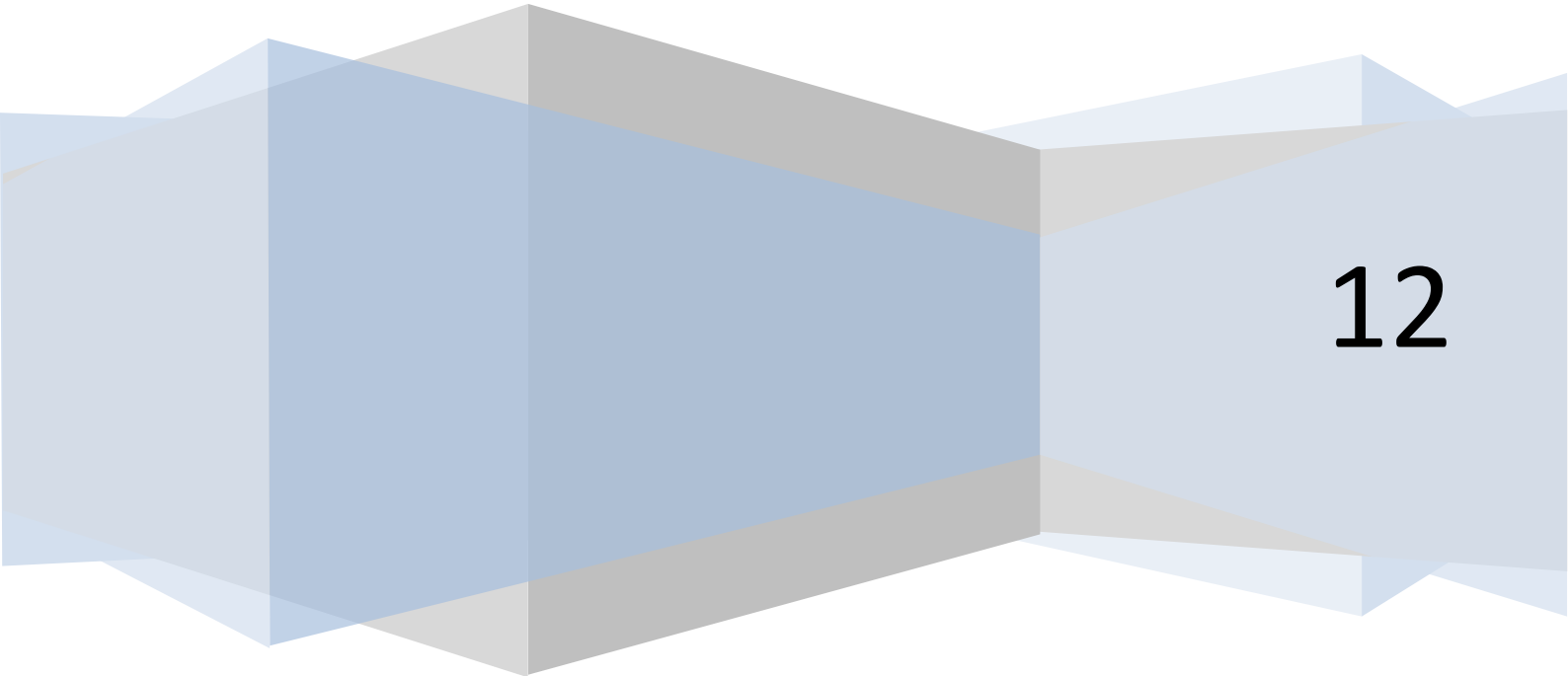


EMPRESA E INICIATIVA EMPREENDEDORA

Desarrollo de Aplicaciones Web

José Luis Comesaña



12

ÍNDICE

EIE: Empresa e Iniciativa Emprendedora. La empresa.....	- 2 -
Elementos de la empresa	- 3 -
Los elementos humanos.....	- 3 -
Los elementos materiales.....	- 4 -
¡No podemos cerrar los ojos !.....	- 4 -
La organización	- 5 -
Funciones de la empresa	- 7 -
Finalidad de la empresa: La satisfacción de necesidades.	- 9 -
El entorno de la empresa	- 10 -
Entorno general y específico	- 11 -
La cultura empresarial y la imagen corporativa	- 13 -
La ética empresarial	- 14 -
La responsabilidad social de las empresas	- 16 -
Estrategias para ser socialmente responsable	- 18 -
Tu empresa socialmente responsable.....	- 18 -
EMPRESAS Y MEDIOAMBIENTE	- 19 -
Balance social o Memoria de sostenibilidad	- 20 -
Tipos de empresas	- 21 -
Clasificación según la actividad económica	- 22 -
Clasificación según el sector económico	- 23 -
Clasificación según su dimensión	- 24 -
Mención especial para las PYMES	- 25 -
Clasificación según el ámbito geográfico	- 26 -
Clasificación según la titularidad del capital.....	- 27 -
Las franquicias.....	- 28 -
Formas de concentración empresarial	- 29 -
Las incubadoras o viveros de empresas	- 30 -
Empresas de economía sumergida.....	- 31 -
Lecturas recomendadas	- 32 -
Películas Recomendadas	- 34 -
WEBS recomendadas.....	- 35 -
AUTOEVALUACIONES	- 36 -

La empresa y su entorno

Caso práctico

Claudia está estudiando como tú un ciclo formativo. Acaba de comenzar una clase presencial de un módulo que se llama **Empresa e Iniciativa Emprendedora** y se cuestiona: ¿De qué va este módulo? ¿Qué tiene que ver con el ciclo? ¿Empresa? ¡Pero si yo no quiero montar ninguna empresa! ¿Iniciativa emprendedora? ¿Emprendedora yo? ¡Pero si yo lo que quiero es encontrar un trabajo!

El profesor comienza a hablarles de la programación, de que van a elaborar un plan de negocio, de que el tema primero trata sobre la empresa, elementos y funciones, la responsabilidad social de las empresas, su tipología.... Claudia se pregunta ¿Qué hago yo aquí? ¿Esto para qué me va a servir?

El profesor continúa: "Se trata de un **módulo transversal**, que se cursa en todos los ciclos formativos, de grado medio y de grado superior...". Claudia recuerda que Carmen, una amiga que cursa un ciclo de otra familia profesional en su instituto, le ha dicho en el recreo que ella también tiene EIE con el mismo profesor. Claudia está contrariada, no es esto lo que ha venido a aprender al instituto....

EIE: Empresa e Iniciativa Emprendedora. La empresa

Probablemente uno de los principales objetivos por los que estás cursando este ciclo a distancia es el de encontrar un trabajo y ¿**dónde vas a trabajar**? Pues probablemente **en una empresa**. La mayoría de las personas trabajan en empresas bien como empresarias (trabajo por cuenta propia) o como trabajadoras (trabajo por cuenta ajena).

En este módulo pretendemos conocer algo más sobre ese lugar en el que aspiras trabajar: **la empresa**. Nos colocaremos en el punto de vista de la empresaria o empresario PORQUE TÚ PUEDES LLEGAR A SERLO y porque, aunque te conviertas en un trabajador por cuenta ajena, también necesitarás saber cómo colaborar para que tu empresa (y, por ello, tu puesto de trabajo) pueda mejorar. En el módulo **de Formación y Orientación laboral**, que también es transversal, se analiza la empresa desde el punto de vista de la persona trabajadora.

El 80% del alumnado de Formación Profesional encuentran empleo (o crean su empresa) en los seis meses siguientes a la obtención del título.

¿Qué es una empresa?

El concepto de empresa puede ser definido desde ópticas diferentes: Llamamos empresa al lugar de trabajo, a la actividad desarrollada por el empresario, o a la unidad organizada que desarrolla una actividad económica. Partiendo de esta última perspectiva, la económica, definiremos a la empresa de la siguiente forma:

Una empresa es un conjunto de elementos humanos y materiales organizados dedicado a la producción de bienes y/o a la prestación de servicios dirigidos a satisfacer necesidades humanas, con ánimo de obtener un beneficio.

Otros argumentos para estudiar este tema y este módulo: Las empresas satisfacen diariamente nuestras necesidades (alimentación, transporte, formación, energía...), además la participación en actividades empresariales nos permite la obtención de medios económicos para vivir (beneficios, salarios...).

Elementos de la empresa

Caso práctico

A **Claudia** el tema ha empezado a interesarle. Está estudiando para encontrar un trabajo y es cierto que trabajará en una empresa. Le gustaría que fuera en una empresa de su localidad porque sabe que la dueña es una persona estupenda, que está haciendo muchas cosas por su pueblo, porque conoce al equipo que trabaja en ella (gente muy competente) y porque es una empresa con muchos recursos; le encanta la publicidad, el local, la decoración, el mobiliario, las máquinas... Es una empresa muy bien organizada, se llama "**Imaginaos**".

Nota: "Imaginaos" -es la empresa que tú lectora o lector te quieras imaginar- es esa empresa en la que a ti te gustaría trabajar cuando termines tus estudios. Imagina también que esté relacionada con el ciclo formativo que estás cursando.

Podemos establecer, de una forma muy simplificada, que los elementos de la empresa son los siguientes:



Los elementos humanos

Los elementos humanos de la empresa son los siguientes:

- ✓ **EMPRESARIA O EMPRESARIO** es la persona (una sola o un grupo) que aporta el **capital** para el desarrollo de la actividad empresarial y asume los **riesgos** que de ella se deriven con la intención de obtener un beneficio económico.
- ✓ **TRABAJO** (recursos humanos) se trata de las personas que dedican su tiempo y esfuerzo a las actividades productivas a cambio de una remuneración, de un **salario**. Comprende cualquier tipo de **actividad humana**, ya sea física o intelectual y muy diferentes niveles de cualificación: trabajadores no cualificados, técnicos, mandos intermedios, directivos, etc.

*"El trabajo ha de aportar no sólo compensaciones materiales o fisiológicas, sino que el trabajador debe ser además tratado con toda la **dignidad** que merece como persona. Es esencial que la actividad del hombre, sea cual sea el nivel que ocupe o el país donde viva, no consista en servidumbres, trabajos inhumanos o perturbadores de la personalidad.... sino que el **trabajo encauce su vida, fomente su capacidad creadora y procure su satisfacción y perfeccionamiento.**"*

Antonio Gala.

- **Las personas** que componen la empresa son un factor clave para garantizar su **éxito**, sobre todo en empresas de servicios (no producen bienes. Actúan de intermediarios entre la empresa productora y el consumidor. Pueden ser de muy variada índole) en las que se tiene un trato directo con el cliente. Muestra de ello es la creciente inversión empresarial en actuaciones de selección, adiestramiento, formación continua, motivación, etc.

- Son muchas las empresas que fabrican sus productos en los países pobres para beneficiarse de los bajos costes de producción debidos, entre otras cosas, a que la mano de obra es más

barata, no hay costes de seguridad social, no se respetan normas de salud laboral, se contrata a menores de edad y a mujeres con salarios más bajos... Este fenómeno recibe el nombre de **deslocalización industrial** (*traslado de centros de trabajo, de países desarrollados a otros menos desarrollados con la finalidad de obtener más beneficios, ya que la mano de obra y el suelo son más baratos, las legislaciones son menos estrictas respecto al medio ambiente, se pagan menos impuestos... Este fenómeno se relaciona con la globalización y con las multinacionales....*) y para ilustrar este tema hemos elegido el vídeo que podrás encontrar en la siguiente dirección de Internet:

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=oRF7eVtwufE&noredirect=1

-Más de la mitad de los españoles prefieren ser empresarios a asalariados.

Los elementos materiales

Los elementos materiales de la empresa son los recursos naturales y el capital.

- ✓ Los **RECURSOS NATURALES**: agua, energía, árboles, animales, etc.
- ✓ El **CAPITAL**: dinero, acciones, patentes, marcas, edificios, instalaciones, maquinaria, productos semielaborados y los demás medios materiales que intervienen en el proceso productivo. Pueden ser duraderos o no duraderos en el tiempo.

Curiosidad: Muchos se pasan la vida buscando algo que les haga ricos. Y algunos lo hallan, pero cometen errores tan tontos como no patentarlo. Esto le ocurrió al japonés Maji Kali que creó en Irlanda la empresa Nikoli, con la que lanzó en su país natal revistas con un puzzle matemático del siglo XVIII: el Sudoku. Rápidamente fue un éxito en Japón y después en todo el mundo. Pero Kali se olvidó de patentar su idea fuera de Japón. Según The New York Time, el Sudoku ha generado en estos 27 años 250 millones de euros, de los que Nikoli sólo ha "pescado" cuatro.

¡No podemos cerrar los ojos !

A) ¡LOS RECURSOS NATURALES NO SON ILIMITADOS!

Los recursos naturales se pueden clasificar en renovables y no renovables. Los primeros proceden de fuentes que no se agotan, pues están alimentados por el sol, el viento, las olas o el calor subterráneo. De los segundos existen reservas fijas (petróleo, gas, carbón...). Es por ello conveniente que las empresas utilicen recursos naturales renovables, pues de lo que no cabe duda es que la industrialización, con sus secuelas técnicas, económicas y sociales está provocando un grave y a veces irreversible impacto ambiental.

Pero además de utilizar los recursos que la naturaleza ofrece, las empresas alteran y modifican el medio ambiente provocando su degradación por otro cauce: la contaminación. Las sustancias químicas que resultan de diversos procesos industriales, la combustión, el ruido, etc. contaminan el aire; los vertidos incontrolados y controlados de las aguas residuales que penetran hasta las capas subterráneas, contaminan las aguas. Respecto a la contaminación del suelo, los ejemplos se hacen interminables: basuras, residuos sólidos de los combustibles, abonos químicos, pesticidas, insecticidas, etc.

Por otro lado, es de considerar que la protección del medio ambiente debe ser un factor de desarrollo económico e industrial de las naciones. De esta forma, los procesos de reciclado de productos, la lucha contra la contaminación, el desarrollo de la energía solar y otras iniciativas contribuyen a la conservación del entorno y pueden servir para crear miles de puestos de trabajo.

B) FRAGMENTO DE "UN MUNDO QUE AGONIZA" DE MIGUEL DELIBES

"El verdadero progresismo no estriba en un desarrollo ilimitado y competitivo ni en fabricar cada día más cosas, ni en inventar necesidades al hombre, ni en destruir la naturaleza, ni en sostener a un tercio de la Humanidad en el delirio del despilfarro mientras los otros dos tercios se mueren de ham-

bre, sino en racionalizar la utilización de la técnica, facilitar el acceso de toda la comunidad a lo necesario, revitalizar los valores humanos, hoy en crisis, y establecer las relaciones Hombre-Naturaleza en un plano de concordia."

- 1) Hemos de aprender a prever las consecuencias de nuestros actos, para que no nos suceda eso de "escupir en contra del viento".
- 2) "El mundo no es una herencia de nuestros padres sino un préstamo de nuestros hijos".
- 3) "El 20% de la población mundial consume el 90% de la producción mundial."

En las citas anteriores, hemos hablado de cómo deterioran las empresas el medio ambiente, pero reflexiona: **¿Cómo contribuyes tú a este proceso?** Consumiendo excesivo papel o envoltorios, conduciendo deprisa en lugar de ir más despacio o incluso andando, utilizando productos muy contaminantes (como el PVC o la lejía), malgastando agua o electricidad, ensuciando las calles o los lugares públicos, haciendo ruido, comiendo alimentos procesados, consumiendo productos de países muy lejanos y despreciando los locales, comprando cosas innecesarias, no reutilizando, no reciclando...estamos contaminando.

¿Qué haces tú para proteger el medio ambiente?

La organización

CASO:

Claudia sigue las explicaciones del profesor sobre los elementos de la empresa y los aplica a "**Imaginaos**". Admira mucho a **Mónica**, la empresaria, porque se atrevió a invertir su dinero, y el de su familia, y a pedir un préstamo para hacer de su sueño una realidad. Ahora sabe que si el negocio no funcionara para ella serían también las pérdidas ¡Qué valiente!

Además es una visionaria porque:

- ✓ Utiliza energía solar, ha establecido medidas eficaces para el ahorro de agua y energía y se recicla el papel y los plásticos y envases.
- ✓ Se preocupa por diseñar los puestos de trabajo, seleccionar adecuadamente a su personal y darles la formación adecuada y continua. La motivación de su equipo es una de sus mayores ocupaciones.
- ✓ La sensación de armonía y de orden que se respira en su negocio hace que apetezca estar allí... Somos muchos los clientes fieles a este negocio.

Recuerda una empresa con la que hayas tenido relación hace poco tiempo y reflexiona: ¿Te pareció que estaba bien organizada? ¿Eran adecuados y eficientes las personas y los recursos de los que disponía?

Para que la empresa funcione debe estar organizada. La **ORGANIZACIÓN** -a la que debido a su importancia vamos a considerar como otro elemento de la empresa- consiste en la coordinación de los elementos humanos y materiales de que se dispone, a fin de obtener el mejor rendimiento de los mismos.

Este **rendimiento óptimo** de los recursos disponibles procura la cantidad y calidad deseadas de un producto o servicio en un tiempo determinado y con un mínimo coste, de tal forma que satisfaga las necesidades del consumidor. Si la empresa está bien organizada decimos que es **productiva**. Por ejemplo, si una empresa gasta mucho dinero en un ordenador con una alta tecnología y un alto precio, éste, por muy moderno que sea, puede no ser productivo si la empresa no obtiene de él un rendimiento óptimo: si podría haber tenido suficiente con otro más económico, si no tiene personal adecuado para utilizarlo, si no es el idóneo para la actividad...

¿Por qué hablamos de **rendimiento óptimo** y no de rendimiento máximo?

