónima Laboral (S.A.L.) Sociedad Limitada Laboral (S.L.L.)</p>	
<p>Responsabilidad: Limitada</p> <p>Capital:</p> <p><u>S.A.L.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dividido en acciones nominativas. • Mínimo: 60.101,21 euros. • Suscrito totalmente y desembolsado en el plazo que señalen los Estatutos Sociales. <p><u>S.L.L.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dividido en participaciones sociales. • Mínimo: 3.005,06 euros. • Totalmente suscrito y desembolsado. <p><u>Condiciones generales para ambas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Las acciones o participaciones pueden ser de clase laboral o de clase general. • Límite por socio: 1/3 del capital social. • La suma de las acciones o participaciones pertenecientes a los socios trabajadores deberá suponer, al menos, el 51% del capital social. • Obligación de constituir un Fondo Especial de Reserva (10% del beneficio líquido de cada ejercicio). • Número mínimo de socios: 3 	<p>Trámites para la adquisición de la personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública. • Inscripción en: <ul style="list-style-type: none"> - Registro Mercantil. - Registro administrativo de Sociedades Laborales. • Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias: exentas, si cumplen ciertos requisitos. • Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).

Sociedad Colectiva (S.C. ó S.R.C.)	
<p>Responsabilidad: Ilimitada, personal y solidaria.</p> <p>Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dividido en acciones: pueden ser nominativas o al portador. • Mínimo: 60.101,21 euros. • Suscrito totalmente y desembolsado, al menos en un 25% del valor nominal de cada acción. • Número mínimo de socios: 2 	<p>Trámites para la adquisición de la personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública. • Inscripción en el Registro Mercantil. • Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias al tipo del 1%. • Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).

Sociedad Comanditaria:	
<ul style="list-style-type: none"> • En comandita (S. en C.) • Por acciones (S.Com. p A.) 	
<p>Responsabilidad: Ilimitada (personal y solidaria para los socios) Limitada (a la cuota de participación para los socios comanditarios)</p> <p>Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compuesto por las aportaciones de los socios colectivos y comanditarios. • Para Sociedades Comanditarias por Acciones, se exige un capital mínimo de 60.101,21 euros, totalmente suscrito y desembolsado en un 25%. • Número mínimo de socios: 2 	<p>Trámites para la adquisición de la personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública. • Inscripción en el Registro Mercantil. • Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias al tipo del 1%. • Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).

Cooperativa de Trabajo Asociado (S. Coop.)	
<p>Responsabilidad: Limitada (salvo disposición contraria de los estatutos)</p> <p>Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo: 2.000 euros, desembolsado en el momento de la constitución. • Dividido en aportaciones nominativas de los socios (y, en su caso de los socios colaboradores). • Límite por socio: 1/3 del capital social. • La suma de las aportaciones de los socios colaboradores no podrá ser superior al 45% de las aportaciones de la totalidad de los socios. • Número mínimo de socios: 3. 	<p>Trámites para la adquisición de la personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calificación previa voluntaria de los estatutos. • Escritura Pública. • Inscripción en el Registro Administrativo de Cooperativas. • Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias al tipo del 1%, salvo las cooperativas fiscalmente protegidas, que se hallan exentas. • Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).

Otras formas de sociedades

Comunidad de Bienes (C.B.). Hay comunidad cuando la propiedad de una cosa o de un derecho pertenece pro indiviso a varias personas.

Responsabilidad: Ilimitada (personal y solidaria)

Capital:

- Capital compuesto por las aportaciones de los socios. No hay capital mínimo.
- Número mínimo de socios: 2.

Trámites para la constitución:

- Carece de personalidad jurídica.
- Sin obligaciones registrales.
- Escritura pública obligatoria en el caso de aportar a la sociedad bienes inmuebles o derechos reales.
- Liquidación del impuesto sobre operaciones societarias al tipo del 1%.
- Mod. 036 (Declaración censal y obtención del CIF).

LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

TRÁMITES

RELATIVOS A LA CONSTITUCIÓN O ADOPCIÓN DE PERSONALIDAD JURÍDICA

Persona Física:

Empresario individual: • D.N.I.(no se requiere ningún trámite específico).

Comunidad de Bienes

- D.N.I. de los promotores.
- Contrato privado o público de constitución. Escritura pública obligatoria en el caso de que se hayan aportado a la sociedad bienes inmuebles o derechos reales.
- Solicitud del C.I.F. de la comunidad ante Hacienda.
- Liquidación del Impuesto de Operaciones Societarias al tipo del 1% sobre las aportaciones de los comuneros, ante el Servicio Territorial de Hacienda de la Junta de Castilla y León. Impreso modelo 600.

Persona Jurídica:

Certificación negativa del nombre. Certificación acreditativa de que el nombre elegido por la sociedad o cooperativa no coincide con el de otra existente.

- Lugar:**
- **Sociedades mercantiles:** Registro Mercantil Central.
 - **Cooperativa:** Sección correspondiente del Registro de Cooperativas, provincial o central, en función del ámbito de actuación de la cooperativa, provincial o regional.

Documentación a aportar: • Instancia con los nombres elegidos (máximo de tres).

Validez: • Sociedades mercantiles: 2 meses desde la fecha de expedición.

Calificación para Sociedades Laborales y Cooperativas: Calificación del proyecto de estatutos mediante el cual se confirma que se ajustan a la normativa vigente. No es obligatorio pero es aconsejable solicitarla previa a la certificación notarial.

Lugar: • Registro correspondiente de Sociedades Laborales o Cooperativas.

Otorgamiento de escritura pública: Acto por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de constitución de la sociedad, según establecen los estatutos.

Lugar: • Notario.

Documentación a aportar: • Certificación negativa del nombre.
Estatutos.
• Certificado bancario que acredite el desembolso del capital social.

Validez: • Inmediata.

Código de identificación fiscal (C.I.F.): Identificación a efectos fiscales. Se puede obtener el C.I.F. provisional.

Lugar: • Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la sociedad.

Documentación a aportar: Impreso modelo 036.
Copia de la escritura de constitución
Fotocopia del D.N.I. del solicitante si es un socio o fotocopia del poder notarial si es un apoderado.

Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados: Impuesto, gestionado por la Junta de Castilla y León, con legislación estatal, que grava entre otros hechos, las operaciones societarias de constitución, aumento y disminución de capital, fusión, escisión y disolución de sociedades. (En la constitución la cuota a pagar es el 1% sobre el capital social).