Vamos a verlo con un ejemplo: Un restaurante va cada vez mejor y tiene muchos clientes fijos que comen en él todos los días. Se ha hecho un cálculo atendiendo al método y tiempos de trabajo de la empresa y se ha determinado que puede atender satisfactoriamente al día a 40 clientes, ¿qué ocurrirá si pretende atender a 50 o a todas las personas que acudan al restaurante? ¿Cómo se sentirán los trabajadores? ¿Y los clientes? ¿Es más conveniente decirles que vuelvan otro día? A la larga, in-

tentar maximizar los rendimientos de la empresa hace que los trabajadores estén más insatisfechos y cansados, disminuye la calidad de sus trabajos, que haya problemas de espacio, los clientes se cansen de esperar, o sientan que se les atiende con prisa, las materias primas resulten insuficientes...

A continuación exponemos algunas acciones que suponen organización, las puedes ver en la tabla siguiente

La empresa se organiza cuando:	
1	Decide a qué actividad se va a dedicar
2	Planifica y estudia el mercado: clientes, competencia, proveedores...
3	Determina las formas de financiación de la empresa
4	Elige adecuadamente los elementos que se necesita y les asigna una función
5	Estudia y mejora los métodos y tiempos empleados en la relación de las tareas
6	Distribuye en el espacio disponible los elementos con los que cuenta
7	Controla la calidad de su producto
8	Ordena la actividad administrativa de la empresa
9	Investiga y desarrolla nuevos productos o formas de producción
10	Selecciona, adiestra, forma y motiva a los trabajadores de la empresa, etc., etc., etc.

Funciones de la empresa

¿Qué actividades desarrollan las empresas? ¿Son las mismas en todas las empresas? ¿Cómo podemos agruparlas para mejorar la organización? ¿De qué depende el que una función tenga más o menos importancia?

Para cumplir con sus objetivos, las empresas desarrollan una serie de **actividades** diferentes que se agrupan por divisiones, áreas, departamentos..., las denominaremos **funciones de la empresa**. Pueden ser muy variadas y dependen de la empresa.

Hemos optado por la siguiente clasificación:

- ✓ Función comercial
- ✓ Función de producción, de operaciones o técnica
- ✓ Función financiera y contable
- ✓ Función social
- ✓ Función directiva

Vamos a estudiar estas funciones a través de un ejemplo:

Analicemos las actividades que se desarrollan en una empresa dedicada a la fabricación y venta de muebles.

*En primer lugar, una vez investigado el mercado y averiguado las inclinaciones de los consumidores, la empresa habrá de hacer acopio de todo lo necesario para realizar la actividad: local, maquinaria, materias primas... Obtenido el producto, los muebles, habrá de ponerles un precio, comunicarlo a través de la publicidad y venderlo a su clientela. Estas actividades -relacionadas con la compra y venta- se incluyen en la **función comercial o de marketing**.*

*Observamos cómo la empresa, para obtener el producto deseado, debe diseñarlo de acuerdo con las necesidades del cliente, transformar las materias primas a través de un determinado proceso, gestionar el almacén y controlar la calidad del producto. Estas actividades constituyen la **función de producción, técnica o de operaciones**.*

*Por otro lado, para realizar las anteriores funciones, la empresa habrá de tener contestadas y resueltas preguntas como las siguientes: ¿De dónde obtendremos el capital y los recursos necesarios para pagar al personal, las materias primas, el combustible,...? ¿Cuál será el beneficio? ¿Cómo controlo los ingresos y los gastos? ¿Qué documentos debo utilizar? Desarrollará de este modo la **función financiera**.*

*La **función social** tiene que ver con el equipo de personas que integran la empresa: Hay que determinar cuántas y cómo deben ser esas personas, qué tipo de contrato se les va a hacer, establecer las formas de motivación, formación, retribución...*

*Todas estas funciones deben ser coordinadas entre sí como partes de un mismo engranaje, de un sistema; la **función de directiva** consiste en planificar, organizar, mandar y controlar para que la empresa responda a sus objetivos.*

Destacamos las siguientes notas en referencia a las funciones de la empresa:

- ✓ **Dependencia:** la efectividad de una empresa no depende de un área funcional específica, sino de la coordinación de todas ellas.
- ✓ **Graduación de la importancia:** las funciones no revisten la misma importancia en todas las empresas. A veces predomina una sobre las demás, e incluso en ocasiones puede suceder que una

función carezca de relevancia. Por ejemplo para un kiosco de prensa, la función más importante es la comercial y realmente no hay función de producción.

Pero ¿de qué va a depender la importancia de una función? Pues de factores como: la actividad a la que se dedica la empresa, el tamaño, el número de personas implicadas, etc.

Por ejemplo, en el kiosco anterior, todas las funciones son desarrolladas por una sola persona, mientras que en una multinacional, con cientos de personas trabajando, las funciones se multiplican y aparecen nuevas como por ejemplo la de **I+D+I**.

Como verás en temas sucesivos, las funciones de la empresa se corresponden con los apartados del **plan de negocio**, pero no adelantemos acontecimientos...

Finalidad de la empresa: La satisfacción de necesidades.

CASO

¿Finalidades de la empresa? ¿Finalidades de "**Imaginaos**"?

Claudia comienza a elucubrar.... "**Imaginaos**" tiene cinco años, hace dos que los ingresos obtenidos permiten a la dueña del negocio cubrir los gastos y vivir holgadamente de los beneficios. Pero no sería rentable si no cubriera una necesidad de servicios en la localidad o bien si los clientes fieles no estuviéramos satisfechos.

Claudia recuerda una tienda de informática que cerró hace unos meses; los del pueblo pensaron que era un negocio estupendo, pero el dueño, el vendedor, tenía poco don de gentes. La tienda estaba siempre desordenada y Claudia recuerda que un amigo suyo les puso una reclamación porque tardaron mucho en traerle su ordenador. **¿Por qué cerró este negocio?** ¿Por qué cierran tantos negocios?

¿Imaginas una sociedad sin empresas? ¿Cuáles son las finalidades de las empresas en la sociedad? Tradicionalmente se consideraba que la finalidad de la empresa era la obtención de beneficios.

El beneficio no debe ser la finalidad principal del comportamiento o de las decisiones de una empresa actual sino la razón de su existencia. Los **beneficios son el resultado** indispensable sin el cual los negocios no pueden sobrevivir, pero una empresa que considere los beneficios como la meta principal podría no alcanzar su objetivo. Vamos a intentar explicarlo mejor: la **finalidad objetiva** que debe tener en cuenta una empresa moderna es la creación de **clientes**, clientes satisfechos y fieles a los productos o servicios objeto de la actividad empresarial. La **satisfacción de las necesidades de los consumidores** es la base de la supervivencia de la empresa y de su crecimiento futuro.



Pero los consumidores, los clientes, somos cada vez más exigentes y el mundo empresarial es muy competitivo. Las empresas deben conocer esas exigencias y adaptarse a los cambios. Para ello es indispensable que la empresa **conozca su entorno, se comporte de manera ética y asuma su responsabilidad social. Eso es lo que vamos a ver en los siguientes apartados.**

Según un estudio realizado sobre gestión de reclamaciones, un cliente satisfecho transmite a otras dos personas su buena apreciación sobre el producto o el servicio recibido, mientras que el cliente insatisfecho lo comunica a 10 o 15 personas.

Vivimos en una sociedad capitalista y consumista. Las empresas satisfacen nuestras necesidades, pero también nos las crean. Entramos en la carrera del tener y renovar cosas aún útiles (móvil, mp3, ropa...) y nos olvidamos de nuestra necesidad de ser (la felicidad está en el "tener" y no en el "ser") y esto nos produce, según los estudiosos, un sentimiento de continua insatisfacción. Se hace necesario, por lo tanto, articular maneras armoniosas de relación entre las necesidades productivas de la sociedad y las necesidades personales de los individuos.

Para ilustrar este apartado te invitamos a ver los objetivos o finalidades ofrecidos en su web por la empresa Jazztel

Objetivos de Jazztel

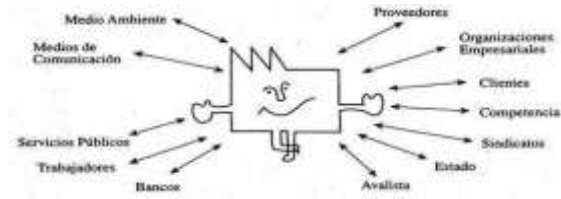
http://www.jazztel.com/jazztel/mision_vision_objetivos.php

El entorno de la empresa

La empresa es un sistema abierto en el que se dan relaciones internas y que se relaciona con el exterior

Reflexiona sobre las siguientes cuestiones:

¿Se pueden entender los elementos de la empresa de forma aislada? (¿capital sin personas?, ¿directivos sin subordinados?....¿Y las funciones de la empresa ¿pueden existir unas sin relacionarlas con las otras? (¿comprar sin producir? ¿Ventas sin dirección?....)



¿Tiene sentido concebir a la empresa como una entidad aislada de su entorno, sin relacionarse con lo que le rodea?

La **Teoría General de Sistemas** responde a estas cuestiones y plantea que la empresa es un sistema, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados tendentes a la consecución de un objetivo. Estas relaciones se dan en el seno de la empresa (entre sus elementos y funciones) pero también con el entorno en el que actúa y con el sistema económico global. La empresa es por tanto un sistema abierto.

¿Qué entendemos por **entorno empresarial**? Todos los factores externos a la empresa que influyen en la empresa y que condicionan su actividad.

Del entorno la empresa recibe trabajo, capital, materiales, recursos, denominados "entradas", que una vez transformadas proporcionarán "salidas": productos y servicios que la empresa ofrece al mercado.

El entorno empresarial es inestable, complejo y competitivo. La empresa debe ser capaz de conocer ese entorno, adaptarse a las necesidades, prever los cambios con anticipación, evaluar el impacto de esos cambios en su actividad y prepararse para cuando se produzcan.

Para estudiar el entorno empresarial lo dividiremos en dos niveles, general y específico.

- **Conocer la realidad cercana** nos ayuda a comprender mejor nuestra situación y la del mundo.

- Toda empresa ha de **evolucionar y adaptarse** a su entorno, no pudiéndose considerar nunca que ha alcanzado una posición estable y definitiva

- El desarrollo imparable de las **nuevas tecnologías** y la generalización del uso de INTERNET, están cambiando los modelos de empresa, la manera de hacer los negocios, y bastante más allá, las propias pautas de comportamiento y de relación social.

Entorno general y específico

El entorno empresarial generalmente se divide en entorno general y específico.

¿Para qué sirve esta división? Pues para analizarlo mejor. Entender la empresa como un sistema y conocer su entorno le va a permitir alcanzar sus objetivos y establecer las estrategias que la lleven al éxito. Vamos a profundizar en esta división.

A) Entorno general o macroentorno.

Se trata de factores externos que influyen en las empresas y que éstas no pueden controlar. Para analizarlos los clasificaremos del siguiente modo:

- ✓ **Factores económicos:** situación económica general, si hay crecimiento o recesión económica, el desempleo, los tipos de interés en los préstamos, los impuestos que hay que pagar, la inflación, el Producto Interior Bruto, la renta nacional, el incremento de las desigualdades económicas en el mundo, en las ciudades, en nuestra comunidad..., la diversificación de la oferta productos y servicios, la globalización económica y la deslocalización
- ✓ **Factores socioculturales:** ¿cómo es la sociedad en la que la empresa se desenvuelve? La disminución de la natalidad, el aumento de la esperanza de vida, el aumento del nivel de ingresos de sectores importantes de la población, la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, la importancia del ocio y del tiempo libre, el aumento del consumismo, el incremento del número de personas solas, de personas que viven en la ciudad o que trabajan en sus hogares, una nueva concepción de la familia, nuevos estilos de vida, mejora del nivel cultural y de información, la inmigración...
- ✓ **Factores políticos:** la situación política del país, el partido que gobierna, la pertenencia a organizaciones como la Unión Europea, son ejemplos de factores políticos que afectan a las empresas.
- ✓ **Factores legales:** las leyes del Estado sobre impuestos, seguridad laboral, relaciones laborales, ayudas y subvenciones, delitos que las empresas puedan cometer (protección de datos, delitos ecológicos...), etc.
- ✓ **Factores tecnológicos:** la revolución en las telecomunicaciones, la robótica, el teletrabajo, la tele-enseñanza, las ventas por ordenador, televisión o por catálogo, los avances en la medicina, las tarjetas de crédito (dinero de plástico), las energías no contaminantes, INTERNET y otros muchos avances están revolucionando el concepto de empresa.
- ✓ **Factores propios de cada sector** Cómo se trabaja en ese sector, si está en crecimiento, estancado o evolucionando, si es un sector emergente considerado yacimiento de empleo, leyes o normas que regulen, fomenten o pongan algún tipo de requisito o impedimento al desarrollo de nuestra actividad, posibles subvenciones y ayudas del Estado o de organismos relacionados con la actividad, asociaciones a las que debamos pertenecer, desempleo, nuevos materiales, necesidad de reducir residuos o de mejorar la calidad de un producto o el servicio de atención al cliente, avances tecnológicos en el sector, productos sustitutivos, evolución de la competencia, nuevos consumidores o nuevas necesidades, certificaciones de calidad, medidas de protección del medio ambiente, facilidad de acceso a los suministros necesarios para llevar a cabo la actividad, posibilidad de créditos bancarios, si hay estacionalidad porque se venda más en unos meses que en otros, etc.

Es un entorno ¿estable o cambiante? ¿Hostil o favorable? ¿Simple o complejo?

B) Entorno específico o microentorno:

- ✓ Se trata de factores cercanos a la empresa o al sector en el que desarrolla su actividad y que le influyen directamente. Sobre estos factores la empresa puede ejercer un cierto control. Se refieren a:
- ✓ **La competencia.** ¿Quiénes y cuántos son?, ¿Qué servicios ofrecen?, ¿En qué fallan?, ¿En qué destacan?Cuál será nuestra ventaja diferencial: ¿Los precios? ¿La calidad? ¿El modo de tra-

bajar? ¿La publicidad?. ¿Cómo será la competencia futura? ¿Pueden ser nuestros productos más baratos o de más calidad? ¿Qué empresas ofrecen productos o servicios complementarios o sustitutivos de los míos? ¿Cómo puedo competir con ellas?

- ✓ **Los clientes reales o potenciales:** ¿Quiénes son?, ¿Qué características tienen?, ¿Cuáles son sus necesidades? ¿A quién compran ahora y por qué lo hacen? ¿Cuándo y cuánto compran? ¿Estarían dispuestos a comprarnos?
- ✓ **Los proveedores o intermediarios:** ¿Quiénes son? ¿Qué condiciones me ofrecen? ¿Cómo puedo mejorar esas condiciones? ¿Qué condiciones les debo exigir?
- ✓ **Los prescriptores:** ¿quiénes son las personas que recomiendan nuestros productos o servicios a otras? ¿Qué comentan? ¿Cómo podemos incrementar su número?

Para investigar sobre el entorno empresarial en Andalucía puedes consultar la Web de la Agencia IDEA

<http://www.agenciaidea.es/web/guest/datos-basicos>

TEMAS PARA EL FORO, FORO ESPECIAL

Normativa aplicable al sector económico relacionado con el Ciclo Formativo que estás cursando

En este foro te invitamos a confeccionar junto con tus compañeras y compañeros de grupo un listado de normas relacionadas con el ciclo que estás cursando y el sector económico al que pertenece. Indica el nombre de la norma, la forma de buscarla (BOE, BOJA, link ...) y su utilidad.

Este documento tal vez te sea de utilidad en un futuro no muy lejano.

La cultura empresarial y la imagen corporativa

Claudia se pregunta por qué le gusta tanto "Imaginaos", porque quiere trabajar en esta empresa cuando termine el ciclo. Sería estupendo poder hacer las prácticas allí para que la conocieran y vieran que ella es como ellos. "como ellos" ¿Cómo quiénes? Pues como todo el equipo de la empresa: gente educada y correcta, que se aprecian y respetan mucho, que se nota que les gusta lo que hacen, que tratan a la clientela de una forma excelente, que se preocupan porque todo esté ordenado y cumpla su función.... Le gusta "la pinta" de la empresa, la imagen que transmite. Claudia se ríe de sus pensamientos: "Si "Imaginaos" fuera una persona, me gustaría ser su amiga".

Recuerda que la **empresa es un sistema**, una entidad -formada por una serie de elementos, con unas determinadas funciones- que se relaciona con el exterior, ¿Qué **principios o valores** sustentan las relaciones de la empresa? ¿Cómo quiere ser? ¿Cómo quiere comportarse en sus relaciones internas y externas? ¿Tienen todas las empresas la misma cultura?

Toda empresa tiene unos **pilares básicos a la hora de dirigir sus actuaciones**, un conjunto de creencias, valores, principios, normas, conocimientos, hábitos... que rigen su funcionamiento, que son asumidos y compartidos por las personas y los grupos que la integran y que se manifiesta en la forma en la que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno, es la **cultura empresarial**.

La cultura de una organización la hace **diferente** del resto y condiciona los **objetivos** que se fija y las **estrategias** que emplea para lograrlos. Para que la cultura empresarial sea aceptada y asumida por el equipo humano que la integra es importante que las personas que dirigen la organización ejerzan un **liderazgo** eficaz que garantice la interpretación correcta de los elementos culturales.

Pero ¿hacia dónde puede estar orientada la cultura de una empresa? Unas empresas orientan su cultura **al poder** (competitivas, luchadoras, jerarquizadas...), otras se preocupan por la **función** (por el orden, la responsabilidad, la estructuración, la lealtad...), otras se orientan a la **consecución de objetivos** y resultados fomentando por ejemplo la planificación y el trabajo en equipo. En los últimos tiempos está incrementándose el número de empresas que centran su atención **en las personas, en el equipo humano**, tratando de satisfacer sus necesidades sociales y potenciando su desarrollo personal y profesional. Su **estructura**, con pocos **niveles de autoridad**, fomenta la participación y el consenso en las decisiones. El bienestar de los empleados, la realización personal y la conciliación entre vida laboral y personal podrían ser algunos de sus valores.

¿Cómo se manifiesta al exterior la cultura de la empresa? ¿Qué es la **imagen corporativa**? es la imagen que la empresa proyecta al exterior, lo que la gente piensa y siente acerca de lo que la empresa es y cómo actúa. El **logotipo**, la decoración, los uniformes de la empresa, los colores distintivos, el **eslogan**, la publicidad, la música, los envoltorios, la forma de trabajar...incluso el olor, son símbolos que transmiten una imagen, una personalidad de la empresa y que influyen en el éxito o fracaso de la misma. Es importante que la imagen percibida coincida con la imagen que la empresa quiere comunicar.

- ➔ Lo que la empresa cree que debe ser
 - ➔ Lo que la empresa es
 - ➔ Lo que la empresa transmite
 - ➔ Lo que perciben los demás de la empresa

¡CIERRA LOS OJOS Y RECUERDA LA IMAGEN CORPORATIVA DE ALGUNA EMPRESA!

La ética empresarial

¿Cuándo decimos que un comportamiento es ético? ¿Qué es la ética empresarial? ¿Cuándo una empresa no tiene un comportamiento ético? ¿Son incompatibles los términos "negocio" y ética? ¿El fin justifica los medios en el mundo empresarial?

La ética es la parte de la Filosofía que estudia la moral y determina qué es lo bueno (o lo malo), lo correcto (o incorrecto), lo permitido (y lo no permitido) y cómo se debe actuar. La empresa actúa y sus actuaciones tienen unas repercusiones positivas o negativas sobre las personas que la integran y sobre otras entidades o personas y sobre el entorno.

Hemos recopilado algunas acciones o valores que son considerados éticos y no éticos en el mundo de los negocios, los puedes ver a continuación.

Ético				No ético			
Puntualidad	disciplina	orden	amabilidad	Ambición desmedida	ascensos a cualquier precio	sueldos desorbitados	especulación
innovación	participación	trabajo en equipo	flexibilidad	competitividad	bancarrota	arrogancia	comportamientos elitistas
excelencia	consenso	creatividad	honestidad	sobornos	extorsiones	subcontratas	fraudes
compromiso	cooperación	responsabilidad	igualdad	publicidad engañosa	discriminación laboral	condiciones laborales precarias	contaminar
justicia	tolerancia al conflicto	apertura al entorno	transparencia	coacciones	acoso	competencia desleal	derrochar
iniciativa	lealtad	libertad	contribuir al bien común	usar la fuerza	actitud deshonestas	revelación de secretos	corrupción
diálogo	solidaridad	cumplir las leyes y los pactos	justicia social	incumplir las leyes	amenazar	cultura del pelotazo	deslealtad
integridad	diversidad	buen servicio		juego sucio	incumplir acuerdos	morosidad	
el uso racional de los recursos naturales	calidad	autorrealización,					
salud	seguridad	respeto					

Estos principios se recogen en **códigos de conducta** que se convierten en la expresión escrita de la cultura de la empresa.

En la siguiente dirección de Internet puedes leer el código de conducta del holding Inditex, al que pertenecen empresas tan conocidas como Zara, Massimo Dutti, o Bershka,
http://www.inditex.com/es/responsabilidad_corporativa/social/codigo_conducta

¿Qué consecuencias tiene un comportamiento no ético para la empresa? Muchas y muy graves:

- ✓ Desprestigio y mala imagen.
- ✓ Pérdida de clientes, trabajadores descontentos o que dejan la empresa, proveedores que no quieren establecer relaciones comerciales, bancos que no aprueban créditos...
- ✓ Pérdida de relaciones con la Administración, pérdida de posibles subvenciones o ayudas.
- ✓ Sanciones jurídicas, cuando además los actos no éticos incumplen las normas jurídicas.

→ Investigaciones recientes indican que los españoles piensan que **el objetivo fundamental de las empresas** es ganar dinero y que deberían dar más importancia a su componente social.

→ El **29 de Noviembre** los americanos celebran un día muy especial: "**Buy-nothing day**" "HOY NO COMPRES NADA". 24 horas en las que se pretende que millones de personas aguanten sus impulsos consumistas. ¿Qué te parece si les copiamos la idea? O mejor aún. ¿Por qué no nos hacemos la siguiente pregunta cada vez que compremos algo?: ¿Lo necesito?

→ Es interesante consumir productos de "comercio justo". El comercio justo pretende establecer relaciones comerciales más justas que garanticen la dignidad salarial, la igualdad entre hombres y mujeres, la erradicación de la explotación infantil o el respeto al medio ambiente. Para más información consultar

www.solidaridad.org y www.intermonoxfam.org/tienda

Los líderes del futuro estudiarán filosofía e historia para no equivocarse La ética puede ser rentable, pero hay que actuar de forma ética aunque no sea rentable

Si tus decisiones no se pueden publicar en la portada de un periódico, algo va mal. Si los médicos y abogados aceptan códigos de conducta que rigen su vida profesional, ¿por qué no los dirigentes de grandes multinacionales, de las que dependen economías enteras y millones de personas?

*"Desde hace pocos años son muchos los **productos de "usar y tirar"**. Si bien este tipo de objetos han favorecido el crecimiento económico, su utilización se ha extendido a otros dominios de la vida, instaurándose una verdadera cultura de esta práctica que está acabando con valores como conservar, cuidar, mimar o reparar.....¡Adquirir un producto nuevo es más barato que arreglar uno estropeado! Usar y tirar es fantástico para la economía, ya que dispara el consumo, motor del crecimiento económico. Pero ¿cuáles son las consecuencias del usar y tirar? Una de ellas es el inmenso basurero en el que estamos convirtiendo el mundo... se necesita tanta materia prima que estamos devorando el planeta..."*

Fernando Trías de Bes

La responsabilidad social de las empresas

CASO

El profesor de EIE les habla de la responsabilidad social de las empresas y proyecta un vídeo en que se denuncia cómo determinadas multinacionales esquilman bosques milenarios y establecen precarias condiciones laborales en países pobres mientras que en su publicidad dicen dedicar un porcentaje de sus beneficios a proyectos educativos solidarios.

Claudia está indignada. Por otro lado, se acuerda de que en "Imaginaos" hay un cartel que dice "Somos socialmente responsables". ¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?

Te invitamos a ver el siguiente vídeo que profundiza en el concepto de responsabilidad social.

La responsabilidad social (RSE) supone que la empresa toma en consideración las repercusiones que sus actividades tienen en su entorno y en la sociedad y asume voluntariamente **compromisos** que van más allá de las obligaciones legales, que debe cumplir en cualquier caso, y por los que pretende contribuir al desarrollo sostenible y por los que intenta:

- ✓ elevar los niveles de desarrollo social
- ✓ proteger el medio ambiente
- ✓ respetar los derechos humanos
- ✓ adoptar un modo de dirección abierto que reconcilie los intereses de los diferentes agentes sociales.

Es tal la importancia que la Responsabilidad Social tiene para el mundo actual que las Naciones Unidas ha propuesto el denominado Pacto Mundial que busca el compromiso voluntario de las empresas y organizaciones para la implantación de **Diez principios** basados en los derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Para conocer esos principios, te mostramos este decálogo:

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

El Pacto Mundial es una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas. Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Estos **diez principios son**:

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

¡Las empresas que asumen su responsabilidad social son una realidad!

En los siguientes vídeos podrás ver algunos ejemplos de empresas que asumen su RS
<http://www.emprendedorestv.com/canal/31/emprendedores-sociales>

¿Cómo se gestiona la responsabilidad social? Proponemos los siguientes pasos:

- ✓ Analizar y diagnosticar la situación de la empresa
- ✓ Establecer un código propio de normas en el que se recojan las medidas que se pretende adoptar para que la cultura de la empresa y sus actuaciones sean éticas y socialmente responsables
- ✓ Poner en práctica esas medidas
- ✓ Evaluar los resultados de su aplicación
- ✓ Adoptar las medidas correctoras oportunas para mejorarlo

Estrategias para ser socialmente responsable

¿Cómo puede la empresa contribuir a mejorar las condiciones del entorno? ¿Qué podemos hacer para ser socialmente responsables? ¿Quiénes pueden verse afectados por esas actuaciones? ¿Cómo se puede mejorar la relación de la empresa con los grupos de interés? ¿Qué puedes exigirles a esos grupos? ¿Quieres algunos ejemplos por si algún día decides montar tu propio negocio?

La responsabilidad social se debe manifestar en las relaciones de la empresa con sus grupos de interés. Se denominan **grupos de interés o stakeholders** a las personas o grupos de personas que afectan o se ven afectados por las actividades, productos o servicios de una empresa u organización.

A continuación te presentamos algunos ejemplos de actuaciones o **medidas** que implican asumir responsabilidad social y los grupos a los que afectan estas acciones.

Tu empresa socialmente responsable

- ✓ Las **actuaciones de los gobiernos no están siendo suficientes** para eliminar o corregir los desajustes sociales, económicos y medioambientales que existen a nivel mundial. Se hace necesario el compromiso de todos.
- ✓ -Las encuestas muestran que cada vez más consumidores no sólo quieren productos buenos y seguros, sino también tener la seguridad de **que se producen y comercializan de manera responsable** desde el punto de vista social, aunque ello pueda suponer un mayor coste. ¿Eres tú uno de ellos?
- ✓ Existen **etiquetas sociales y ecológicas** por parte de distintos fabricantes, sectores industriales, **ONG** o administraciones. Ejemplos: La norma ISO 14001, AENOR medioambiente, FSC, certificado EFR, Comercio Justo...
- ✓ Desde las Administraciones y los Organismos Internacionales (ONU, OCDE, OIT y UE) se trata de fomentar que las empresa introduzcan en su **gestión** acciones que contribuyan al progreso económico y social dentro del marco del **desarrollo sostenible** (*El desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades*), entendiendo por "sostenible" la satisfacción de las necesidades del presente sin sacrificar las necesidades de las generaciones futuras.

El Libro Verde de la Unión Europea, El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, ayudas y premios para empresas socialmente responsables....todo esto y mucho más lo podrás encontrar en la Web del Ministerio de Trabajo e Inmigración

<http://www.mtas.es/es/empleo/economia-soc/RespoSocEmpresas/indice.htm>

¡Este grupo se apunta a la ecología !

Hemos recopilado una serie de noticias relacionadas con las empresas y el medio ambiente que deseamos sean de tu interés. También queremos invitarte a incrementar esta lista, para ello te proponemos abrir un hilo en el foro que se llame: ¡Este grupo se apunta a la ecología!

En él iremos aportando noticias positivas y negativas, relativas al tema.

Hoy en día cada vez es mayor el número de empresas y de sectores que adoptan valores éticos y estrategias de responsabilidad social en materia de condiciones laborales, relaciones con proveedores, protocolos de actuación con los clientes, protección del medio ambiente... ¿Por qué?

- ✓ La organización interna se hace más efectiva y eficiente
- ✓ Se fomenta el compromiso de las personas que las integran y con el entorno
- ✓ Se atiende a las exigencias de consumidores socialmente responsables
- ✓ Mejoran la imagen corporativa
- ✓ Permiten diferenciarse de negocios que no asumen esa responsabilidad
- ✓ Las hace más competitivas e incrementar su rentabilidad

EMPRESAS Y MEDIOAMBIENTE

1. Entre los Nuevos Yacimientos de Empleo (que están favorecidos por los organismos estatales y autonómicos) se encuentran los relacionados con la gestión del medio ambiente: la gestión de los residuos, del agua, la protección y mantenimiento de las zonas rurales, gestión de la energía y control de la contaminación e instalaciones correspondientes, prevención, evitación y reparación de daños medioambientales provocados por las empresas.
2. A nivel andaluz, existen ayudas relacionadas con la protección del medio ambiente, sus objetivos serán incentivar inversiones en infraestructuras e instalaciones; mejorar el control ambiental de las pymes; fomentar el ahorro energético; promocionar el uso de las energías renovables y actuar sobre espacios naturales afectados por la industria extractiva. En la siguiente dirección puedes encontrar información relacionada con el tema:
<http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/>
3. Desarrollo sostenible de Andalucía:
<http://www.iesa.csic.es/es/proyectos/medioambiente.php>
4. La nueva ley de Responsabilidad Ambiental exige a las empresas reparar los daños ecológicos que puedan ocasionar: “ las empresas que desarrollen actividades potencialmente peligrosas para el medio ambiente deberán, además de pagar, limpiar y reparar cualquier daño que provoquen al entorno”
5. Uno de los primeros desastres ecológicos en España fue la utilización de maderas de Huéscar y Ugíjar (Granada) para la construcción de los barcos de la Armada Invencible.
6. En <http://leuropa.eu.int/commlifelhome.htm> encontrarás información sobre ayudas para proyectos de reutilización de residuos, reducción del impacto medioambiental, etc.
7. "Ohanes, primer municipio ecológico de Europa". Los sistemas de cultivo no utilizan maquinaria sino arados de mulos, abonos naturales, reciclan el estiércol, se esta reforestando, se cuida el aspecto de las viviendas...
8. En Andalucía existe una experiencia pionera en ahorro de energía: se trata de cultivar cardos y de su combustión sacar combustible para energía eléctrica, calefacción, etc. Usar cardos como carbón.
9. Algunas empresas están reutilizando el excremento de los cerdos para la obtención de energía. (Su descomposición genera metano).
10. Es posible reutilizar el alpechín como combustible o como aceite engrasante en talleres mecánicos o para hacer jabón.
11. Existe una franquicia que se dedica a suministrar oxígeno en ciudades con mucha contaminación.
12. El aloe vera, planta autóctona del parque natural de Cabo de Gata es el mejor cosmético natural para heridas, quemaduras, acné.
13. En Pulpí, Viator y Nijar (Almería) existen cultivos sin tierra- hidropónicos- a través de un sistema de canalización de agua que mejora su aprovechamiento.
14. En algunas carpinterías de Almería y Toledo se aprovechan las virtudes de la madera para la calefacción, contrachapado y fraguado de suelos.
15. El Vertedero municipal de Vélez Rubio (Almería) dispone de distintas áreas (vidrio, basura...).
16. En algunas tiendas de móviles disponen de contenedores para reciclar móviles que ya no se usan.
17. Ciberactúa con la asociación ecologista Greenpeace www.greenpeace.es.
18. En Almería la empresa Crisol Agro de El Ejido –concienciada con el medio ambiente- emplea plaguicidas biológicos (cría abejorros, por ejemplo, que evitan plagas en los cultivos).
19. Se esta empleando la cáscara de coco para el relleno de los asientos de los coches.
20. La Asociación de Empresas de Productos Ecológicos de Andalucía (EPEA) posee catálogo virtual en el que consumidores y distribución podrán conocer a través de internet (www.epea.es) el proceso de producción de cada una de las 53 empresas y las más de 600 referencias que elaboran.

Balance social o Memoria de sostenibilidad

¿Cómo se puede valorar el cumplimiento de los principios de responsabilidad social asumidos por una empresa? ¿Para qué sirve esa valoración? ¿A quién puede interesar?

El instrumento de gestión que permite registrar, organizar, evaluar y planificar la gestión social de una empresa en términos cuantitativos y cualitativos se denomina balance social o memoria de sostenibilidad

No existe una obligación legal de elaborar esta memoria o balance, su realización es **voluntaria**. Por otro lado, la gestión de la responsabilidad social es un **proceso continuo**, por lo que el balance social refleja la situación en un momento en concreto.

De la misma forma que la empresa hace un balance financiero para cuantificar su situación de tesorería, puede elaborar un balance social para cuantificar los datos sociales de la empresa. Aquí el problema es que no hay unos parámetros universales que podamos tener en cuenta y que hay variables que son complicadas de cuantificar; a pesar de eso, cada empresa debe definir unos **indicadores** que interpreten específicamente su gestión realizada en materia de RS. Pero ello va a depender del **tipo de empresa** (por ejemplo, no utilizaremos los mismos indicadores para evaluar la gestión social de una empresa de construcción, que la de una discoteca o la de un centro de educación infantil) y de **las medidas adoptadas** con el fin de ser más responsables socialmente.

Para saber más sobre el **Balance Social** y los indicadores que se utilizan para realizarlo es conveniente que consultes el siguiente documento editado por el **Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo**:

http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/301a400/ntp_305.pdf

- La **Global Reporting Initiative** es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de documentos para la elaboración de memorias de **sostenibilidad** de aquellas compañías que desean evaluar su **desempeño económico, ambiental y social** (http://es.wikipedia.org/wiki/Triple_resultado). Te invitamos a visitar su interesante Web.

<http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm>

- La **Social Accountability International** (SAI) ha elaborado una norma sobre las condiciones de trabajo y un sistema de control independiente es la **SA8000** que puedes encontrar en la Web de la organización.

<http://www.sa-intl.org/>

¿Para qué sirve el Balance social? La elaboración del Balance Social permite cumplir, entre otros, los siguientes objetivos:

- ✓ Evaluar la efectividad de las actuaciones realizadas en materia de RS y su rentabilidad
- ✓ Informar a los diferentes sectores y grupos de interés con los que la empresa se relaciona
- ✓ Plantear mejoras y corregir aspectos que no coincidan con la situación deseada
- ✓ Diagnosticar, planificar y elaborar nuevos programas de actuación que fortalezcan el compromiso de ser socialmente responsables

Tipos de empresas

El profesor de EIE continúa con la explicación del tema: "Para estudiar los tipos de empresas, os voy a contar las historias de cinco de ellas: **Grande, Mediana, Pequeña, Sumergida y Oenege**.

Grande es una empresa de producción de muebles con varias fábricas que distribuye sus productos por toda España. Tiene una plantilla de más de quinientas personas. Es una empresa fabril o manufacturera y se incluye en el sector secundario.