A efectos de este impuesto se equiparan a sociedades las personas jurídicas no societarias que persigan fines lucrativos, las comunidades de bienes que realicen actividades empresariales y los contratos de cuentas en participación.

Lugar: Servicio Territorial de Hacienda de la Junta de Castilla y León.

Documentación a aportar: Impreso modelo 600.
Primera copia y copia simple de la escritura de constitución.

Registros: Publicidad de la situación jurídica mercantil a través de la cual la sociedad adquiere su personalidad jurídica.

Lugar:

- Sociedades mercantiles: Registro Mercantil.
- Sociedades Laborales: Previo al Registro Mercantil, hay que efectuar la inscripción en el Registro Administrativo de Sociedades Laborales.
- Cooperativas: Registro de Cooperativas correspondiente, en función del ámbito de actuación de la cooperativa. Si es de ámbito provincial en la Sección provincial del Registro de Cooperativas, ubicado en la Oficina Territorial de Trabajo de la Junta de C. y L.

TRÁMITES

RELATIVOS A LA PUESTA EN MARCHA

TRÁMITES EN HACIENDA

Alta en el Impuesto de Actividades Económicas.: (Impreso mod. 840). Tributo directo cuyo hecho imponible está constituido por el mero ejercicio en territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en local determinado y se hallen o no especificadas en las tarifas del impuesto. Se formula separadamente para cada actividad. El periodo impositivo coincide con el año natural, excepto cuando se trate de declaraciones de alta, en cuyo caso abarcará desde la fecha de comienzo de la actividad hasta el final del año natural. En este caso la cuota se calculará proporcionalmente al número de trimestres naturales que restan para finalizar el año, incluido el del comienzo del ejercicio de la actividad.

Lugar: En la Administración o Delegación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

Este impuesto tuvo una modificación importante en la Ley 51/2002, de 27 de diciembre que es de reforma de la ley 39/1988 de 28 de diciembre Reguladora de las Haciendas Locales, encaminadas básicamente a **eximir del pago de dicho tributo a la mayor parte de los pequeños y medianos negocios**. De esta manera están exentos, entre otros:

1. Las personas físicas.
2. Las empresas que tributan por el impuesto de sociedades, las sociedades civiles, ...que tengan un importe neto de la cifra de negocios inferior a un millón de euros.
3. Las empresas que inicien el ejercicio de su actividad en territorio español, durante los dos primeros periodos impositivos de este impuesto en que se desarrolle la actividad.

Las empresas exentas de este impuesto no están obligadas a realizar la declaración del modelo 840. En su lugar harán constar la actividad en el modelo 036 de declaración censal que se comenta a continuación.

Declaración Censal: (Impreso mod. 036). Declaración ante Hacienda del inicio, modificación o cese de actividad, que han de presentar los empresarios, profesionales y otros obligados tributarios.

Lugar: En la Administración, o en su defecto, Delegación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria correspondiente al domicilio fiscal.

Libros en Hacienda: Los empresarios individuales y profesionales deben diligenciar en Hacienda los libros en los que reflejarán las operaciones de su empresa. Los libros son distintos en función del tipo de actividad y del régimen al que estén acogidos en el I.R.P.F.

Las sociedades deberán llevar la contabilidad ajustada al Código de Comercio, y los libros se diligencian en el Registro Mercantil correspondiente a su domicilio fiscal. Además de los libros contables deberán llevar un Libro de Actas. Otros libros específicos son:

Las sociedades anónimas deberán llevar un Libro de Acciones nominativas cuando las acciones sean de este tipo.

Las sociedades de responsabilidad limitada llevarán un Libro de Registro de Socios.

Las sociedades unipersonales llevarán un Libro de Registro de Contratos con el socio único.

Lugar: Se diligencian en la Administración de Hacienda correspondiente al domicilio fiscal.

Las sociedades cooperativas además de los libros contables llevarán los siguientes libros sociales: libro registro de socios, libro registro de aportaciones al capital social, libros de actas de la Asamblea General y de otros órganos de gobierno.

Todos los libros sociales y contables serán diligenciados y legalizados en el Registro de Cooperativas.

TRÁMITES EN EL MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Inscripción de la Empresa en la Seguridad Social: Es obligatorio para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones de carácter laboral. A la empresa se le asigna un código de cuenta de cotización.

Lugar: Dirección Provincial de la Tesorería de la Seguridad Social correspondiente al domicilio de la empresa.

Alta en el Régimen de Autónomos: Régimen especial de la Seguridad Social obligatorio para trabajadores por cuenta propia y otros detallados en cuadro al margen, y opcional para socios de cooperativas de trabajo asociado y sociedades laborales. Hay un plazo de 30 días naturales para solicitar el alta desde el inicio de la actividad.

Lugar: Dirección Provincial de la Tesorería de la Seguridad Social correspondiente al domicilio de la empresa.

Alta en el Régimen General: Régimen obligatorio para trabajadores por cuenta ajena. Tanto la afiliación como el alta en este régimen deben hacerse con anterioridad al comienzo de la relación laboral.

Lugar: Dirección Provincial de la Tesorería de la Seguridad Social correspondiente al domicilio de la empresa.

Comunicación de apertura del Centro de Trabajo: Empresas que procedan a la apertura de un nuevo centro de trabajo o reanuden la actividad después de efectuar alteraciones, ampliaciones o transformaciones de importancia. Se realizará dentro de los 30 días siguientes a la apertura.

Lugar: Dirección General de Trabajo de la Consejería de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León. En Segovia Oficina Territorial de Trabajo.

Adquisición y legalización del libro de visita: Las empresas deberán adquirir y legalizar el **Libro de visitas**, que deberán tener todas las empresas en cada centro de trabajo, aún cuando no empleen trabajadores en el mismo.

Lugar: Dirección General de Trabajo de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Junta de Castilla y León. En Segovia Oficina Territorial de Trabajo.

Obligados a la afiliación en el Régimen de Autónomos:

- Trabajadores, que, de forma habitual, personal y directa, realizan una actividad económica a título lucrativo, sin sujeción a contrato de trabajo.
- Cónyuge y familiares hasta el segundo grado inclusive por consanguinidad, afinidad y adopción que colaboren con el trabajador autónomo de forma personal, habitual y directa y no tengan la condición de asalariados.
- Comuneros o socios de comunidades de bienes y sociedades civiles irregulares.
- Quienes ejerzan funciones de dirección y gerencia que conlleva el desempeño del cargo de consejero o administrador, o presten otros servicios para una sociedad mercantil capitalista, a título lucrativo y de forma habitual, personal y directa, siempre que posean el control efectivo, directo o indirecto, de aquélla. Se entenderá, en todo caso que se produce tal circunstancia, cuando las acciones o participaciones del trabajador supongan, al menos, la mitad del capital social.
- Socios trabajadores de sociedades laborales, cuando su participación en el capital social junto con la de su cónyuge y parientes por consanguinidad, afinidad o adopción hasta el segundo grado alcance, al menos, el 50% del mismo.
- Profesionales acogidos a este régimen.
- Los socios de sociedades regulares colectivas y socios colectivos de sociedades comanditarias que reúnan los requisitos legales.

TRÁMITES EN EL AYUNTAMIENTO

Cuando vaya a desarrollarse una actividad empresarial que suponga el uso de un inmueble, así como la realización de obras de acondicionamiento del mismo, o de construcción de uno nuevo, es necesario solicitar una serie de licencias al ayuntamiento correspondiente, según el municipio que se vea afectado. En cualquier caso cuando vaya a comprarse un inmueble, es aconsejable hacer una consulta al ayuntamiento sobre la posibilidad de usar el local elegido para el negocio de que se trate.

Licencia de Actividades e Instalaciones (Apertura): Mediante esta licencia se acredita que la instalación prevista es conforme a las normas de uso previstas en los planes de urbanismo y la normativa técnica aplicable.

Algunas actividades que puedan resultar peligrosas, nocivas, insalubres o molestas deberán ajustarse a unos requisitos específicos, regulados en la Ley 5/1993, de 21 de octubre, de actividades clasificadas, de la Junta de Castilla y León. En estos casos el ayuntamiento correspondiente remitirá la solicitud a la Comisión Provincial de Actividades Clasificadas, quien dictará el informe oportuno.

Licencia de obras: Es un permiso que se necesita para la realización de cualquier tipo de obras en locales, naves, edificios, etc. dentro de un municipio. El plazo de inicio de las obras es de 6 meses desde la obtención de la licencia.

Serán objeto de control urbanístico:

- a) La primera apertura de los establecimientos mercantiles e industriales.
- b) Los cambios o adición de actividades o de titular, aunque no supongan el cambio o adición de clases de uso.
- c) La modificación o ampliación física de las condiciones de local y/o de sus instalaciones.
- d) La utilización de locales como auxilio o complemento de la actividad principal ubicada en otro local con el que no se comunique.

Cambio de titularidad o actividad:

La titularidad de un negocio, con licencia de apertura concedida, puede cambiarse mediante un comunicado, siempre que el mismo se halle en funcionamiento o lo haya estado en los seis meses anteriores a la fecha en que se pretende realizar el cambio.

TRÁMITES ESPECÍFICOS

A continuación se detallan algunos trámites necesarios para determinados actos, y otros que deberán realizar las empresas referidas a ciertas actividades.

Inscripción en el Registro de la Propiedad Inmobiliaria: Consiste en la inscripción de los actos y contratos relativos al dominio y demás derechos reales sobre bienes inmuebles. Este registro puede efectuarlo el que adquiera un inmueble, lo transmita, tenga interés en asegurarlo, o quien ostente su representación. Se inscribe en el Registro de la Propiedad Inmobiliaria.

Se puede comprobar la titularidad o la existencia de cargas del inmueble (hipoteca o anotaciones de embargo) que lo graven, solicitando una certificación de dominio y cargas, mediante instancia dirigida al Registrador de la Propiedad Inmobiliaria.

Inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial: Debemos inscribir en este registro nuestras marcas, patentes, nombres comerciales, signos distintivos, modelos industriales o rótulos del establecimiento, si queremos protegerlos del posible uso que puedan hacer otras empresas.

Inscripción en el Registro Industrial: y autorización de la puesta en marcha de la actividad industrial. La solicitud de inscripción se realiza en el Registro de la Consejería de Economía y Empleo.

En el Registro Industrial se ha de inscribir:

- Una nueva industria.
- La ampliación o modificación de la industria inscrita.
- Traslado de la industria.
- Cambio de titularidad.
- Cambio de actividad.
- Cese no estacional o baja definitiva, sustitución de maquinaria o cualquier otra modificación de los datos que figuren en el Registro Industrial.

Inscripción en el Registro Artesano: Los artesanos y talleres artesanos que ejerzan actividades consideradas como de artesanía por la normativa correspondiente, pueden solicitar inscripción en el Registro Artesano de Castilla y León, dependiente de la Consejería de Economía y Empleo. La inscripción en este Registro tiene carácter voluntario, si bien es necesaria para poder acceder a los beneficios que la Administración establezca para la protección y fomento de la artesanía y para poder hacer uso de los distintivos que acrediten la calidad artesana de los productos y su identidad de procedencia artesana.

Inscripción en el Registro de Industrias Agrarias: Las empresas que desarrollen este tipo de actividades necesitan solicitar autorización para la instalación, ampliación, reducción, perfeccionamiento, cambio de actividad o traslado, así como inscripción en el Registro de Industrias Agrarias de la Sección de Industrias Agrarias, de la Consejería de Agricultura y Ganadería.

Inscripción en el Registro de Artesanos y empresas artesanales alimentarias: Las empresas que desarrollen actividades de artesanía alimentaria deben solicitar inscripción en el Registro Artesano Alimentario de Castilla y León, en el Servicio Territorial de la Consejería de Agricultura y Ganadería, para la instalación, así como cualquier modificación en el proceso productivo, tipo de productos, personal en activo, marcas, u otra característica.

TRÁMITES PARA DETERMINADAS ACTIVIDADES:

TIPO DE EMPRESA	TRÁMITE	LUGAR
Empresas de Servicios Sociales, (Residencias de ancianos, asistencia a domicilio...)	Autorización de apertura y solicitud de inscripción en el Registro de Entidades, Centros y Servicios Sociales.	Gerencia Territorial de Servicios Sociales de la Junta de C. y L.
Centros de educación	Autorización de apertura y registro voluntario.	Dirección Provincial de Educación de la Junta de C. y L.
Hoteles, hostales, alojamientos de turismo rural...	Autorización administrativa y otorgamiento de su clasificación	Servicio Territorial de Turismo de la Junta de C. y L.

Impuestos en la empresa

Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (I.R.P.F.)

¿QUÉ ES?

El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (I.R.P.F.) es un tributo de carácter personal y directo que grava, según los principios de igualdad, generalidad y progresividad, la renta de las personas físicas de acuerdo con sus circunstancias personales y familiares.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El I.R.P.F. se aplica en todo el territorio español, con las especialidades previstas para Canarias, Ceuta y Melilla y sin perjuicio de los regímenes tributarios forales de concierto y convenio económico en vigor, respectivamente, en los territorios históricos del País Vasco y en la Comunidad Foral de Navarra”.