Mediana es una explotación de agricultura intensiva situada en Roquetas de Mar (Almería) que da trabajo a unas 80 personas de forma permanente. Pertenecer al sector primario porque produce bienes, es extractiva

Pequeña es un restaurante especializado en comidas caseras ubicado en un barrio muy popular de una ciudad. **Pequeña** quiere contratar a **Sumergida** para que le haga la página Web. Sumergida le ha dado un presupuesto más económico que otras empresas consultadas. Pequeña y sumergida son empresas de servicios, se encuadran en el sector terciario. Estas empresas tienen en común que son socias de **Oenege**, una asociación sin ánimo de lucro cuyo principal objetivo luchar por un mundo más justo y solidario.

Hemos comenzado clasificando las empresas según su tamaño, la actividad a la que se dedican y el sector económico al que pertenecen. ¿Recordáis estos conceptos? Los hemos estudiado desde pequeños y son las primeras clasificaciones que vamos a analizar esta última parte del tema dedicada a **los tipos de empresas**. Para no alargarnos mucho, dejaremos la clasificación jurídica, que es muy importante y más complicada, para un tema posterior".

¿Son todas las empresas iguales? ¿En qué se diferencia un ganadero de un carnicero desde el punto de vista económico? ¿Qué era aquello que estudiábamos del sector primario, secundario y terciario? ¿Qué es una empresa de servicios? ¿Por qué las multinacionales tienen tanto poder? ¿Por qué los cárteles están prohibidos? ¿Son recomendables las franquicias? ¿Por qué el Estado ayuda a las PYMES?

Las empresas se pueden clasificar atendiendo a distintos criterios. En este tema se analizarán las clasificaciones que puedan sernos de mayor utilidad con los siguientes objetivos:

- ✓ Tener una visión global del tejido empresarial nacional e internacional.
- ✓ Encuadrar una empresa concreta en cada una de las clasificaciones más usuales.
- ✓ Comprender algunos conceptos que se utilizan con mucha frecuencia y cuyo significado puede que no lo tengamos demasiado claro: PYMES, empresas de servicios, franquicia, monopolio, holding, sectores económicos, cárteles...).

Atenderemos a los siguientes criterios de clasificación:

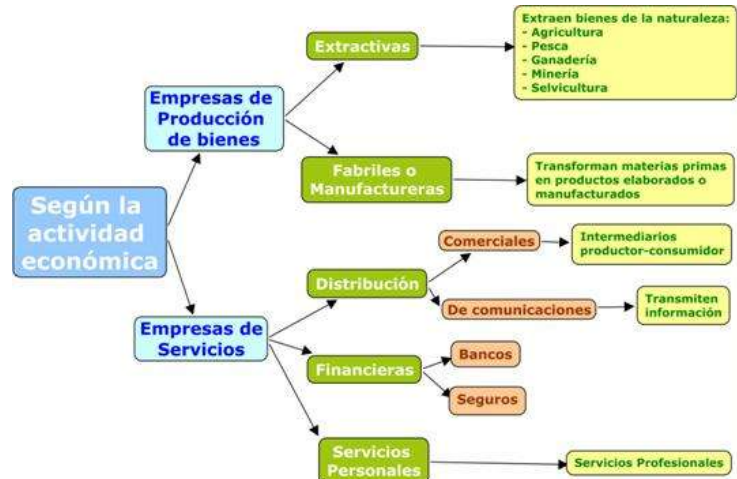
La actividad económica

- ✓ El sector económico (Cualquiera de las partes de la actividad económica. Los sectores económicos se subdividen atendiendo a distintos criterios)
- ✓ La dimensión.
- ✓ El ámbito geográfico (Determinado territorio en el que la empresa ejerce su actividad)
- ✓ La titularidad del negocio.
- ✓ Dejaremos la clasificación jurídica de las empresas para un tema posterior debido a su importancia y complejidad.

Clasificación según la actividad económica

En este apartado del tema clasificaremos las empresas atendiendo al criterio de la actividad económica que realizan.

Lo haremos a través del siguiente esquema:



En la página Web del Instituto nacional de Estadística (INE), puedes consultar la clasificación nacional de actividades económicas. Se trata de una hoja de cálculo en la que se recogen todas las actividades económicas que se desarrollan en España y a las que se asigna un código alfanumérico.

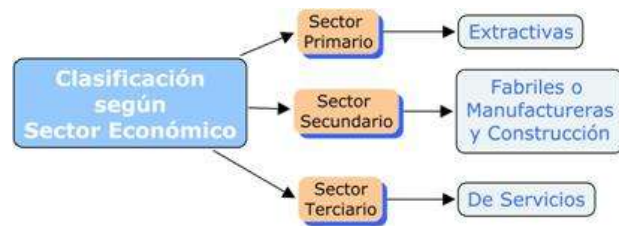
http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cnae09/estructura_cnae2009.xls

En el siguiente pdf puedes encontrar datos estadísticos sobre empresas españolas publicados por el DIRCE (Directorio Central de Empresas)

<http://www.ine.es/prensa/np513.pdf>

Clasificación según el sector económico

En este apartado te vamos a presentar una nueva clasificación de las empresas que atiende al sector económico en el que se encuadran. Los sectores económicos son los siguientes:



Desde hace poco tiempo, debido a su creciente importancia y expansión, algunos autores han añadido un nuevo sector: el **«cuaternario»**. Se incluyen en él empresas relacionadas con la investigación y el desarrollo, la innovación y la información.

Las empresas normalmente centran su actividad en un sector concreto pero puede haber grandes empresas o grupos de empresas que **desarrollen su actividad en más de un sector** o incluso en los tres sectores.

Imagina por ejemplo el caso de una multinacional de restaurantes de comida rápida que tiene sus propias ganaderías, fábricas en las que realiza sus productos elaborados y cientos de restaurantes repartidos por todo el mundo.

Para determinar el **grado de desarrollo de un país** se puede analizar el porcentaje que representa cada uno de los sectores sobre el Producto Interior Bruto *(es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un período de tiempo determinado, normalmente es un trimestre o un año. El PIB es una magnitud de flujo, pues contabiliza sólo los bienes y servicios producidos durante la etapa de estudio. Además el PIB no contabiliza los bienes o servicios que son fruto del trabajo informal (trabajo doméstico, intercambios de servicios entre conocidos, etc.))*. Con carácter general, en países en los que predomina el sector primario son países subdesarrollados y si predomina el sector servicios son países con un alto nivel de desarrollo.

Clasificación según su dimensión

¿Cuáles son los parámetros utilizados para definir a una empresa como **pequeña, mediana o grande**?

Un primer criterio puede ser el de las personas que trabajan en ella, es decir el número de efectivos de personal. Ten en cuenta que una empresa puede ser grande (mucho capital, muchos beneficios, proyección internacional...) pero tener una plantilla reducida porque todo su proceso de producción esté mecanizado; esto ocurre por ejemplo en las grandes compañías cementeras. O a la inversa, puede haber empresas no demasiado grandes que necesiten a muchos trabajadores en su proceso de producción o de comercialización.

Entonces, **¿cómo valoramos la dimensión de una empresa?**

Para clasificar a las empresas según su dimensión se utilizan **diferentes parámetros**:

- ✓ el volumen de ventas,
- ✓ el capital social (*el importe monetario, o el valor de los bienes que los socios y socias de una sociedad le ceden a ésta sin derecho de devolución y que queda contabilizado en una partida contable del mismo nombre*),
- ✓ los beneficios,
- ✓ el ámbito geográfico,
- ✓ el número de sucursales (*Establecimiento que, situado en distinto lugar que la central de la cual depende, desempeña las mismas funciones que ésta*)....

Vamos a clasificarlas del siguiente modo:

- ✓ **Microempresas:** de 0 a 5 trabajadores
- ✓ **Pequeñas:** de 6 a 49 trabajadores, con facturación anual no superior a 7 millones de euros.
- ✓ **Medianas:** de 50 a 250 trabajadores, con una facturación anual no superior a 40 mill. de euros.
- ✓ **Grandes empresas:** más de 250 trabajadores, con facturación anual superior a 40 mill. de euros.

¿Qué podemos hacer para que nuestra empresa parezca "más grande"?

Ante las grandes empresas la mayoría de los clientes piensan que son más profesionales, que ofertan mejores servicios y de mayor calidad, que son más estables y permanentes en el mercado, que responden mejor a sus demandas....

Sobre todo para una empresa que está comenzando puede ser una buena estrategia parecer más grande, pero ¿cómo hacerlo? Entre otras medidas para conseguir parecer más grande citamos las siguientes:

- ✓ Cuidar la recepción de llamadas: no contestar directamente ni dejar el contestador.
- ✓ El nombre de la empresa si lleva unido " y asociados" o "grupo de", da idea de mayor dimensión.
- ✓ El material de papelería y el envoltorio de los productos debe ser escogido con cuidado.
- ✓ El domicilio social conviene buscarlo en zonas adecuadas.
- ✓ Las tarjetas de presentación deben incluir números de teléfono, e-mail y página Web.
- ✓ Estudiar la publicidad.
- ✓ Acudir a ferias y congresos para darse a conocer entre los profesionales del sector.
- ✓ Anunciarse en las páginas amarillas.

Mención especial para las PYMES

¿Qué es una PYME? ¿Qué ventajas e inconvenientes presentan estas pequeñas y medianas empresas?

Las **PYMES** en general se encuentran con los siguientes **problemas**:

- ✓ carencia de tecnología y de capacidad de investigación
- ✓ dificultad en el acceso a la información
- ✓ la competencia de grandes empresas
- ✓ menor fuerza para presionar a los **proveedores** y reducir costes
- ✓ financiación casi exclusivamente a través de los **bancos**, lo que hace que posean créditos más caros.

Pero, por otra parte, presentan algunas **ventajas** como la posibilidad de dar un trato más personal al cliente o poder cubrir los huecos que las grandes empresas dejan en clientes insatisfechos.

Puede haber PYMES muy rentables y grandes empresas que tienen que cerrar por no serlo.

Encontrarás información útil en la página Web del Instituto de la pequeña y mediana empresa:

<http://www.ipyme.org/>

No sólo el tamaño importa, el instituto **Great Place to Work** elabora anualmente un listado de las **50 Mejores Empresas para Trabajar en España**. ¿Quieres saber cuáles son? A continuación te ofrecemos la dirección de Internet por si quieres consultar este ranking.

<http://www.greatplacetowork.es/>

¿Sabías que hay empresas denominadas "gacelas" y otras que sufren del "síndrome de Peter Pan"?

- **¿Qué son las empresas gacela?** Son las PYMES capaces de crecer por encima del 20% durante tres años consecutivos. Bonito sueño ¿verdad? En el siguiente dossier publicado por la revista Emprendedores se analizan las características de este tipo de empresas y algunos ejemplos

<http://media.eresmas.com/biblioteca/img/emprendedores/dossier106.pdf>

- Existen muchas empresas con el llamado "**Síndrome Peter Pan**" para las que el crecimiento no está contemplado entre sus objetivos. Son empresas para las que tener un tamaño reducido es una **ventaja diferencial**. Suelen ser empresas más especializadas, más flexibles que las grandes, a las que gusta el contacto personal con los clientes y que ofrecen una mayor calidad. ¿Conoces alguna empresa de tu localidad con el síndrome de Peter Pan?

Clasificación según el ámbito geográfico

¿En qué se diferencian una empresa local, una nacional y una multinacional? En el **ámbito geográfico** en el que desarrollan su actividad.

Según ese criterio, distinguimos los siguientes tipos de empresas:

- ✓ **Locales.** Se trata normalmente de pequeñas empresas que actúan en la localidad donde radican o las poblaciones de alrededor.
- ✓ **Regionales.** La zona que abarcan es más amplia: varias provincias. Suele tener una sede central y verifican su actividad a través de sucursales o delegaciones. Por ejemplo las Cajas de Ahorro.
- ✓ **Nacionales.** Extienden su actividad a toda la geografía nacional.
- ✓ **Multinacionales:** Son aquellas que ejercen su actividad simultáneamente en varias naciones, incluso hay empresas denominadas globales cuyo mercado abarca los cinco continentes. Entre las multinacionales de origen español destacamos Chupa Chups, Campofrío, Panrico y Viajes Barceló.

Existen programas de apoyo a los emprendedores que decidan la internacionalización de su negocio. En Andalucía el organismo encargado de esta función es Extenda, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

<http://www.extenda.es/>

Las multinacionales han adquirido gran importancia en todo el mundo de la mano de países como Estados Unidos, Japón y los países de la Unión Europea. Son objeto de numerosas críticas a causa de su dominio de la producción y distribución de buena parte de las materias primas y productos elaborados que circulan por el planeta y de sus sistemas de control económico e influencia política.

Algunas manejan volúmenes de capital que superan los presupuestos de muchos Estados y su poder se extiende por muchos ámbitos, no sólo económicos sino también políticos y culturales.

- "Hoy día lo que ocurre en Europa, en España o Japón es lo mismo. El poder económico de las grandes multinacionales es mayor que el de los Estados. Los Estados siguen el juego de la lógica de las multinacionales, que son empresas transfronterizas capaces de imponer su poder en todas partes (...), cuando una multinacional desea invertir en un país, si dicho país tiene una legislación que no corresponde a sus intereses es el país el que debe transformar sus leyes para que la compañía pueda desarrollarse a su gusto, o si el país se niega, debe pagar a la multinacional unas indemnizaciones muy elevadas. Es decir, la economía se organiza en función de los intereses de las multinacionales y no en función de los intereses de los ciudadanos. La segunda cuestión es la deslocalización de la producción que hacen las multinacionales: lo hemos visto en el sector del automóvil, en toda la industria textil, en las telecomunicaciones. El interés de las empresas es más importante que los derechos sociales en cada país, y cuando las multinacionales deciden suprimir puestos de trabajo, los Estados se ven impotentes para hacer respetar las leyes sociales."

José Bové, líder contra la globalización. Fuente: *El País semanal*, 8 de Octubre de 2000

- "Es necesario promover un sistema económico más justo, que no se base exclusivamente en la lógica del beneficio a toda costa"

Los conceptos planteados en esta página nos parecen muy interesantes, por ello te proponemos que expreses y compartas tu opinión con tus compañeros y compañeras de grupo respecto a los siguientes temas:

- ✓ La globalización: ventajas/inconvenientes
- ✓ Multinacionales: si/no
- ✓ Deslocalización: argumentos a favor y en contra

Un interesante informe sobre la deslocalización de la ONG Intermón Oxfam, no dejes de visitarlo.

http://www.comercioconjusticia.com/index.php?file=informes_deslocalizacion_textil_responsable.htm

Clasificación según la titularidad del capital

CASO

Claudia se pone a repasar el tema de los tipos de empresas e intenta incluir "Imaginaos" en las clasificaciones que llevan estudiadas: Imaginaos es una empresa que pertenece al sector terciario porque es de servicios y concretamente de servicios personales. Es una PYME que actúa en una localidad y además es privada.

La mayor parte de las empresas españolas son privadas. Una empresa es privada cuando su titular es un particular.

Cuando el capital pertenece al Estado y su titular es una entidad pública estamos ante una empresa pública. Las empresas públicas no sólo pretenden la obtención de beneficios sino también otros fines como el desarrollo regional, el mantenimiento de puestos de trabajo, la protección de recursos naturales, la actuación sobre sectores estratégicos de la economía... Un ejemplo es la Empresa Pública de Emergencias Sanitarias (www.epes.es)

Existen también las empresas mixtas, aquéllas en las que una parte del capital pertenece al Estado y la otra a particulares.

"Cuando aparecen nuevas condiciones y problemas que desbordan la capacidad de hombres y mujeres para hacerles frente individualmente, surge la obligación del gobierno de encontrar nuevas soluciones".

(Franklin D. Roosevelt)

Las franquicias

A **Pequeña** le han hecho una oferta: **formar parte de una franquicia**. En principio la oferta le ha resultado muy tentadora porque tendrán un nombre más conocido, le harán la publicidad, recibirán formación permanente, aumentará la clientela, serán más competitivos,... Pero hay que hacer una importante inversión, hay que someterse a muchas normas, será "una más entre tantas"...

¿Te ha ocurrido que has visitado por primera vez un centro comercial y te ha parecido igual que tantos otros? Las mismas tiendas, las mismas marcas, la misma disposición del espacio, la misma forma de atendernos, los mismos productos... Esto ocurre en las grandes superficies, también en las calles comerciales de las ciudades de mi localidad, de nuestra comunidad autónoma, de España, incluso de la mayoría de los países ricos.... A este fenómeno están contribuyendo en gran medida las franquicias, ¿pero qué es una franquicia?

La franquicia (fórmula empresarial que nace del acuerdo de dos empresas. El franquiciador cede al franquiciado el derecho a fabricar, utilizar o comercializar un producto, un servicio, un nombre o una marca comercial, un "know-how", junto con el conocimiento necesario para realizar el negocio a cambio de una contraprestación económica denominada canon o royalty. El franquiciado realiza la aportación financiera y personal para desarrollar y explotar el negocio comprometiéndose a seguir las normas del franquiciador) es una fórmula empresarial que nace del acuerdo entre dos personas o empresas: el franquiciador y el franquiciado.

El franquiciador cede al franquiciado el derecho a fabricar, utilizar o comercializar un producto, un servicio, un nombre o una marca comercial, un **know-how** (conjunto de técnicas, prácticas, criterios y conocimientos, utilizados por el franquiciador para desarrollar su proyecto. Estos aspectos, que han sido clave para el éxito, se transmiten al franquiciado. El know-how o saber hacer engloba: - El Saber: los conocimientos exhaustivos sobre la actividad. - El Hacer: la capacidad para poner en práctica ese saber), junto con el conocimiento necesario para realizar el negocio a cambio de una contraprestación económica denominada **canon o royalty** (pago periódico, (mensual, anual, etc.) que se acuerda contractualmente como contrapartida a los beneficios que obtiene el franquiciado por la utilización continuada del nombre y la marca del franquiciador. El canon puede establecerse de distintas maneras: - Pagando un porcentaje sobre las ventas del franquiciado. - Aplicando un sobreprecio en la venta de los productos al franquiciado. - Pagando una cantidad fija periódica).