¿QUÉ GRAVA?. HECHO IMPONIBLE

Constituye el hecho imponible la obtención de rentas por el sujeto pasivo, entendiéndose por tales la totalidad de sus rendimientos, ganancias y pérdidas patrimoniales, así como las imputaciones de renta establecidas por Ley, con independencia del lugar donde se hayan producido y cualquiera que sea la residencia del pagador. Por lo tanto tributa la renta disponible del contribuyente, que es el resultado de disminuir a la renta total obtenida una cuantía que dependerá de circunstancias personales y familiares. La renta en este impuesto es la suma de:

- RENDIMIENTOS DEL TRABAJO
- RENDIMIENTOS DEL CAPITAL INMOBILIARIO
- RENDIMIENTOS DEL CAPITAL MOBILIARIO
- RENDIMIENTOS DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS
- IMPUTACIONES DE RENTAS
- GANANCIAS Y PÉRDIDAS PATRIMONIALES

CONTRIBUYENTES

Son contribuyentes del I.R.P.F. las personas físicas que tengan su residencia habitual en territorio español y aquellas personas físicas de nacionalidad española que tienen su residencia habitual en el extranjero por alguna de las circunstancias previstas en la ley.

BASE IMPONIBLE

Está constituida por el importe de la renta en el período impositivo, la cual se determina en función de los diferentes componentes de la misma.

La determinación de la base imponible se realiza en distintas fases según la procedencia de las rentas (detalladas anteriormente), y minorando el mínimo personal y familiar, que es una cantidad que se obtiene en función de las circunstancias personales y familiares del contribuyente.

PERÍODO IMPOSITIVO

Coincide con el año natural, devengándose el día 31 de diciembre de cada año.

DEUDA TRIBUTARIA

La deuda tributaria está constituida por la cantidad que el sujeto pasivo está obligado a ingresar en el Tesoro Público como consecuencia de la aplicación del impuesto.

Esquema básico de cálculo del impuesto:

BASE IMPONIBLE
- REDUCCIONES por: <ul style="list-style-type: none"> • Por circunstancias laborales. • Por circunstancias personales y familiares. • Aportaciones a sistemas de previsión social. • Pensiones compensatorias a favor del cónyuge y anualidades por alimentos
= BASE LIQUIDABLE
x TIPO IMPOSITIVO
= CUOTA ÍNTEGRA
- DEDUCCIONES por: <ul style="list-style-type: none"> • Inversión en vivienda habitual • Bienes de interés cultural • Donativos • Inversión empresarial • Otras deducciones autonómicas • Cuenta ahorro-empresa
= CUOTA LÍQUIDA
+ REGULARIZACIÓN EJERCICIOS ANTERIORES: <ul style="list-style-type: none"> • Importe de las deducciones • Intereses de demora
- DEDUCCIONES por doble imposición
- CUOTA RESULTANTE DE LA AUTOLIQUIDACIÓN
- RETENCIONES Y PAGOS A CUENTA
= CUOTA DIFERENCIAL A INGRESAR O A DEVOLVER

RENDIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES O PROFESIONALES.

Una de las rentas que se suma para la determinación del impuesto es la procedente de actividades económicas, es decir los beneficios de una empresa. Existen distintas formas de calcular este beneficio. Es lo que se conoce como regímenes de determinación del rendimiento neto de actividades empresariales o profesionales.

En este impuesto existen los siguientes regímenes para determinar el rendimiento neto de actividades económicas (beneficio fiscal):

ESTIMACIÓN DIRECTA

Este régimen se basa en las declaraciones presentadas por el interesado así como en los datos consignados en los libros y registros contables que está obligada a llevar la empresa.

Este régimen tiene a su vez dos modalidades:

• NORMAL (EDN)

El rendimiento neto se calcula por diferencia entre los ingresos computables y los gastos deducibles, determinados unos y otros según las normas del Impuesto sobre Sociedades.

Para la determinación del rendimiento neto no se incluirán las ganancias o pérdidas patrimoniales derivadas de los bienes afectos a las mismas, que se cuantificarán conforme a lo previsto específicamente para estos rendimientos.

Éste régimen se aplicará a empresarios y profesionales en los que concurra alguna de estas dos circunstancias:

- Que el importe neto de la cifra de negocios del conjunto de sus actividades supere una cantidad determinada (consultar para cada ejercicio fiscal).
- Que hayan renunciado a la estimación directa simplificada.

• SIMPLIFICADA (EDS)

Se calcula de la misma forma que en la normal con las siguientes particularidades:

- 1.- Las amortizaciones del inmovilizado material se practican de forma lineal, en función de una tabla de amortizaciones simplificada.
- 2.- El conjunto de las provisiones deducibles y los gastos de difícil justificación se cuantifica exclusivamente aplicando, con carácter general, el porcentaje del 5 por 100 sobre el rendimiento neto positivo.

Éste régimen se aplicará a empresarios y profesionales en los que concurra alguna de estas dos circunstancias:

- Que su actividad no sea susceptible de acogerse a la estimación objetiva.
- Que hayan renunciado o estén excluidos de la estimación objetiva.

Siempre que, además, el importe neto de la cifra de negocios de todas sus actividades no supere la cantidad límite que obligaría a la estimación directa normal.

ESTIMACIÓN OBJETIVA

Se prescinde de los flujos reales de ingresos y gastos producidos en el desarrollo de la actividad. En su lugar se aplican determinados indicadores objetivos que representan las características económicas estructurales básicas de cada sector de actividad económica (signos, índices o módulos).

Los módulos son diferentes para cada actividad, pero a modo de ejemplo se pueden enumerar el personal no asalariado (titulares del negocio), personal asalariado, consumo de energía eléctrica, superficie de local, potencia de vehículos ...

La determinación del rendimiento neto se realiza de forma aislada y separada para cada actividad que sea independiente. De una forma simplificada podemos representar su cálculo según el siguiente esquema:

	UNIDADES DE MÓDULOS EMPLEADAS, UTILIZADAS O INSTALADAS
(x)	RENDIMIENTO ANUAL POR UNIDAD ANTES DE AMORTIZACIÓN
(=)	RENDIMIENTO NETO PREVIO
(-)	INCENTIVOS AL EMPLEO Y A LA INVERSIÓN
(-)	AMORTIZACIÓN s/ tabla simplificada
(=)	RENDIMIENTO NETO MINORADO
(x)	INDICES CORRECTORES
(=)	RENDIMIENTO NETO DE MÓDULOS
(-)	GASTOS EXTRAORDINARIOS POR CIRCUNSTANCIAS EXCEPCIONALES
(=)	RENDIMIENTO NETO DE LA ACTIVIDAD
(-)	REDUCCIÓN POR IRREGULARIDAD
(=)	RENDIMIENTO NETO REDUCIDO DE LA ACTIVIDAD

PAGOS FRACCIONADOS

Deberán realizarse cuatro pagos fraccionados trimestrales a cuenta del Impuesto sobre la Renta en los plazos siguientes: los tres primeros trimestres entre el 1 y el 20 de los meses de abril, julio y octubre, respectivamente, y el cuarto trimestre entre el 1 y el 30 del mes de enero del año siguiente.

Impuesto sobre sociedades (I.S.)

¿QUÉ ES?

El Impuesto sobre Sociedades es un tributo de carácter directo y naturaleza personal que grava la renta de las sociedades y demás entidades jurídicas de acuerdo con las normas de la ley del impuesto.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

“El Impuesto sobre Sociedades se aplicará en todo el territorio español...”, “...sin perjuicio de los regímenes tributarios forales de concierto y convenio económico en vigor, respectivamente, en los territorios históricos de la Comunidad Autónoma del País Vasco y en la Comunidad Foral de Navarra”.

¿QUÉ GRAVA?. HECHO IMPONIBLE

“Constituirá el hecho imponible la obtención de renta, cualquiera que fuere su fuente u origen, por el sujeto pasivo”, considerándose como renta la totalidad de sus rendimientos netos y los incrementos o disminuciones patrimoniales.

“Las cesiones de bienes y derechos en sus distintas modalidades se presumirán retribuidas por su valor normal de mercado, salvo prueba en contrario.”

“1. Las rentas correspondientes a las sociedades civiles, tengan o no personalidad jurídica, herencias yacentes, comunidades de bienes y demás entidades a que se refiere el artículo 33 de la Ley General Tributaria, se atribuirán a los socios, herederos, comuneros o partícipes, respectivamente, según las normas o pactos aplicables en cada caso y, si éstos no constaran a la Administración tributaria en forma fehaciente, se atribuirán por partes iguales.

2. El régimen de atribución de rentas no será aplicable a las sociedades agrarias de transformación, que tributarán por el Impuesto sobre Sociedades.

3. Las entidades en régimen de atribución de rentas no tributarán por el Impuesto sobre Sociedades.

SUJETO PASIVO

Son contribuyentes del I.S. todos aquellos sujetos, con personalidad jurídica, que no estén sometidos al I.R.P.F.

“Serán sujetos pasivos del Impuesto:

- a) Las personas jurídicas, excepto las sociedades civiles.
- b)”

BASE IMPONIBLE

Está constituida por el importe de la renta obtenida por la sociedad en el período impositivo. Se determina por el régimen de estimación directa.

PERÍODO IMPOSITIVO

1. El período impositivo coincidirá con el ejercicio económico de la entidad.
2. En todo caso concluirá el período impositivo:
 - Cuando la entidad se extinga.
 - Cuando tenga lugar un cambio de residencia de la entidad residente en territorio español al extranjero.
3. El período impositivo no excederá de doce meses.

El impuesto se devengará el último día del período impositivo.

DEUDA TRIBUTARIA

La deuda tributaria viene determinada por el importe que la sociedad tiene que ingresar en el Tesoro Público. Se obtiene aplicando a la base imponible el tipo de gravamen vigente y practicando las deducciones o bonificaciones que correspondan en cada caso.

TIPO DE GRAVAMEN GENERAL: 35%	COOPERATIVAS FISCALMENTE PROTEGIDAS: 20% Por los resultados extracooperativos será el tipo general
---	--

Cuota íntegra es la cantidad resultante de aplicar a la base imponible el tipo de gravamen.

PAGOS FRACCIONADOS: deberán realizarse tres pagos fraccionados, a cuenta del Impuesto sobre Sociedades, en los primeros 20 días naturales de los meses de abril, octubre y diciembre de cada año.

Cálculo del impuesto:

BASE IMPONIBLE x TIPO IMPOSITIVO = CUOTA ÍNTEGRA - DEDUCCIONES Y BONIFICACIONES - RETENCIONES - INGRESOS A CUENTA - PAGOS FRACCIONADOS = DEUDA A INGRASAR
--

INCENTIVOS FISCALES APLICABLES A EMPRESAS DE REDUCIDA DIMENSIÓN

La Ley del Impuesto sobre Sociedades establece una serie de beneficios e incentivos fiscales para las empresas de reducida dimensión. Serán de aplicación para las empresas que tributen por el impuesto de sociedades y para las que lo hagan por el I.R.P.F. y que determinen el rendimiento neto por el régimen de estimación directa, en cualquiera de sus dos modalidades.

Concepto de empresa de reducida dimensión

Regla general: se consideran empresas de reducida dimensión para los ejercicios iniciados a partir de 27-abril-2003 aquellas en las que el importe neto de su cifra de negocios en el período impositivo inmediato anterior haya sido inferior a 6 millones de euros.

Reglas especiales:

- Cuando **la empresa fuera de nueva creación**, el importe neto de la cifra de negocios se referirá al primer período impositivo en que se desarrolle efectivamente la actividad, elevándose dicha cifra proporcionalmente al año si el tiempo de ejercicio hubiera sido inferior a 12 meses.
- Si el **período impositivo** inmediato anterior hubiera tenido una **duración inferior al año**, o la actividad se hubiera desarrollado durante un **plazo también inferior**, el importe neto de la cifra de negocios se elevará proporcionalmente al año.
- **Grupos de sociedades:** En el supuesto de que una persona física, por sí sola o conjuntamente con otras personas físicas unidas por vínculos de parentesco en línea directa o colateral, consanguínea o por afinidad, hasta el segundo grado inclusive, se encuentre con relación a las entidades de las que sean socios en alguno de los casos a que se refiere el artículo 42 del Código de Comercio, el importe neto de la cifra de negocios se referirá al conjunto de las entidades o empresas pertenecientes a dicho grupo.
- En el supuesto de que **una misma persona física desarrolle varias actividades económicas**, el importe neto de la cifra de negocios se referirá al conjunto de todas las realizadas.