El franquiciado realiza la aportación financiera y personal para desarrollar y explotar el negocio comprometiéndose a seguir las normas del franquiciador.

En Internet hay muchas páginas sobre franquicias. En la tarea de este tema te pedimos que busques alguna relacionada con los estudios que estás cursando. Para investigar puedes utilizar páginas como las siguientes:

Economía doméstica	http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/trabajo/2009/05/30/185654.php
Mundofranquicia	http://www.mundofranquicia.com/
Tormo	http://www.tormo.com/
Franquiciadores	http://www.franquiciadores.com/
Soyezentrepreneur	http://www.soyezentrepreneur.com/home/index.php?p=nota&idNota=5506
Emprendefranquicias	http://www.emprendefranquicias.com/

Formas de concentración empresarial

¿Conoces casos recientes de empresas que se hayan fusionado para ser más competitivas? ¿Sabes que algunas prácticas comerciales entre empresas están prohibidas porque van contra la libre competencia? ¿Cómo te puede afectar a ti como consumidor o consumidora el hecho de que empresas de un mismo sector lleguen a acuerdos para elevar sus precios u ofertar una determinada cantidad de producto? ¿Qué te parece que exista un órgano en la Unión Europea que controle y sancione esas prácticas?

Algunas empresas a efectos de crecer, alcanzar mayores cuotas de venta o acceder a otros mercados recurren a fusiones, acuerdos o participación en otras empresas. Estamos hablando de lo que se denomina **concentración empresarial o industrial**.

Las formas de concentración más importantes son las siguientes:

- ✓ **Cártel:** Asociación de empresas del mismo sector que conciertan acuerdos sobre el volumen de producción, precios... de un mismo producto para incrementar así sus beneficios. Están prohibidos por la Unión Europea.
- ✓ **Trust:** Fusión de empresas de un mismo sector que se someten a una única gestión, perdiendo su independencia y buscando monopolizar o ser más competitivas en algún sector del mercado. Por ejemplo, varias cajas de ahorros se fusionan para ser más competitivas y ampliar su ámbito de actuación.
- ✓ **Holding trust:** Se trata de una empresa que posee participación en el capital social de otras empresas, controlando su actividad. Están permitidos siempre que no afecten a la libre competencia ni el resultado de la fusión tenga posición dominante en el mercado o abuso. Ejemplos de Holding son el grupo Inditex, el BBVA y BCSH.
- ✓ **Monopolio:** Consiste en el control que una sola empresa ejerce sobre un producto o servicio. En Europa no están permitidos.

En Europa, las fusiones de empresas pueden limitarse por la **Comisión Europea**.

El Cártel de las Vitaminas. ¡¡¡Alucinante!!!! En 2001, la Comisión Europea multó a ocho empresas (entre ellas Hoffman-La Roche) por su participación en carteles destinados a eliminar la competencia en el sector de las vitaminas. Las vitaminas se utilizan en multitud de productos, desde los cereales, galletas o bebidas a los piensos, productos farmacéuticos y cosméticos. ¡Durante casi 10 años, las empresas pudieron aplicar precios más elevados que lo que hubiera permitido la competencia, perjudicando a los consumidores y permitiendo a las empresas embolsarse beneficios ilícitos!

- Para saber más sobre fusiones empresariales, concretamente de PYMES, te recomendamos la lectura de un interesante artículo de la revista Emprendedores que trata sobre este tema de una forma muy ilustrativa y con ejemplos muy significativos.

http://www.emprendedores.es/empresa/informacion/fusiones_entre_empresas

- Si te interesa el tema de la competencia en los mercados europeos te recomendamos la página Web de la Comisión europea.

http://ec.europa.eu/competition/consumers/antitrust_es.html

Las incubadoras o viveros de empresas

Algunos organismos públicos apoyan la creación de empresas mediante la oferta de viveros- también llamados incubadoras o semilleros de empresas. ¿Los conoces? ¿Sabes lo que son y dónde encontrarlos?

Se trata de apoyar la creación de negocios durante un determinado tiempo, al inicio de la actividad empresarial, facilitándoles el local y la infraestructura, dándoles apoyo financiero, asesoramiento jurídico, laboral, fiscal, etc.

Instituciones como la Cámara de Comercio tienen viveros de empresas. También pueden prestar este tipo de apoyo organismos o instituciones como el Ayuntamiento, la Diputación Provincial, asociaciones de empresarios, universidades...

Si quieres acceder a más información, consulta la web de la Cámara de Comercio de tu provincia, o alguno de los siguientes enlaces:

Centros Europeos de Empresas Innovadoras (CEEI). Se encuentran agrupados en **ANCES Asociación Nacional de CEEI Españoles**

<http://www.ances.com/>

Asociación de Parques científicos y tecnológicos de España.

<http://www.apte.org/>

Empresas de economía sumergida

Sumergida ofrece sus servicios de elaboración de páginas Web para empresas con un presupuesto muy económico. ¿Por qué?

Porque el informático, que es a la vez el empresario y único trabajador, no está dado de alta en la Seguridad Social, no paga el IVA ni el IRPF.

Es una persona que ha hecho de una afición su medio de vida, pero no cumple con las normas que establece el Estado para la regulación y control de las empresas: forma parte de lo que se denominan empresas de **economía sumergida**.

Sumergida le ha dicho a **Pequeña** que no le dará factura por los servicios informáticos que le va a prestar, y que por lo tanto, no le cobrará el IVA. **Pequeña** se está pensando si aceptar o no el trato, porque al no tener factura no puede recibir la ayuda por modernización del negocio que le ha ofrecido el ayuntamiento. Además se cuestiona que ocurrirá si tiene que reclamar por algún motivo.

Las denominadas **empresas de economía sumergida** realizan actividades económicas eludiendo, total o parcialmente, las normas que regulan la actividad empresarial:

- ✓ No pagan impuestos.
- ✓ No cotizan a la Seguridad Social.
- ✓ Contratan a los trabajadores y trabajadoras de forma precaria.
- ✓ No cumplen la normativa de salud laboral...
- ✓ Son empresas que están en permanente inestabilidad.
- ✓ No pueden acceder a créditos y ayudas.
- ✓ Las personas que las integran no tienen derecho a prestaciones de la Seguridad Social.
- ✓ Pueden ser multadas por desarrollar actividades fuera de la legalidad.

La economía sumergida en España e Italia representa más del 20% del PIB. En España es el equivalente a 240.000 millones de euros. El caso extremo en la Comunidad Europea es Grecia con más del 30% del PIB.

Lecturas recomendadas

¿Te gusta leer? Se nos ha ocurrido que tal vez te apetezca leer un poco sobre el contenido de este tema, por eso no queremos perder la oportunidad de compartir contigo algunos libros que nos han parecido interesantes e ilustrativos

"El Libro negro de las firmas de marca". Klaus Werner y Hans Weiss. Editorial DEBOLSILLO

Escrito por dos periodistas austríacos que denuncian los abusos de las multinacionales, como el que 12 millones de niños y niñas menores de 14 años trabajan en las llamadas «fábricas del sudor» del Tercer Mundo produciendo la ropa, los juguetes o los ordenadores que compra Occidente, el que en las fábricas de Indonesia a las mujeres se las despide durante la menstruación para que no pierdan tiempo en ir al baño o cómo los pesticidas utilizados en algunas plantaciones han ocasionado muertes y problemas de fertilidad entre los trabajadores centroamericanos. Se afirma también en el libro que los negocios de muchas de estas multinacionales sirven para mantener en el poder a las dictaduras de Sudán y Birmania o financiar la guerra en El Congo.

Enlace en el que puedes leer este libro: <http://www.letra.org/spip/spip.php?article3047>

"Por qué más es menos. La tiranía de la abundancia". De Barry Schwartz,

En este libro refleja la idea de que la inmensa oferta existente en el mundo actual, complica la toma de decisiones. Tanto las decisiones triviales (como la compra de unos vaqueros a elegir entre 300 modelos diferentes), como otras más importantes y que pueden ser incluso decisiones de índole personal. Para algunas personas esto puede suponer una frustración, porque aunque crean que han escogido en principio lo mejor, siempre les queda la duda de que si hubieran seguido buscando, podrían haber logrado algo más satisfactorio.

"Fabricado por mujeres: género, la industria de la confección global y el movimiento por los derechos de las trabajadoras" Ascoly, Nina y Finney, Chantal. Editorial Icaria.

Este libro presenta los testimonios de empleadas, investigadoras feministas, activistas, consumidoras y sindicalistas y pone de manifiesto las necesidades y reivindicaciones de las mujeres trabajadoras en el mundo: movilidad laboral, cargas familiares de las mujeres, inseguridad e insalubridad en las fábricas, los límites de la perspectiva de género en los códigos de conducta... **"Fabricado por mujeres"** es un llamamiento a la movilización como consumidores que compramos y utilizamos la ropa fabricada por estas mujeres.

"Un mundo que agoniza" Miguel Delibes

"No logo" de la periodista Naomi Klein donde se exponen docenas de casos de empresas que ofrecen un atractivo y casi espiritual estilo de vida, en clara contradicción con su propia actividad laboral y financiera.

"Tecnoestrés" de Larry Rosen y Michele Weil

Este libro trata de las ventajas de las nuevas tecnologías: facilitan el encuentro, aumentan el bienestar y desarrollan la inteligencia colectiva. Pero también tiene, según sus autores, serios inconvenientes cuando su utilización alcanza la dependencia: aislamiento, falta de concentración, frustración y problemas físicos. compras convulsivas de lo último en tecnología, la dispersión de la atención, empobrecimiento del lenguaje y de la transmisión de conceptos por las jergas y reducciones de palabras. Trata especialmente de las consecuencias en adolescentes: estado de tristeza y frustración por

el deseo de disponer de lo último en tecnología, problemas de relación con los padres y con el entorno,, problemas ortopédicos y de visión por uso continuado del móvil o videoconsola, pérdida de sensibilidad y fuerza en las manos...Las posibles soluciones para sacar provecho de la tecnología pero mantener a la vez un buen estado de salud psicológica y física son: limitar los tiempos (de juego, navegación en la red, atención al móvil, consulta de e-mail), no utilizar el ordenador al menos un día a la semana para sustituirlo por tiempo dedicado a la familia, amigos, ocio dentro y fuera de casa. Por tanto proponen un uso racional y limitado.

100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. [Alvarez Rivas, David Torre Díaz, Javier de la](#) Edit Dykinson

Películas Recomendadas

¿Te gusta ver películas interesantes? Pues ha continuación te proponemos unas cuantas que tal vez te gusten, después puedes hacer una valoración en el foro para compartir tu opinión con la de tu grupo.

No te puedes perder el documental: **La historia de las cosas** (<http://vimeo.com/1441729>). Puedes consultar también la wikipedia en el siguiente enlace http://es.wikipedia.org/wiki/La_historia_de_las_cosas_%28documental%29 .



Wall street: Bud Fox (Charlie Sheen) es un joven agente de bolsa que intenta abrirse camino en Wall Street. Consigue que uno de los grandes magnates de las inversiones, Gordon Gekko (Michael Douglas), le contrate como agente. Gekko le permite introducirse en un mundo económicamente muy privilegiado pero pronto Bud se da cuenta de que es un hombre sin escrúpulos.

La corporación: Documental canadiense del año 2003 que analiza la conducta social de las empresas a través de diversos ejemplos, y utilizando los criterios con los que un psiquiatra evaluaría la conducta y la salud mental de un individuo cualquiera. Puedes verlo en cualquiera de los siguientes enlaces:

La corporación, en Wikipedia

(http://es.wikipedia.org/wiki/La_corporaci%C3%B3n)

"Ciudadano Kane" de Orson Wells. El protagonista consigue alcanzar un extraordinario nivel de riqueza y poder. A pesar de ello, no es feliz y añora su pasado. Al final de sus días se da cuenta que lo realmente valioso es el amor, la amistad...y esas cosas no se pueden comprar. En esta obra maestra se reflexiona también sobre los resortes que hay detrás de la actividad periodística, económica y política

Oro negro. Con la frase "Su café nunca más tendrá el mismo sabor", los productores de "Oro negro" presentaron su película, un documental que examina el comercio internacional de café y sus conexiones con los granjeros que lo cultivan. La película fue dirigida por Mark y Nick Francis.

Vídeo sobre explotación infantil

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=M1prCuOQLFU



WEBS recomendadas

¿Quieres realizar tus propias investigaciones sobre el tema? Pues aquí tienes algunas direcciones que te pueden ayudar en tan gratificante cometido:

- ✓ En la siguiente dirección del **INE** puedes encontrar datos estadísticos sobre empresas individuales y sociedades.
<http://www.ine.es/daco/daco42/daco424/sm0309.pdf>
- ✓ Una página muy curiosa sobre creación de empresas
<http://www.creacionempresas.com/>
- ✓ la Web de **Adbusters Magazine**, iniciativa de Kalle Lasn, un estonio preocupado por la relación entre los seres humanos y su medio ambiente. El principal objetivo de **Adbusters** es la búsqueda de un equilibrio entre la economía y la ecología, promoviendo la concientización y el activismo social como mecanismos para demandar la atención sobre los grandes problemas de la sociedad actual. Pero más allá de la crítica y el análisis, Adbusters invita a la acción por dos medios: el spoofing publicitario, satirizando las marcas de las mega corporaciones; y las campañas de acción como el **Buy nothing day** o el **TV Turn-off Week**. Aquí encontrarás videos de corta duración sobre temas de actualidad como la contrapublicidad
<http://www.adbusters.org/>
- ✓ La Oficina de Consumidores y Usuarios proporciona estudios comparativos de "compra maestra" basados en la relación calidad-precio y opiniones sobre productos y servicios existentes en el mercado.
www.ocu.org
- ✓ **Economistas sin Fronteras (EsF)** es una Organización no Gubernamental de Desarrollo (ONGD), cuyo principal objetivo es contribuir a generar cambios en las estructuras económicas y sociales que permitan que sean justas y solidarias.
<http://www.ecosfron.org/?opcion=1&con=1>
- ✓ La guía de responsabilidad social de las PYMES la puedes encontrar aquí.
<http://www.observatoriorsc.org/nuevaweb/index.php?option=com>
- ✓ Otras direcciones interesantes
<http://www.empresaresponsable.com/>
<http://www.institutodelacalidad.com/>
<http://www.fundacionentorno.org/>

AUTOEVALUACIONES

¿Cuál de las siguientes no es una empresa?

- ☒ Una Organización No Gubernamental, por ejemplo Amnistía Internacional
- ☐ Una agencia de viajes
- ☐ Una peluquería que no da de alta a su plantilla en la Seguridad Social
- ☐ Una tienda de material para la prevención de riesgos laborales
- ☐ Una escuela infantil privada

Determina, escribiendo la letra correspondiente, a qué elemento de la empresa corresponden los siguientes componentes de una constructora:

- a. Actividad de los albañiles
- b. Persona que aporta el capital y asume los riesgos
- c. Determinar cuándo empieza y termina la obra
- d. El mármol utilizado en la construcción
- e. La grúa

1. Naturaleza	d
2. Capital	e
3. Empresario/a	b
4. Organización	c
5. Trabajo	a

Vamos a establecer las principales diferencias entre una persona empresaria y una persona trabajadora, pero se nos ha colado una que no es: detéctala.

- ☐ La persona empresaria trabaja por cuenta propia, la trabajadora por cuenta ajena, por cuenta del empresario o empresaria.
- ☒ El empresario o empresaria siempre trabaja en la empresa principal y el trabajador o trabajadora en las sucursales
- ☐ La persona empresaria asume los riesgos de la actividad, la trabajadora sólo responde de su trabajo.
- ☐ El empresario o empresaria recibe beneficios (o asume pérdidas) y la persona trabajadora recibe un salario
- ☐ La persona empresaria tiene el poder de dirección, la trabajadora cumple sus órdenes

Busca la frase correcta:

- ☐ La idea de organización se basa sólo en los recursos materiales de la empresa.
- ☐ Sólo debe organizarse la empresa al inicio de su actividad.
- ☐ La organización es importante en las grandes empresas e innecesaria en las pequeñas
- ☐ Para estar organizados basta con tener dinero
- ☒ Organizarse consiste en rodearse de las personas y recursos adecuados, obtener de ellos un rendimiento adecuado de forma que los clientes estén satisfechos

Busca la frase incorrecta:

- ☐ El verdadero propósito de una empresa debe ser la acumulación de clientes fieles y la consecución de un suministro eficaz de los bienes y servicios que la gente desea adquirir. Si se consigue este ambicioso objetivo, los beneficios vendrán solos.
- ☒ La empresa debe concentrarse en las necesidades del empresario o del vendedor
- ☐ ¿Por qué hacer trajes a medida para nuestros clientes? Para no perderlos. ¿Y por qué no queremos perderlos? Porque es más rentable mantener clientes fieles que buscar otros nuevos.

Dadas las siguientes opciones de cambio en el entorno,

- a. Incorporación de la mujer al mercado laboral
- b. Disminución de la natalidad
- c. Uso generalizado de Internet
- d. Las normas sobre protección del medio ambiente
- e. El incremento del consumismo

Relaciona escribiendo la letra correspondiente, respecto a la influencia empresarial.