Con sujeción a los requisitos y condiciones particulares establecidos en cada caso, dichos beneficios son los siguientes:

1. Libertad de amortización para inversiones generadoras de empleo.
2. Libertad de amortización para inversiones de escaso valor.
3. Amortización acelerada de elementos del inmovilizado material nuevos y del inmovilizado inmaterial.
4. Dotación global para posibles insolvencias de deudores.
5. Amortización acelerada de elementos patrimoniales objeto de reinversión.
6. Ampliación del límite para la deducibilidad de las cuotas satisfechas en los contratos de arrendamiento financiero (“leasing”).
7. Dedución para el fomento del uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.
8. Dedución por inversiones destinadas al aprovechamiento de fuentes de energías renovables.
9. **TIPO DE GRAVAMEN.** Las entidades que cumplan las previsiones previstas en el artículo 108 de esta ley tributarán con arreglo a la siguiente escala, excepto si de acuerdo con lo previsto en el artículo 28 del texto refundido de la Ley del Impuesto de Sociedades deban tributar a un tipo diferente del general:
 - a) Por la parte de base imponible comprendida entre 0 y 90.151,81 euros, al tipo del 30 por ciento.
 - b) Por la parte de base imponible restante, al tipo del 35 por ciento.
 Cuando el período impositivo tenga una duración inferior al año, la parte de la base imponible que tributará al tipo del 30 por ciento será la resultante de aplicar a

90.151,81 euros la proporción en la que se hallen el número de días del período impositivo entre 365 días, o la base imponible del período impositivo cuando esta fuera inferior.

Impuesto sobre el valor añadido (I.V.A.)

¿QUÉ ES?

Es un impuesto de naturaleza indirecta (grava indirectamente la capacidad económica), que recae sobre el consumo de bienes y servicios.

¿QUÉ GRAVA?. HECHO IMPONIBLE

Grava tres clases de operaciones distintas, la mera realización de las cuales va a determinar que sobre ellas se aplique el impuesto:

Entregas de bienes y prestaciones de servicios realizadas por empresarios y profesionales.

Adquisiciones intracomunitarias de bienes que, en general, también serán realizadas por empresarios o profesionales aunque en ocasiones pueden ser realizadas por particulares (ej. Adquisición de medios de transporte nuevos)

Importaciones de bienes, cualquiera que sea quien las realice, ya sea empresario, profesional o particular

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El impuesto se aplica en todo el territorio español, las islas adyacentes, el mar territorial hasta el límite de 12 millas náuticas y el espacio aéreo correspondiente a dicho ámbito. Quedan por tanto excluidas las operaciones realizadas en Canarias, Ceuta y Melilla.

SUJETO PASIVO

Son contribuyentes del Impuesto sobre el Valor Añadido según la regla general:

- Las personas físicas o jurídicas que tengan la condición de empresarios o profesionales y realicen las entregas de bienes o prestaciones de servicios sujetas al impuesto.
- Las personas físicas o jurídicas que realicen adquisiciones intracomunitarias.
- Las personas físicas o jurídicas que realicen operaciones de importación.

Excepcionalmente pueden darse otros casos particulares.

BASE IMPONIBLE

La base imponible del impuesto es la cantidad sobre la que debe aplicarse el tipo, es decir, la cuantificación o valoración monetaria del hecho imponible. Está constituida por el importe total de la contraprestación de las operaciones sujetas al mismo, procedente del destinatario o terceras personas.

FUNCIONAMIENTO GENERAL DEL IMPUESTO

El modo de cálculo y gestión del impuesto será diferente según el régimen que deba aplicarse. Para comprender el impuesto comentamos el funcionamiento general. Hay que distinguir dos partes perfectamente diferenciadas en la aplicación del impuesto por parte de los empresarios y profesionales:

1. Por las ventas que realicen, repercuten el impuesto a sus clientes, cobrándoles la cuota que corresponda.
2. Por las compras, soportarán el impuesto de los proveedores pagando la cuota obtenida según las normas correspondientes.

Trimestralmente se efectuará una declaración-liquidación, en la que el I.V.A. soportado en las compras, se resta del repercutido a los clientes. La diferencia puede ser:

1. positiva, en cuyo caso se ingresará en Hacienda la cuantía correspondiente
2. negativa, de forma general se compensa en las declaraciones-liquidaciones siguientes.

Sólo al final del ejercicio, si el resultado es negativo, se puede optar por solicitar la devolución o bien compensarla con las siguientes liquidaciones.

Según este mecanismo el impuesto lo paga el consumidor final, pero quien lo ingresa en el Tesoro son las empresas que venden los bienes o prestan los servicios.

REGÍMENES DEL I.V.A.

1. RÉGIMEN GENERAL
2. REGÍMENES ESPECIALES.

- Simplificado.
- Agricultura, ganadería y pesca.
- Bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección.
- Del oro de inversión.
- Agencias de viajes.
- Recargo de equivalencia.
- Servicios prestados por vía electrónica.

TIPO IMPOSITIVO

El tipo es el porcentaje que se aplica sobre la base imponible para obtener la cuota. Se establece un tipo general y dos tipos reducidos para dar un tratamiento favorable a determinadas operaciones. Los que están vigentes actualmente son:

	Tipo General	Tipos reducidos.	
	16%	7%	4%
Recargo de equivalencia	4%	1%	0,5%

CONTRATACIÓN DE TRABAJADORES

Un punto importante en la creación y gestión de empresas es la contratación de trabajadores. En relación a este tema hay algunas cuestiones que deberemos conocer.

quiénes pueden firmar un contrato de trabajo	cómo se puede formalizar	qué tipo de contrato se adapta mejor a nuestras necesidades	
De forma general podemos decir que pueden firmar un contrato de trabajo los mayores de edad (18 años), los menores de 18 años legalmente emancipados, los mayores de 16 y menores de 18 si tienen autorización de los padres y los extranjeros de acuerdo con la legislación que sea aplicable.	Puede celebrarse por escrito o de forma verbal, si bien para algunos de ellos se obliga que sea escrito.	Puede ser indefinido, o bien tener una duración determinada. La legislación laboral regula los distintos tipos de contrato y establecen la duración mínima y máxima de cada uno de ellos.	Algunos contratos tienen bonificaciones en la cotización a la Seguridad Social.

A continuación se describen las modalidades de contratos de trabajo más habituales para trabajadores por cuenta ajena contempladas en la legislación laboral, Régimen General de la Seguridad Social, si bien es necesario informarse en el momento que se precise debido a las variaciones que puedan producirse. En las oficinas del INEM se puede recabar esta información y también los modelos de contratos vigentes. En la dirección de correo electrónico del inem (www.inem.es) encontrarás la descripción actualizada de todos los tipos de contratos y puedes descargarte los modelos de cada uno de ellos.