Proliferación de negocios relacionados con los menores: escuelas privadas, academias, ropa, juegos...	b
Incremento de las escuelas de educación infantil	a
Aparición de empresas de reciclaje y de energías renovables	d
Incremento de productos de "usar y tirar"	e
Relación directa con las empresas proveedoras, disminución de intermediarios	c

Busca la frase incorrecta:

- ☐ La cultura empresarial se manifiesta en la forma en la que la empresa actúa ante los problemas y oportunidades y en la forma en la que se enfrenta a los cambios.
- ☐ Toda empresa tiene una cultura empresarial.
- ☒ **La cultura empresarial se refiere sólo a las relaciones de la empresa con el entorno**
- ☐ La cultura es lo que se "respira" en una organización, lo que transmite, los comportamientos de las personas que integran la empresa.

A continuación se señalan una serie de empresas, debes relacionarlas con las clasificaciones que aparecen más abajo, escribiendo la letra correspondiente

A Ganadería	A De producción de bienes, extractiva y sector primario
B Industria cárnica	F De prestación de servicios, financiera, sector terciario
C Asesor jurídico	B De producción de bienes, fabril, sector secundario
D Compañía transportista	C De prestación de servicios, servicios personales, sector terciario
E Carnicería	D De prestación de servicios, de distribución, transporte, sector terciario
F Empresa de seguros	E De prestación de servicios, comercial, sector terciario

Busca la afirmación incorrecta:

- ☐ Las empresas gacela son las que crecen con mucha rapidez.
- ☐ Las empresas grandes suelen generar más confianza en los clientes.
- ☐ El síndrome de Peter Pan hace referencia a las empresas que no quieren crecer.
- ☒ **La mayoría de las empresas europeas son grandes y medianas**

Busca y elige la afirmación incorrecta.

- ☐ Los viveros de empresas favorecen la creación y consolidación de nuevas empresas al ofrecerles una estructura física y de servicios al inicio de la actividad.
- ☐ Los viveros de empresas contribuyen a incrementar el tejido productivo local y favorecen la creación de empleo
- ☐ Las franquicias ofrecen al franquiciador una posibilidad de crecimiento en la que comparte gastos con el franquiciado.
- ☒ **Las empresas de economía sumergida implican un buen desarrollo económico del país.**

TEMA 2

ÍNDICE

¿QUÉ ES LA INICIATIVA EMPRENDEDORA?	- 2 -
FORMAS DE EMPRENDER.	- 3 -
PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA	- 5 -
ALGUNAS ACTIVIDADES SOBRE PERFIL EMPRENDEDOR.....	- 6 -
LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN.....	- 7 -
EL LIDERAZGO	- 10 -
LA MOTIVACIÓN.....	- 11 -
EL TRABAJO EN EQUIPO	- 12 -
EL RIESGO.....	- 13 -
LA CREATIVIDAD.....	- 14 -
LA FORMACIÓN	- 15 -
LA IDEA: ¿EN QUÉ CONSISTIRÁ MI NEGOCIO? OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	- 17 -
ALGUNAS IDEAS ORIGINALES DE NEGOCIO:.....	- 17 -
SECTORES ESTRATÉGICOS EN ANDALUCÍA.....	- 18 -
OCUPACIONES DE DIFÍCIL COBERTURA Y NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO EN ANDALUCÍA	- 19 -
EL ROBO DE IDEAS DE NEGOCIO. LOS CONCURSOS	- 19 -
¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIO?	- 21 -
¿PARA QUÉ SIRVE UN PLAN DE NEGOCIO?	- 22 -
¿QUÉ FORMA DEBE TENER? ¿QUIÉN ME AYUDA A ELABORARLO?	- 22 -
EXPOSICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....	- 23 -
APARTADOS DE UN PLAN DE NEGOCIO	- 24 -
Libros y Películas	- 26 -
LIBROS RECOMENDADOS	- 26 -
PELÍCULAS RECOMENDADAS	- 26 -
ANEXO I - Tiempos de crisis.....	- 27 -
ANEXO II - Einstein y la crisis	- 29 -
ANEXO III - LOS CONCURSOS DE PERSONAS EMPRENDEDORAS	- 30 -
ANEXO IV - PLAN DE EMPRESAS	- 32 -

LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE NEGOCIO.

Caso práctico

Marcelo hace tres años que terminó el ciclo formativo que tú estás cursando. Desde entonces trabaja en la empresa en la que realizó las prácticas correspondientes al ciclo. Era un alumno brillante y no le costó trabajo encontrar el empleo en el que está actualmente. Desde hace un tiempo no se siente bien en su trabajo, porque:

- ✓ no piensa que no está suficientemente valorado,
- ✓ no puede desarrollar sus propias ideas,
- ✓ no sabe si le renovarían el contrato,
- ✓ su sueldo le viene muy justo....

Además, le ronda en la cabeza una idea de negocio que piensa que puede funcionar. Está pensando en **independizarse y trabajar por su cuenta**.

¿QUÉ ES LA INICIATIVA EMPRENDEDORA?

¿Por qué este módulo se llama "Iniciativa Emprendedora"? ¿Qué significa "tener la iniciativa"? ¿Y ser "emprendedor o emprendedora"? ¿Cómo se puede aplicar dicho concepto al ámbito de la empresa?

Según el Diccionario de la Real Academia:

Iniciativa: Acción de adelantarse a los demás en hablar u obrar.

Emprendedor: El que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas

La palabra emprendedor deriva del término francés entrepreneur, que hace referencia a los pioneros o aventureros que viajaban al Nuevo Mundo en búsqueda de oportunidades en el siglo XVI.

Pero ¿qué es la "iniciativa emprendedora"? La iniciativa emprendedora es un proceso social en el que las personas detectan oportunidades para innovar y actúan llevando a la práctica sus ideas en un contexto social, cultural o económico, generando beneficios económicos y sociales. Normalmente, al hablar de personas emprendedoras nos referimos a quienes acometen una tarea con ánimo de obtener un beneficio económico.

Nuestra Comunidad Autónoma, el Estado español y la Unión Europea están interesados en promover la iniciativa emprendedora, llegando a acuñar el concepto de cultura emprendedora, como fuente de creación de empleo y de bienestar social. ¿Por qué este empeño?

- ✓ Porque en Europa, y especialmente en España, somos deficitarios en número de empresas creadas. Recordemos que las empresas son el motor de la economía, las generadoras de riqueza y empleo.
- ✓ Por el desempleo: "si no encuentro un puesto de trabajo, lo creo".
- ✓ Por la crisis: hay que detectar nuevas oportunidades de negocio.
- ✓ Para la realización personal: ¿hay algo comparable a tener una idea y llevarla a la práctica?
- ✓ Por la productividad: al aplicar la innovación y la creatividad, las empresas aumentan su competitividad y rendimiento.

La Comisión Europea en el Libro Verde "El espíritu empresarial en Europa" (2003) define el espíritu empresarial (en el contexto empresarial) como "la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o ya existente".

Los estados de la Unión Europea se han marcado unos objetivos para promover la cultura emprendedora:

- ✓ La creación de empresas.
- ✓ El reconocimiento social de las personas empresarias.
- ✓ Transmitir a los jóvenes que llevar a la práctica una idea es un reto estimulante.
- ✓ Formar para emprender. **Por eso estás estudiando este módulo.**

La crisis nos preocupa a todos y a todas. Pero ¿se puede, de alguna manera, aprovechar la crisis para emprender? En el siguiente Recurso, un artículo de la Revista "Emprendedores" de 26 de febrero de 2009 titulado "Claves para arrancar con nuevos proyectos en medio de la incertidumbre económica", se trata este interesante tema :

["Tiempos de crisis"](#)

Además, puedes leer el siguiente escrito de Albert Einstein sobre la postura que se debe adoptar ante la crisis. No te lo pierdas ¡es revelador!

["Einstein y la crisis"](#)

Para abrir boca, te recomendamos este enlace, donde encontrarás tres videos con impresiones, vivencias personales y experiencias emprendedoras sobre todo de estudiantes de Formación Profesional.

"Educando para emprender"

FORMAS DE EMPRENDER.

¿Se puede ser una persona emprendedora si se trabaja por cuenta ajena? ¿La persona que emprende es siempre un empresario o empresaria?

El espíritu emprendedor es una **actitud general** que puede dar sus frutos en todos los ámbitos: laboral, social e incluso en la vida cotidiana. Existen por tanto personas emprendedoras de muy diversa índole: políticos, artistas, médicos, investigadores, arquitectos, empresarios... Existen incluso personas que emprenden por el beneficio de la sociedad, los llamados "**emprendedores sociales**", personas con ideas innovadoras que luchan contra problemas como la pobreza, el hambre o el analfabetismo o las violaciones de los derechos humanos.

Puedes visitar la interesante página de canal solidario, que difunde noticias e iniciativas solidarias a lo largo de todo el mundo.

<http://www.canalsolidario.org/>

También te recomendamos el siguiente enlace. Emprendedortv es una nueva red social audiovisual para personas emprendedoras creada por personas emprendedoras

www.emprendedortv.com

En ocasiones las personas emprendedoras no crean ninguna empresa, sino que desarrollan sus cualidades emprendedoras formando parte de cualquiera de los niveles (directivos, secretarios, técnicos, operarios) de empresas u organizaciones ajenas.

Son **trabajadores o trabajadoras emprendedores** que se caracterizan por:

- ✓ Se encuentran fuertemente motivados.
- ✓ Utilizan adecuadamente los recursos disponibles.
- ✓ Hacen uso de su iniciativa personal y responden con éxito a los imprevistos.
- ✓ Son responsables y puntuales en la entrega de trabajos y en el cumplimiento de objetivos.
- ✓ Se entregan a fondo y con entusiasmo a la tarea, por lo que sus aportaciones de mejora son muy valiosas e interesantes.
- ✓ No se desaniman con facilidad y cuidan los detalles finalizando con éxito sus trabajos.

¿Son los trabajadores y trabajadoras emprendedores beneficiosos para las organizaciones sociales? Esta figura es muy positiva para cualquier organización social, ya que favorece enormemente el clima social y suelen contagiar al resto de su entusiasmo, ilusión y capacidad de innovación. Es conveniente que la persona empresaria -o en su caso, el departamento de Recursos Humanos- identifique e incentive a sus trabajadores o trabajadoras emprendedores para que desarrollen todo su potencial. Así, a través de la selección, diseño de puestos y promoción se formarán **equipos de trabajo emprendedores** que mejorarán la rentabilidad social y económica. Pero, ¿cuál es el secreto de su bondad?

Que **descubren los problemas y los resuelven sin necesidad de que intervenga la dirección.**

- ¡SE PUEDE TRABAJAR POR CUENTA AJENA Y SER UNA PERSONA EMPRENDEDORA!

- ✓ ¡¡¡Los trabajadores y trabajadoras emprendedores son un tesoro para las empresas y para la sociedad!!!
- ✓ "Se buscan trabajadores y trabajadoras emprendedores"

- ✓ "Tenemos que ser emprendedores si queremos un mundo mejor"
- ✓ "Haz tus sueños realidad"
- ✓ "En la empresa de Bill Gates se valora como algo positivo a la hora de contratar a un empleado el que haya intentado crear una empresa, incluso habiendo fracasado".

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Caso práctico

Marcelo se pregunta si reunirá las cualidades necesarias para convertirse en un emprendedor. Le emociona su idea, pero le gustaría tener asesoramiento sobre si "sirve" o no para convertirse en empresario.

- ✓ ¿Qué es lo más importante para ser una persona emprendedora?
- ✓ ¿La idea?
- ✓ ¿Las cualidades personales:
 - creatividad,
 - formación,
 - conocimientos,
 - actitudes,
 - liderazgo...?

Las personas emprendedoras -en cualquier campo de la vida- se caracterizan por sus habilidades para llevar a cabo sus proyectos personales, para hacer realidad sus sueños. Son personas que reúnen la mayor parte de las **cualidades** que te muestra la lista siguiente:

CON CONFIANZA EN SI MISMO/A. CON INICIATIVA. CREATIVO/A. ENTUSIASTA. PERSUASIVO/A. SEDUCTOR/A. TENAZ. INNOVADOR/A. DIRIGENTE. MOTIVADOR/A. AUTOCRÁTICO/A. BUEN COMUNICADOR/A. ACTIVO/A. ILUSIONADO/A. CON RECURSOS. OBSERVADOR/A. PREVISOR/A. SEGURO/A. LÍDER. RESPONSABLE. INTUITIVO/A. DECIDIDO/A. INQUIETO/A. PERSEVERANTE. MADURO/A. COMPROMETIDO/A. COMPETITIVO/A. TRABAJADOR/A. FLEXIBLE. CONSCIENTE DE SUS CAPACIDADES. CON ESPÍRITU EMPRENDEDOR. VISIONARIO/A. CON CONOCIMIENTOS. PROFESIONALES. CON CAPACIDAD PARA APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES. FIABLE. TOLERA LAS FRUSTRACIONES. APRENDE DE LOS ERRORES Y LOS RECONOCE. SABE ELEGIR A SUS COLABORADORES. CON ALTA AUTOESTIMA. PROPENSO/A A LA ACCIÓN Y AL DESARROLLO DE PROYECTOS. COMPROMETIDO/A. COMUNICADOR/A DE ILUSIÓN. SE GANA LA CONFIANZA DE SUS COLABORADORES. FIEL A SUS PRINCIPIOS. CONOCEDOR/A DE SUS DEFECTOS Y CUALIDADES. CON CAPACIDAD PARA ASUMIR RIESGOS. CON CAPACIDAD DE PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN. CON RECURSOS ECONÓMICOS SUFICIENTES O CAPACIDAD PARA OBTENERLOS SIN GENERAR PROBLEMAS FAMILIARES O DESESTABILIZADORES. DISPUESTO AL TRABAJO DURO. DISPONE DE UNA RED DE CONTACTOS. SABE GESTIONAR SU TIEMPO. CONOCIMIENTOS DE IDIOMAS E INFORMÁTICA. INTERESADO/A POR TODO. DISPUESTO A PROBAR Y ENSAYAR COSAS NUEVAS SIN PREOCUPARSE POR LOS FRACASOS. CON ELEVADO SENTIDO DE LA COMPETENCIA CON CAPACIDAD DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL, CON AUTORIDAD. QUE SABE RIESGO. CON SENTIDO COMÚN. CON BUENA REPUTACIÓN. LEAL. AUDAZ. INCONFORMISTA. CON AMBICIÓN. INTERDISCIPLINAR. SINCERO. ALEGRE. PRUDENTE. JUSTO. CON FORTALEZA. PRUDENTE. EXPERTO EN TECNOLOGÍAS. ÁGIL. TRANSPARENTE. FIABLE. CARISMÁTICO/A. ÉTICO/A. APASIONADO/A. BUENA SALUD Y FORTALEZA FÍSICA. FRANCO/A. POSITIVO. ESCUCHA Y PERMITE LA PARTICIPACIÓN DE OTROS. SERENO/A. CON INSTINTO. VALIENTE. RÁPIDO. POLIVALENTE. GESTOR DEL A. OPTIMISTA. SABE DELEGAR. EXIGENTE. PRACTICA CON EL EJEMPLO. RECONOCE LOS ÉXITOS DE SUS COLABORADORES. CON MIEDO A LOS CAMBIOS. CON EMPATÍA. HONESTO/A, TENAZ, DISCIPLINADO. PROACTIVO/A...

Si no poseemos las cualidades o capacidades de una persona emprendedora podemos intentar formarnos o prepararnos en aquello que flaqueamos, buscar **socios** que nos complementen, contratar **personal especializado** o requerir los **servicios de empresas especializadas** (asesores, contables, gestores, abogados, transportistas, publicistas, relaciones públicas...).

ALGUNAS ACTIVIDADES SOBRE PERFIL EMPRENDEDOR

Hay diferencias entre personas reactivas y proactivas. Es muy importante saberlas y aplicarlo en nuestra vida profesional.

REACTIVIDAD Y PROACTIVIDAD ANTE LOS PROBLEMAS	
Las personas reactivas centran sus esfuerzos en su círculo de preocupación, su foco se sitúa en los defectos de las otras personas, en los problemas del medio y en las circunstancias sobre las que no tienen control. De ello resultan sentimientos de culpa y acusaciones, lenguaje reactivo y sentimientos de impotencia en las circunstancias sobre las que no tienen control	Las personas proactivas centran sus esfuerzos en su círculo de influencia, en las cosas respecto de las cuales pueden hacer algo. Su energía es positiva: se amplía y aumenta.
Lenguaje reactivo No puedo hacer nada Yo soy así Me vuelve loco Tengo que hacer esto No puedo Si.... Si tuviera....tiempo, dinero, paciencia, un hijo bueno...	Lenguaje proactivo Examinemos las alternativas Puedo optar por un enfoque distinto Controlo mis sentimientos Elegiré una respuesta adecuada Elijo Pase lo que pase Puedo ser: paciente, cariñoso, sensato, trabajador...
Fragments del libro "Los hábitos de la gente altamente efectiva" de Stephen R. Covey Ediciones Paidós Ibérica, S. A., 1997	

¿Qué crees que significa "empatía"?

- ☒ Capacidad para ponerse en el lugar de las otras personas
- ☐ Ser simpático y agradable.
- ☐ Llegar al fondo del asunto

¿Y qué significa "personas proactivas"?

- ☐ Son personas eficaces y activas.
- ☐ Son personas tenaces.
- ☒ Son personas que centran su actividad en las cosas en las que pueden hacer algo, en su círculo de influencia

Busca la palabra que se repite en el cuadro del debes conocer anterior

- ☒ Prudente
- ☐ Franco
- ☐ Carismático

Si!!

En el cuadro hay una característica que no debe tener el emprendedor o emprendedora. Encuéntrala.

- ☒ Con miedo a los cambios
- ☐ Imprudente
- ☐ Indisciplinado.

Haz clic en el siguiente enlace a un test sobre cualidades emprendedoras y evalúa tu perfil como emprendedor o emprendedora.

<http://encuestas.cam.es/emprendedores>

Por su importancia, trataremos en los siguientes subepígrafes las capacidades más relevantes de la persona emprendedora.



LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

Hemos dicho que la iniciativa emprendedora es un proceso por el que las personas detectan oportunidades para innovar.

¿Qué es la innovación?

Es un proceso creativo que supone la aplicación de cambios en las ideas, los valores y los procedimientos de la actividad económica para dar nuevas soluciones a los problemas que se plantean en la satisfacción de necesidades.

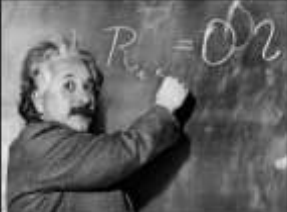
"La innovación es cambio"

Es generalizado pensar que la innovación es propia de empresas grandes, pero es importante también en las pequeñas y medianas empresas y en cualquier tipo de sector o trabajo.

La riqueza de una sociedad reside en las **personas**, en su **creatividad** y en su **conocimiento**. Hemos de considerar la importancia de lo "pequeño". Frente a los grandes negocios de épocas anteriores, basados en grandes capitales e infraestructuras, hoy es posible, gracias al abaratamiento de las nuevas tecnologías, fundamentar la innovación en las capacidades de las personas, que se convierten en los verdaderos protagonistas.

La innovación está más en la **forma de hacer el trabajo** que en el trabajo mismo. Así, el ambiente de trabajo que favorece la innovación es aquel en el que empleados y directivos tienen asignadas áreas de responsabilidad y no actividades a realizar, pues todos conocerán los objetivos y podrán innovar lo necesario para conseguirlos.





Muchas veces pensamos que para **innovar** en nuestro trabajo tenemos que ser un gran genio creativo.



Pensamos que la **innovación** es algo exclusivo de los grandes inventores.

Creemos que innovar es inventar el **bombillo** o encontrar la cura del **cáncer**.

Muchas veces creemos que **innovación** es lo que hacen en la NASA.



La **innovación** no es algo que está fuera de nuestro mundo....




sino que es algo que todos podemos aplicar en nuestro **trabajo diario**.

Vemos algunos ejemplos



Una vez la empresa BAYER, la productora de **Alka-seltzer**, pasaba por una grave crisis en sus ventas.

El Gerente General, que estaba muy preocupado con la situación, decidió pedirle a todos sus colaboradores ideas para aumentar las ventas de **Alka-Seltzer** y salvar a la compañía.





Un colaborador que trabajaba en el departamento de Contabilidad de la empresa llamó al Gerente y le dijo que él tenía una idea para salvar a la compañía...



¿Por qué no ponemos en nuestra publicidad dos tabletas en vez de una?

Esta idea tan sencilla prácticamente duplicó las ventas y salvó a la compañía de la crisis que tuvo.



Recuerde:

Nadie tiene el monopolio de las ideas. Las ideas pueden venir de cualquier parte y de cualquier persona.



Muchas veces la solución más **simple**, puede ser la más **exitosa**.

Una encuesta realizada por la prestigiosa revista **THE ECONOMIST**, entre gerentes de todo el mundo, reveló que la fuente #1 de ideas innovadoras son los mismos **colaboradores** de las empresas.



Usted es la fuente #1 de ideas innovadoras en su empresa.



Todos los seres humanos somos **creativos** por naturaleza y podemos aplicar esa capacidad para mejorar **todo** lo que hacemos.



Recuerde:

La necesidad es la madre de la inventiva.

¿Quién cree usted que inventó ponerle ruedas al equipaje de mano?



Los pilotos de avión fueron los que sugirieron la idea de ponerle ruedas al equipaje.







Desde 1991, más de **100.000** turistas han visitado el **Coffee Tour** en Heredia, Costa Rica, convirtiéndolo en uno de los tours más visitados en el país. La entrada al tour cuesta **5** dólares.

¿Tiene usted alguna idea para mejorar nuestros procesos o productos?

No deje que su idea se apague, envíela a nuestro sistema de gestión de ideas.

innovare

www.quieroinnovar.com

info@quieroinnovar.com

Si eres una persona innovadora, inquieta, curiosa o emprendedora, o simplemente si quieres pasar un buen rato sabiendo acerca de lo último en el terreno de la empresa, información, ciencia, comunicación,... visita la página de **Infonomía**, la red de innovadores: una excelente iniciativa para saciar la sed e inquietud de innovación y aprendizaje donde tiene lugar el encuentro de miles de personas, ideas y herramientas de transformación.

Existen en Andalucía centros que tienen como misión específica detectar los proyectos de empresas innovadoras y fomentar su desarrollo. Son los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (**CADE**).

Te recomendamos que visites el CADE más cercano de tu población. Podrás encontrarlo en el siguiente enlace:

<http://www.a-emprende.net/index.php?nivel1=2006-06-28-17.35.25.053&nivel2=secescuelas&nivel3=&tipo>

Innoversia.net es un punto de encuentro entre empresas con necesidades de desarrollo tecnológico y de innovación e investigadores que den soluciones a esos problemas.

www.innoversia.net

EL LIDERAZGO

¿Qué es un líder?

¿Qué hace que algunas personas sean **obedecidas** e **imitadas** aparentemente sin ningún esfuerzo?

¿Puede un directivo influir en la **productividad** de los trabajadores a su cargo?

¿El líder nace o se hace? ¿Qué se puede hacer para convertirse en líder?

Definiremos el liderazgo como el **proceso de influencia en otros para encauzar sus esfuerzos hacia el logro de una meta**.

En las empresas actuales, se prefiere el jefe-líder, pues aumenta la productividad del persona la su cargo.

Consejos para ser un líder:

1. Cuida de ti mismo.
2. Consigue un proyecto sólido (objetivos, funciones, valores,...) y coherente, compartido con tu equipo.
3. Elige cuidadosamente a tus colaboradores, asegúrate de que cuentas con el mejor equipo posible. Utiliza expertos.
4. Fomenta un clima laboral agradable.
5. Fomenta la participación.
6. Fomenta la creatividad:
7. Delega e involucra a tu equipo en la consecución de objetivos.
8. Sé generoso, fomenta la cultura de dar.
9. Motiva a las personas individualmente tanto como en grupo.
10. Sé equitativo.

11. Recíclate continuamente.
12. Organiza y optimiza el tiempo propio y el de tus empleados.

El Efecto Pígalión:

Las expectativas de los mandos sobre el trabajo de sus trabajadores influyen positiva o negativamente sobre los resultados. Este hecho es conocido en psicología como el "**efecto Pígalión**", o "**la profecía que se cumple a sí misma**" y se aplica también en otros ámbitos, como en el de la relación entre padres e hijos o entre profesores y educandos.

En efecto, cuando insistentemente se le expresan a alguien las altas o bajas expectativas que tenemos depositadas sobre su persona, de alguna manera se influirá o manipulará su rendimiento, actitudes o capacidades.

Pongamos un ejemplo: el jefe se dirige a Manolo de forma amable y con una abierta sonrisa, pues es un trabajador que le merece especial respeto, y le encarga tareas que fomentan su realización personal. A partir de ese momento Manolo, que no tenía un comportamiento en particular, puede convertirse en la imagen que de él tenía su jefe.

Al contrario, si el jefe de Manolo no lo tiene en consideración, le mostrará una imagen hosca o brusca y le encargará tareas que seguramente Manolo no ejecutará con tino. "Lo sabía", pensará el jefe, "Manolo me iba a fallar".

¡Aplica los conocimientos que te da el "efecto Pígalión" a tu vida y verás los resultados!

"El destino más elevado de un ser humano es servir más que gobernar".

Albert Einstein.

"Algunos hombres observan el mundo y se preguntan "¿por qué?". Otros hombres observan el mundo y se preguntan "¿por qué no?".

George Bernard Shaw.

Actualmente se valora en el trabajador o trabajadora su **capacidad de autoliderazgo**. Este término, usado entre otros autores por Ken Blanchard, hace referencia a la capacidad de las personas de **tomar decisiones y solucionar problemas**. Actualmente los jefes delegan poder en sus subordinados y subordinadas, pero éstos no quieren asumir su responsabilidad. De ahí la necesidad de enseñar a las personas a **autoliderarse** para que disfruten de **poder, autonomía y libertad**.

LA MOTIVACIÓN

¿Qué es estar motivado? ¿Es lo mismo que "tener un motivo"?

Otra de las cualidades más importantes de la persona emprendedora es la **motivación**, definida como la **energía dirigida al logro de un objetivo, que cuando es alcanzado habrá de satisfacer una necesidad**.

El futuro empresario o empresaria debe preguntarse ¿cuáles son los **motivos** que me llevan a crear una empresa? Es importante no dejarse llevar por **circunstancias externas**, ajenas a uno mismo, tales como:

- ✓ el estar en el paro y no encontrar trabajo,
- ✓ no soportar a antiguos jefes, por presiones familiares,
- ✓ disponer de recursos económicos, encontrar un hueco en el mercado,
- ✓ por tener una idea...

Nuestros verdaderos motivos para emprender **deben partir de nosotros mismos**:

- ✓ de nuestra ilusión para llevar a cabo aquello que nos propongamos,
- ✓ de la satisfacción personal de ser nuestros propios jefes, de hacer realidad un sueño,
- ✓ ...de "crear" en definitiva, algo nuestro y nuevo para la sociedad.

Si no tomamos como línea de salida la motivación, siempre encontraremos una **excusa** para no desarrollar nuestra idea, los inconvenientes se convertirán en murallas infranqueables y no tendremos ante nosotros un reto que nos realice personalmente, sino un escollo que nos hará naufragar.

"La idea de negocio no es un motivo. No la tenga en cuenta para tomar su decisión. Además de la idea, cualquier otro motivo para emprender, entendido como detonante, es irrelevante. Lo importante es la motivación, es decir, si está usted suficientemente ilusionado con el hecho de emprender.

Fernando Trías de Bes. *"El libro negro del emprendedor", Ed. Empresa Activa, p. 39*

Emprender es el resultado de la **capacidad y voluntad** de una persona para primero tener una idea, y luego desarrollarla aunque los recursos disponibles no sean los mejores.

ATENCIÓN

¡Párate a reflexionar! :

¿CUÁLES SON TUS VERDADEROS MOTIVOS PARA EMPRENDER?

EL TRABAJO EN EQUIPO

Caso práctico

Marcelo se cuestiona si será capaz de afrontar su proyecto solo. Tras mucho meditar -y después de leer "El libro Negro del Emprendedor"- ha decidido que no se asociará con nadie. Pero tiene muy claro que lo más importante de su futura empresa son **las personas** y empieza a pensar cuáles son las características de las personas que contratará.

¿Se puede construir un edificio, atender un hospital, hacer una película, fabricar un coche o atender una pizzería considerando sólo el trabajo individual? ¿Podemos trabajar de forma individual, sin contar con los demás? ¿Es la empresa responsable del trabajo de las personas que la integran? ¿Podemos compensar nuestras limitaciones con las capacidades de otros miembros del grupo? ¿Mejora el trabajo en equipo la motivación y el clima laboral?

El éxito de una empresa depende en la mayoría de los casos de las personas que la integran. En las empresas se crean **grupos o equipos de trabajo** formados por personas con habilidades complementarias, que colaboran e interactúan entre sí y trabajan de forma coordinada con ánimo de conseguir un objetivo común.

La expresión **equipo de trabajo** se identifica con **consignas** como "Todos para uno, uno para todos" "La unión hace la fuerza", "Actuar como una piña ante el objetivo común", "Ninguno de nosotros es tan inteligente como todos nosotros juntos", "Cuatro ojos ven más que dos"...

Trabajar en equipo no es sencillo. Los equipos de trabajo son estructuras difíciles de crear, y en los cuales aspectos como la comunicación, el liderazgo, los sentimientos personales y la motivación tienen un importante papel.

Cada individuo tiene unas **cualidades**, una experiencia, una forma de ser. La empresa debe buscar el **puesto idóneo** para cada uno de los miembros del equipo. Si la organización se obstina en que una persona desempeñe funciones para las que no está preparado o inclinado, es posible que su rendimiento sea mediocre. Pero si no encaja, si no se integra con los otros miembros del equipo se pueden obtener resultados no ya mediocres, sino desastrosos.

Hoy las empresas buscan personas que sepan trabajar en equipo, que sepan motivar, organizar y liderar grupos.

Un equipo humano sólido siempre mira más allá.

La existencia de varias **personas** trabajando juntas no basta para que exista un verdadero equipo de trabajo. Se necesita que las funciones sean interdependientes, que se tomen mejores decisiones, que se resuelvan mejor los problemas y que se sea más creativo y productivo que si sus miembros funcionaran individualmente, es la **sinergia grupal**: el resultado del equipo excede a la suma de las contribuciones individuales, el total es superior a la suma de las partes.

EL RIESGO

Caso práctico

Marcelo sabe que "se la está jugando": va a dejar su empleo estable, invertirá sus ahorros y quizás los de alguien más, se va a endeudar, trabajará más, le dedicará menos tiempo a su pareja y a su entorno afectivo en general, quizá padecerá estrés, y sus responsabilidades serán mayores, poniendo en juego hasta su salud... ¿Realmente merecerá la pena lanzarse a montar un negocio?

¿Cuáles son los riesgos a los que se enfrenta una persona emprendedora? Más aún ¿Por qué una persona puede decidir **asumir riesgos**? ¿Cuáles son las contrapartidas?

¿Sabes qué ocurrirá si tomas el camino del autoempleo?

TÚ...

- decides cuándo empiezas,
- organizas tu propia empresa,
- ¡es posible que no cobres a final de mes!,
- ¡¡es previsible que no tengas vacaciones ni pagas extras!!
- ¡¡¡ni protección contra el desempleo!!!
- ¡¡¡ni jornada de trabajo de ocho horas!!!!
- ¿¡ ¡?

TÚ...

- Eres capaz de crear una idea y ponerla en práctica.
- Puedes llenarte de ilusión.
- Serás tu propio jefe.
- Tendrás un horario flexible.
- Llegarás donde quieras y seas capaz.
- Asumirás tus propios riesgos.
- Habrás creado tu propio empleo.
- Podrás crear empleo para otras personas.
- Crearás riqueza para tu tierra.

Pero ¡enhorabuena, perteneces a ese tipo de personas que se llaman **emprendedoras**!

En definitiva, habrás elegido una forma de vivir.

La doctora Elisabeth Kübler-Ross, considerada por muchos como la principal autoridad mundial en el acompañamiento a enfermos terminales, decía que la respuesta más habitual de las personas que estaban a punto de morir a la pregunta "¿qué haría si volviera a vivir?" era "**Me habría arriesgado más**".

"¿Qué hay del riesgo de no arriesgarse?"

Félix Tena, presidente y fundador de la cadena de jugueterías educativas Imaginarium.

"Fracasar no es perder, es no haberlo intentado".

Xabier Gabriel, fundador de la administración de lotería La Bruixa d'Or de Sort (Lleida).

"¿Qué sería de la vida si no tuviéramos el valor de intentar algo nuevo?"

Vicent Van Gogh

"Si podemos imaginarlo, debemos intentarlo"

de los creativos del Circo del Sol.

LA CREATIVIDAD

¿Te consideras una persona creativa? ¿Piensas que la creatividad se puede "trabajar"?

En el ámbito empresarial la creatividad es uno de los rasgos más valorados hoy a la hora de seleccionar personal. Los nuevos profesionales habrán de contar además con rasgos creativos como los siguientes:

- ✓ Flexibilidad.
- ✓ Interdisciplinariedad.
- ✓ Capacidad para asumir riesgos.
- ✓ Automotivación.
- ✓ Capacidad de crear e innovar.
- ✓ No ha de mantenerse enganchado a lo caduco.
- ✓ Recoge lo valioso y lo potencia.
- ✓ Crea formas nuevas a través de un enfoque dialogante.
- ✓ Capaz de conjugar razón e intuición, idea y resultado.
- ✓ Cognición y emoción.

"La inspiración existe, pero cuando viene te tiene que coger trabajando".

Pablo Picasso

Como profesional debes estar preparado o preparada para la búsqueda y aplicación de nuevas **soluciones a nuevos problemas** (de mejora de calidad, de atención al cliente, de motivación de los trabajadores y trabajadoras, de adaptación a las nuevas tecnologías, de resolución de conflictos,...), más que para la aplicación de soluciones ya existentes que resultan cada vez menos útiles por la continua evolución de las circunstancias y del entorno. Esta búsqueda de soluciones exige el cultivo de unas capacidades que hasta ahora han quedado al margen de todos los planes de formación, tanto en el campo académico como en el de las empresas.

¡LA CREATIVIDAD ES UN MÚSCULO QUE SE PUEDE FORTALECER!

- ✓ Gracias a la creatividad hoy contamos con inventos como el **Jacuzzi**, inventado por unos fabricantes de bombas de agua con objeto de mejorar la artritis de un familiar, el carrito de la compra inventado por Godman para sustituir al cesto, el sobre franqueado para sustituir al sello,... ¿Nos ayudas a poner más ejemplos? Mira la tarea del foro.
- ✓ **Edison** y su equipo crearon 1093 patentes, cifra no superada hasta el momento por ningún innovador. Pero cuando era pequeño sus maestros y compañeros pensaban que estaba mal de la cabeza.