Contrato indefinido:

- ✓ **Contrato indefinido.** A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato indefinido de trabajadores mayores de 45 años,** inscritos como desempleados. A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato indefinido de mujeres desempleadas de larga duración** en profesiones u ocupaciones con menor índice de empleo femenino. A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato indefinido de trabajadores desempleados de larga duración** entre 30 y 44 años. A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato indefinido para jóvenes trabajadores menores de 30 años,** inscritos como desempleados. A tiempo completo o parcial.

Contratos de trabajo para discapacitados:

- ✓ **Contrato indefinido.** A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato para la formación de trabajadores discapacitados** (sin límite de edad) bonificaciones especiales de la Seguridad Social). Duración: hasta 4 años. A tiempo completo.
- ✓ **Contrato en prácticas para discapacitados** (bonificaciones especiales de la Seguridad Social). Duración: mínimo 6 meses, máximo 2 años. A tiempo completo o parcial. Los mismos requisitos que el contrato en prácticas general.
- ✓ **Contrato temporal de discapacitados** acogido al fomento del empleo. Duración: mínimo 12 meses, máximo 3 años). (bonificaciones especiales de la Seguridad Social). A tiempo completo o parcial.

Otros contratos:

- ✓ **Transformación en indefinidos** de los contratos de aprendizaje, prácticas, formación, relevo y temporal para discapacitados. A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato para la formación:** trabajadores entre 16 y 21 años. Duración: mínimo 6 meses, máximo 2 años. A tiempo completo.
- ✓ **Contrato en prácticas:** trabajadores con título universitario o formación profesional de grado medio o superior. Duración: mínimo 6 meses, máximo 2 años. A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato de obra o servicio determinado.** A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato eventual por circunstancias de la producción.** Duración: máximo de 6 meses en un periodo de 12 meses.
- ✓ **Contrato de interinidad.** Duración: el tiempo de reserva del puesto de trabajo del trabajador sustituido o de cobertura definitiva del puesto de trabajo. En el caso de contratos para sustituir a trabajadores en baja maternal o excedencia por cuidado de hijos existen bonificaciones de la Seguridad Social. A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contratación en sustitución por anticipación de la edad de jubilación.** Duración: mínimo 1 año. A tiempo completo o parcial.
- ✓ **Contrato de relevo.** Duración: la equivalente al tiempo que falte al trabajador sustituido para causar derecho a la pensión por jubilación. La jornada de trabajo será igual o superior de la reducida al trabajador sustituido (50%).
- ✓ **Contrato a tiempo parcial:** Puede ser por tiempo indefinido o de duración determinada en los casos de realización de obra o servicio determinado, eventual por circunstancias de la producción, por sustitución de trabajadores con reserva del puesto de trabajo (interinidad, relevo).

DIRECCIONES DE INTERÉS

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE SEGOVIA www.dipsegovia.es

ÁREA DE DESARROLLO RURAL Y MEDIO AMBIENTE

San Agustín, 23

40071 Segovia

☎ 921 11 33 00

Unidad de Promoción y Desarrollo

Ctra. de Riaza, 19-1º Dcha.

40003 Segovia

☎ 921 42 95 59 FAX: 921 42 68 11 upd@dipsegovia.es

JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN www.jcyl.es

DELEGACIÓN TERRITORIAL DE SEGOVIA

Plaza de los Espejos, 1

40001 Segovia

☎ 921 41 73 84

Oficina de Información al Ciudadano

Pza. Reina Doña Juana, 5

40001 Segovia

☎ 921 41 73 20

Servicio Territorial de Agricultura y Ganadería

Santa Catalina, 15

40005 Segovia

☎ 921 41 73 84

Servicio Territorial de Hacienda

Pza. Reina Doña Juana, 5

40001 Segovia

☎ 921 41 73 84

Servicio Territorial de Sanidad y Bienestar Social

Avda. Juan Carlos I, 3

40005 Segovia

☎ 921 41 71 74

Gerencia Territorial de Servicios Sociales

Infanta Isabel, 16

40003 Segovia

☎ 921 46 19 82

Servicio Territorial de Fomento

Pza. Platero Oquendo, 3

40001 Segovia

☎ 921 41 71 26

Servicio Territorial de Medio Ambiente

Pza. Reina Doña Juana, 5

40001 Segovia

☎ 921 41 73 84

Dirección Provincial de Educación

José Zorrilla, 38

40003 Segovia

☎ 921 41 77 21

Servicio Territorial de Cultura

Plaza de la Merced, 12

40003 Segovia

☎ 921 41 73 84

Servicio Territorial de Economía y Empleo

Pza. de la Merced, 12
40003 Segovia

☎ 921 41 73 84

Registro Provincial de Cooperativas

921 41 74 64

Oficina Territorial de Trabajo

Pza. de la Merced, 12
40003 Segovia

☎ 921 41 73 84

Servicio Público de Empleo

Pza. de la Merced, 12
40003 Segovia

☎ 921 41 73 84

**Agencia de Desarrollo Económico
Gerencia Provincial**

Gobernador Fernández Jiménez, 6
40001 Segovia

☎ 921 44 38 58

**Consejería de Familia e Igualdad de
Oportunidades**

Dirección General de la Mujer
Red de Orientación para el Empleo de la Mujer
Avda. Juan Carlos I, 3 40005 Segovia

Orientación Autoempleo: ☎ 921 41 71 01

Orientación Laboral: ☎ 921 41 77 00

www.redmujer.net

VICECONSEJERÍA DE EMPLEO

Dirección General de Economía Social

Registro de Sociedades Laborales

Mª de Molina, 7, 7ª planta
47001 Valladolid

☎ 983 41 44 91

Registro Central de Cooperativas

Mª de Molina, 7, 7ª planta
47001 Valladolid

☎ 983 41 45 17

Empresas Participadas por la Junta de C.y L.

IBERAVAL, S.G.R.

Sociedad de Garantía Recíproca

Pº Ezequiel González, 24 – 3º
40002 Segovia

☎ 921 41 20 89

www.iberaval.es ibersegovia@iberaval.es

SODICAL, S.A.

Sociedad de Capital Riesgo

C/ Doctrinos, 6 4º
47001 Valladolid

☎ 983 34 38 11

www.sodical.es sodical@sodical.es

EXCAL, S.A.

Apoyo a la Exportación

Perú, 15-3º izda.
47004 Valladolid

☎ 983 20 98 03

www.excal.es excal@excal.es

CEICAL, S.A.

**Promoción y desarrollo de nuevas actividades
empresariales innovadoras.**

Parque Tecnológico de Boecillo
47151 Boecillo (Valladolid)

☎ 983 54 80 15

www.ceical.es

ADMINISTRACIÓN CENTRAL

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES www.mta.es

INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO

Dirección Provincial del INEM

C/ Carretera de Villacastín, 4
40006 Segovia

☎ 921 41 23 33

Oficina de Empleo de Segovia

C/ General Santiago, 6
40001 Segovia

☎ 921 42 52 61

Oficina de Empleo de Cuéllar

C/ Magdalena, 2
40200 Cuéllar

☎ 921 14 06 58

INSTITUTO NACIONAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL. www.seg-social.es

TESORERÍA GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL

Centro Urbano

C/ Pza. Reina Doña Juana, 1
40001 Segovia

☎ 921 46 28 87

Centro Comarcal de Cuéllar

C/ Nueva, 26
40200 Cuéllar

☎ 921 14 00 10

Centro Comarcal de Santa María La Real de Nieva

C/ Obispo Cadena y Eleta, 37
40440 Santa María La Real de Nieva

☎ 921 59 40 30

INSTITUTO DE LA MUJER

C/ Condesa de Venadito, 34 28027 Madrid ☎ 91 363 80 00 900 191 010 900 152 152 (para mujeres sordas)

inmujer@mtas.es www.mtas.es/mujer

MINISTERIO DE ECONOMÍA www.mineco.es

INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

C/ Paseo del Prado, 4
28014 Madrid

☎ 900 12 11 21

www.ico.es

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO www.min.es

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS

C/ Panamá, 1 (Nueva sede a partir de finales de 2004
Paseo de la Castellana, 75)

Madrid

☎ 902 15 75 30 91 792 58 04 www.oepm.es

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PYME

www.ipyme.org

MINISTERIO DE HACIENDA

AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Delegación de Segovia

C/ Colón, 4
40001 Segovia

☎ 921 46 38 38 901 33 55 33

www.aeat.es

ORGANIZACIONES EMPRESARIALES

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE SEGOVIA

C/ San Francisco, 32
40001 Segovia

☎ 921 43 23 00 FAX: 921 43 05 63

camarasegovia@camarasegovia.org

www.camarasegovia.org

FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS DE TRABAJO DE CASTILLA Y LEÓN (FCTCYL)

www.fctacyl.com

FEDERACIÓN EMPRESARIAL SEGOVIANA (FES)

C/ Coches, 1
40002 Segovia

☎ 921 43 22 12

www.fessegovia.com

ORGANIZACIÓN DE SOCIEDADES LABORALES DE CASTILLA LEÓN (AEMTA)

C/ Pº Isabel La Católica, 5-1º Izq.

47001 Valladolid

☎ 983 37 09 08 www.aemta.es

GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL DE SEGOVIA

SEGOVIA SUR

C/ Carretera de Segovia, 5
40191 ESPIRDO

☎ 921 44 90 59

CODINSE

C/ Eras, s/n
40551 Campo de San Pedro

☎ 921 55 62 18

HONORSE-TIERRA DE PINARES

C/ Trinidad, 22
40200 CUÉLLAR

☎ 921 14 34 22

AIDESCOM

C/ Los Maestros, 2
40440 Santa Mª la Real de Nieva

☎ 921 59 50 06

AGENTES DE DESARROLLO LOCAL DE SEGOVIA

CANTALEJO

Ayuntamiento de Cantalejo
40320 CANTALEJO

☎ 921 52 00 01

LA GRANJA DE SAN ILDEFONSO

Ayuntamiento
40100 LA GRANJA DE SAN ILDEFONSO

☎ 921 47 00 18

CARBONERO EL MAYOR

Ayuntamiento de Carbonero el Mayor
40270 CARBONERO EL MAYOR

☎ 921 56 19 03

MANCOMUNIDADES DE MUNICIPIOS SEGOVIA CENTRO

Plaza de España, 1
40270 CARBONERO EL MAYOR

☎ 921 56 00 02

CHAÑE

Ayuntamiento de Chañe
40216 CHAÑE
☎ 921 15 50 01

MANCOMUNIDAD Ntra. Sra. De HORNUEZ

Ayto. de Boceguillas
40560 BOCEGUILLAS
☎ 921 54 31 67

COMUNIDAD DE VILLA Y TIERRA DE COCA

Ayuntamiento de Coca
40480 COCA
☎ 921 58 60 11

PALAZUELOS DE ERESMA

C/ Real, 50
40194 PALAZUELOS DE ERESMA
☎ 921 44 98 85

COMUNIDAD DE VILLA Y TIERRA DE PEDRAZA

Ayuntamiento de Pedraza
40172 PEDRAZA
☎ 921 50 98 17

SEGOVIA

C/ Arias Dávila, 1
40001 SEGOVIA
☎ 921 46 35 46

CUÉLLAR

Ayuntamiento de Cuéllar
40200 CUÉLLAR
☎ 921 14 00 14

VILLACASTÍN

Ayuntamiento de Villacastín
40150 VILLACASTÍN
☎ 921 19 80 08

EL ESPINAR

Oficina Municipal de San Rafael
40410 SAN RAFAEL
☎ 921 17 10 82

VILLVERDE DE ISCAR - SAMBOAL

Ayuntamiento de Villaverde
40219 VILLVERDE DE ISCAR
☎ 921 16 71 10

FUENTERREBOLLO

Plaza de España, s/n
40330 FUENTERREBOLLO
☎ 921 52 09 13

OTROS ORGANISMOS

REGISTRO MERCANTIL

CENTRAL

C/ Príncipe de Vergara, 94
MADRID
☎ 91 563 12 52

SEGOVIA

C/ Los Almendros, 3
40002 SEGOVIA
☎ 921 43 37 62

VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL

C/ San Francisco, 32
400001 SEGOVIA
☎ 921 44 01 23 segovia@ventanillaempresarial.org

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

C/ Ezequiel González, 30
400002 SEGOVIA
☎ 921 41 24 34 www.ine.es



Diputación Provincial de Segovia

Área de Desarrollo Rural y Medio Ambiente

San Agustín, 23
40071 Segovia
Telf. 921 113 300

P **U**nidad de
Promoción y **D**esarrollo

Unidad de
Promoción y Desarrollo

Guía para la creación de empresas

en Segovia



Diputación Provincial de Segovia
Área de Desarrollo Rural y Medio Ambiente

UPD