- ✓ Algunas empresas utilizan el humor para fomentar la creatividad en el trabajo. Por ejemplo, Kodak tiene una "**sala de humor**" en sus instalaciones de Nueva York, donde sus empleados pueden hacer un "descanso divertido".
- ✓ Hay empresas que **premian** a las personas que aportan **nuevas ideas** por ejemplo, dándoles mayor autonomía en el trabajo, mediante la promoción, los descansos...
- ✓ Una decisión judicial creativa: Un juez de Granada, **Emilio Calatayud**, ante el elevado índice de accidentes en el que se ven involucrados jóvenes que no utilizan casco en el uso de la moto, ha impuesto como pena a un joven, en vez de la consabida multa que, a la postre, pagan los padres, realizar un estudio en el Hospital de Traumatología de Granada sobre las consecuencias de los accidentes de moto en las personas que no usan el casco.
- ✓ Os apuntamos algunos ejemplos de empresas creativas. Posteriormente podemos hacer **una puesta en común en el foro**: Todo para el abuelo (venta de instrumentos para ponerse medias, abrir botellas fácilmente, coger cosas del suelo); barco para servicios funerarios en el mar; máquinas expendedoras de cepillo y pasta dental; rodajas de limón envasadas al vacío; masajistas y psicólogas en un mismo negocio; sistema de alarma que avisa de la presencia del niño o niña en el agua; Churrísimo, franquicia canadiense de venta de churros que vende al mundo una idea española; Saniphone (consultas médicas por teléfono)... ¡Anímate y participa en el foro!
- ✓ Las siglas **I+D+I** responden a Investigación+ Desarrollo+ Innovación

En el siguiente enlace se proporciona un artículo que explica de forma sencilla qué es eso de I+D+I, a la vez que proporciona información sobre programas marco de la Unión Europea y de España en I+D+I, y algunos ejemplos de empresas que están aplicando ambiciosos programas de I+D+I.

http://www.el-exportador.com/022003/digital/portada_articulo_a.asp

Si estás interesado o interesada en saber más sobre creatividad puedes consultar las siguientes páginas de Internet:

<http://www.mindtools.com/>

LA FORMACIÓN

¿Qué valor tiene la formación? ¿Termina en algún momento?

Es un **valor esencial** de la persona promotora de una idea.

Condición indispensable es conocer el ámbito en el que el proyecto se va a desarrollar, ya sea gracias a estudios reglados o no reglados o a la propia experiencia laboral, complementada con algún tipo de formación específica.

En la actualidad se hace necesaria la formación a lo largo de toda nuestra vida profesional, para adaptarnos a los cambios de todo tipo que se producen a nuestro alrededor.

Por otro lado, las personas emprendedoras asumen de forma compartida el deber de formar a su personal para procurar su promoción y crecimiento profesional y personal.

Una de las mayores deficiencias en formación de las personas que emprenden es la relativa a los asuntos financieros, es decir, a la valoración de lo que se necesitará para comenzar el negocio, su financiación y a la previsión de los gastos y la disponibilidad de dinero para hacerles frente.

¡ÁNIMO! ¡ESTÁS EN EL CAMINO!

En el siguiente enlace, encontrarás los cursos que organiza la Consejería de Empleo en tu provincia:

<http://www.juntadeandalucia.es/empleo/pubcurfpo/>

Y en el siguiente, podrás tener acceso a la oferta de títulos de Formación Profesional de Andalucía:

http://www.juntadeandalucia.es/educacion/scripts/formacion_profesional/cd2009/index.asp

Las Cámaras de Comercio y las Asociaciones de empresarios también ofrecen un variado catálogo de cursos interesantes para los emprendedores.

<http://camaras.org/>

El liderazgo es:

- ☒ El proceso de influencia en otros para encauzar sus esfuerzos hacia el logro de una meta.
- ☐ El saber imponer tus criterios.
- ☐ Una cualidad que no podemos fomentar.
- ☐ El ser autoritario.

Un líder debe fijar una meta, y conseguir que los esfuerzos de todos se sumen para conseguirla.

La creatividad es:

- ☐ El ir en contra de la moda, hacer lo prohibido, dar la nota, llamar la atención.
- ☒ La habilidad o capacidad para encontrar nuevas soluciones a los problemas, para producir algo nuevo, original y valioso (pensamientos, ideas, productos y conceptos), para encontrar una visión diferente de la realidad, para asociar elementos o experiencias antes no relacionadas.
- ☐ Una cualidad con la que se nace o no, es imposible aprender a ser más creativo.
- ☐ Elegir el camino ya hecho, la pasividad y desinterés.

¡Sí!, efectivamente. La creatividad frecuentemente consiste en mirar la realidad "con otros ojos".

Determina cuál de las siguientes frases no es verdadera:

- ☒ La motivación es tener un motivo.
- ☐ Una persona emprendedora deberá enfrentarse a muchos riesgos.
- ☐ Hoy las empresas buscan personas que sepan trabajar en equipo, que sepan motivar, organizar y liderar grupos.
- ☐ Nunca terminamos de formarnos. Siempre hay algo que aprender en nuestra profesión.

No basta tener un motivo para estar motivados

LA IDEA: ¿EN QUÉ CONSISTIRÁ MI NEGOCIO? OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Caso práctico

Marcelo es generoso. Le gusta compartir incluso los conocimientos. Ha hecho muy buenas amistades profesionales en su red social (Facebook) porque siempre está informando en su página personal de cursos interesantes, nuevas tendencias en su sector profesional, artículos de opinión... También ha creado un blog en el que hay un foro abierto a los diferentes puntos de vista con los que abordar su carrera profesional. Ha sido de esta forma, intercambiando opiniones entre gente de su profesión, como se le ha ocurrido su **IDEA de negocio**. Se fue perfilando poco a poco, fruto de la observación, partiendo del descubrimiento de una necesidad que aún no estaba cubierta. ¿Sabes qué hizo? ¡La lanzó en el foro para ver qué opinaban los internautas! Su novia se echó las manos a la cabeza: "¡Marcelo, que te van a robar la idea!" ¿Y sabes qué pasó? Pues... ¡que su idea fue mejorada gracias a la colaboración de todos!

¿Realmente todavía hay ideas de negocio "nuevas"? ¿Y cómo se encuentran? ¿Y si te "roban" tu idea de negocio? ¿Me puedo fiar de los organismos oficiales que convocan concursos de ideas de negocio y que asesoran gratuitamente?

"Un hombre con una idea nueva es un loco. Hasta que la idea triunfa."

Mark Twain

Debemos partir de la **observación** de nuestro entorno. Para ello, debemos conocer el mercado en el que nos pensamos instalar, determinando sus carencias, atendiendo las demandas de la posible clientela y ofertando un producto de calidad y competitivo.

¡MIRA A TU ALREDEDOR, OBSERVA!

Destacamos algunas de las formas de conseguir una nueva idea de negocio:

1. ¿Tienes una **habilidad o afición personal**? Pues ¡dale forma y conviértela en una empresa!
2. ¿Viajas? ¿Eres internauta? ¿Tienes contacto con otras culturas, ciudades...? Copia, **adapta una idea que ya exista en otro lugar**.
3. ¿Piensas que la forma de producir algo existente o de distribuirlo puede ser diferente? **Mejora algo existente**.
4. ¿Ha habido un cambio legal o social importante que genere nuevas necesidades? (alergias, ley de dependencia...) Aprovecha la **oportunidad**.
5. ¿Has detectado algún negocio ya existente que necesita un enfoque: el tuyo? Cómpralo y dale un **nuevo rumbo**.

- ✓ Aprende de otras personas que lo intentaron antes que tú.
- ✓ Tu formación ha de ser continua.

Es interesante que conozcas algunas ideas que cubren unas necesidades específicas basándose en su adaptación a las personas. Citamos algunos ejemplos a continuación:

ALGUNAS IDEAS ORIGINALES DE NEGOCIO:

Hay algunas ideas de negocio que, aunque parezcan inicialmente "absurdas", no sólo salen adelante, sino que son todo un éxito. Citamos como ejemplos:

- ✓ ¿Te imaginas una antena de coche con una pelota incorporada? (¿?).

<http://www.antennaballs.com>

- ✓ ¿Y qué te parecería una carta firmada por el mismísimo **Papa Noel**?
<http://www.santamail.com>
- ✓ Por último ¿una web para concertar citas de personas que tengan el virus del **SIDA**?
<http://www.positivesdating.com>

Estudios recientes atestiguan el aumento del cáncer de colon, estómago... motivado en su mayoría por problemas de estreñimiento. Un ciudadano jienense, Benjamín Del Castillo inventó en Octubre del año 2000 un váter especial que evita dichos problemas.

- ✓ En Madrid una empresa llamada **El Búho** gestiona un bus nocturno para evitar coger en coche cuando sales de copas.
- ✓ **ArS Vitality** es el nombre de un establecimiento que abrieron las hermanas Carmen y Catalina Rodríguez y Carmen Pire en la calle Marqués de Santa Cruz de Oviedo. Es un establecimiento especializado en orto-oncología, o sea ortopedia para enfermas de cáncer; prótesis de mama, peluquería oncológica y todo tipo de ropa y complementos. Una ortopedia del siglo XXI para enfermos de nuestro tiempo y que hasta ahora tenían serias dificultades para encontrar en un mismo lugar, en un mismo establecimiento, todo lo que necesitan para tener más fuerzas para poder superar la enfermedad y seguir viviendo con orgullo y dignidad y hacer acopio de autoestima.

Si quieres conocer la historia de alguno de los inventos más importantes del siglo XX, puedes visitar la siguiente página:

http://www.cienciapopular.com/n/Tecnologia/Inventos_del_Siglo_XX/Inventos_del_Siglo_XX.php

SECTORES ESTRATÉGICOS EN ANDALUCÍA

¿Hay sectores en los que las empresas tengan más futuro, más apoyo de la Administración Pública?

En Andalucía hemos de destacar la existencia de sectores estratégicos determinados por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.

Los Sectores Preferentes son definidos como aquellos sectores y actividades **considerados de futuro y estratégicos para el desarrollo económico regional en Andalucía, con gran potencial de crecimiento y de internacionalización de su producción.**

Estos sectores son los siguientes:

- ✓ **Sector Aeronáutico, Transporte y Metal-mecánico.**
- ✓ **Sector Agroalimentario.**
- ✓ **Biotechnología y Salud.**
- ✓ **Energía y Medio Ambiente.**
- ✓ **Sectores Emergentes:** Turismo, Textil y Calzado, Química, Consultoría, Patrimonio Cultural, Asuntos Sociales, Imprenta, Medidas y Normas, Joyería y Limpieza.
- ✓ **Tecnologías de la Información y la Comunicación.**

Pincha el siguiente enlace y podrás tener información específica de cada uno de los sectores en la página del Centro de Innovación y transferencia de Tecnología de Andalucía.

<http://www.citandalucia.com/?q=node/32>

¿Qué **ventajas** puede tener el que nuestra actividad se halle dentro de uno de estos sectores estratégicos? De forma resumida, diremos que gozaremos de un mayor apoyo por parte de la Adminis-

tración andaluza (subvenciones, ayudas de todo tipo) y unas mayores perspectivas de futuro para nuestro negocio.

OCUPACIONES DE DIFÍCIL COBERTURA Y NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO EN ANDALUCÍA

¿En qué ocupaciones hay más demanda por parte de las empresas andaluzas?

Actualmente es interesante a efectos de indagar en el mercado de trabajo aquellas ocupaciones de difícil cobertura por las oficinas de empleo. En efecto, este catálogo contiene las ocupaciones en las que el Servicio Andaluz de Empleo ha encontrado dificultad para gestionar las ofertas de empleo que los empleadores les presentan cuando quieren cubrir puestos de trabajo vacantes.

Este catálogo se edita trimestralmente, y puedes encontrarlo en el siguiente enlace.

http://www.sepe.es/contenido/empleo_formacion/catalogo_ocupaciones_dc/pdf/CatalogoOcupacionesDificilCobertura.pdf

Por otro lado, se consideran **nuevos yacimientos de empleo**, considerados como aquellos servicios necesarios que satisfacen las nuevas necesidades sociales en Andalucía:

- ✓ Los Servicios de la vida diaria.
- ✓ Los Servicios de mejora del marco de vida.
- ✓ Los servicios culturales, de ocio y deporte.
- ✓ Los Servicios de Medio Ambiente.

Sin embargo, ten en cuenta que el hecho de que sea una ocupación de difícil cobertura o un yacimiento de empleo **no significa necesariamente que sea una oportunidad de negocio**. Pongamos como ejemplo la producción por mecanizado o la hostelería, donde puede haber demanda de trabajadores por falta de formación sin haber en el sector una clara oportunidad de negocio.

Determina la veracidad o falsedad de las siguientes afirmaciones:

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación son pertenecientes a un sector estratégico en Andalucía.



Verdadero



Falso

Falsa y recuerda que los sectores estratégicos son los considerados de futuro para el desarrollo económico regional en Andalucía, con gran potencial de crecimiento y de internacionalización de su producción.

Los servicios de la vida diaria son un nuevo yacimiento de empleo.



Verdadero



Falso

Es verdadera (¡Ojalá que el ciclo que estás cursando se encuentre incluido en uno de los yacimientos de empleo!)

Es necesario que una idea de negocio sea absolutamente original



Verdadero



Falso

Es falso pensar que se innove siendo absolutamente original.

EL ROBO DE IDEAS DE NEGOCIO. LOS CONCURSOS

En cuanto al "**robo de ideas de negocio**", en la práctica es algo reducido. Es verdad que puede ocurrir, pero ello no debe limitarte a la hora de acudir a un organismo público a la búsqueda de asesoramiento o de testar tu idea con los profesionales adecuados.

En el siguiente enlace de la Revista "Emprendedores" podrás encontrar información sobre el robo de ideas:

http://www.emprendedores.es/crear_una_empresa/informacion/que_no_te_roben_las_ideas/cuando_como_y_donde_contar_tu_idea

¿Hay algún concurso promovido por organismos públicos o privados que promuevan la generación de ideas de negocio? Es una suerte ¡sí los hay!

Actualmente puedes encontrar muchos **concursos** en los que participar con tu idea de negocio, tanto a nivel nacional como de nuestra Comunidad Autónoma; incluso a nivel local. Los premios son muy diferentes: un ordenador portátil, una dotación económica, el apoyo y asesoramiento de alguna institución... En el siguiente recurso podrás encontrar una selección de algunos de estos concursos:

Concursos de ideas de negocio

Conversando con una técnico del Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (que organiza el concurso "Emprende Joven"), nos comentaba que no se debía tener miedo al robo de ideas en los concursos organizados por organismos públicos porque los que valoran las ideas ¡ven tal cantidad de ellas! Además, nos decía que la diferencia entre una buena idea y otra que no lo es ¡podía ser simplemente un ligero cambio de enfoque!

¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIO?

Caso práctico

La pareja y la familia de **Marcelo**, en un principio se mostraron reticentes a apoyarle "¿Qué disparate! ¿Dejar la tranquilidad de un empleo por meterte en tu propia empresa, con la crisis que hay, y con la de horas que tendrías que trabajar?"

Ahora sin embargo opinan que, si les muestra datos objetivos que les convenzan, incluso estarían dispuestos a invertir en su idea algunos ahorros.

Por otro lado, **Marcelo** está escribiendo todas las ideas que se le ocurren respecto a su futuro negocio: inversiones, personal, proveedores, precios de la competencia... El tener las cosas por escrito le hace madurar cada vez más su proyecto.

Marcelo llamó a una amiga que trabaja en un banco y ésta le dijo que hiciera un **PLAN DE NEGOCIO** porque en su entidad han abierto una línea de crédito para jóvenes emprendedores y era requisito imprescindible presentarlo para decidir su viabilidad a la hora de concederle un préstamo. Y si no conseguía ayuda del banco, podría captar inversores en su entorno, pero siempre que los convenciera mediante un dossier que acreditara que su proyecto era fiable y viable.

Esa conversación con su amiga le recordó la época de estudiante, cuando cursaba el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora. En aquel entonces, su profesora le animó a que participara en un concurso de ideas de negocio. Lo hizo con su compañera María y ... ¡ganaron!. Fueron a Sevilla a recoger el premio, ¡un ordenador portátil!. Lo pasaron muy bien y sobre todo aprendieron mucho con ese proyecto.

Ha decidido buscar los temas del módulo de **EIE** y la documentación que su profesora les facilitó. También ha "buceado" en algunas páginas de Internet y ha obtenido una información muy interesante respecto a posibles formatos de plan de negocio.

Marcelo se ha puesto manos a la obra: va a elaborar un PLAN DE NEGOCIO.

¿Se debe invertir tiempo en planificar (La planificación es la tarea ejecutada con el fin de reducir el riesgo en la empresa y organizar los medios productivos de acuerdo con los objetivos buscados. Para más información, breve pero directa, sobre lo que es planificar y para qué es útil planificar, te recomendamos visitar <http://www.apuntesgestion.com/2008/08/20/concepto-planificacion/>) el proyecto de negocio que tengamos en mente? ¿Para qué sirve un plan de negocio? ¿Cuál es su contenido? ¿Qué apartados debemos contemplar? ¿Cómo se hace?

Cuando una persona se plantea la posibilidad de montar una empresa, lo primero que debe hacer es **pararse a pensar en su proyecto**. ¿Por qué? Porque una empresa es un propósito importante que supone elegir un modo de vida, implicar a otras personas, invertir dinero, tiempo y esfuerzo, asumir responsabilidades y riesgos.... No podemos tirarnos a la piscina a ver cómo nadamos sin saber ni siquiera si hay agua. Un documento que nos ayuda a pensar y a determinar la viabilidad de ese proyecto es el denominado PLAN DE NEGOCIO, PLAN DE EMPRESA o PROYECTO EMPRESARIAL.

El plan de empresa o proyecto empresarial es un **guión, una memoria en sentido amplio, que sirve como base y punto de partida de todo el desarrollo empresarial**. Es un documento en el que quien desea emprender una aventura empresarial detalla la información acerca de la planificación y puesta en marcha de su proyecto: análisis de mercado, recursos humanos, viabilidad económica y técnica...

Podríamos decir que la persona emprendedora da una forma virtual a su empresa antes de llevar a cabo su aventura real por medio de esta herramienta fundamental, ya que en el plan de negocio:

- ✓ Se identifica, describe y analiza una **oportunidad de negocio**, pudiendo aparecer en esta fase cuestiones decisivas sobre las que inicialmente no se reparó.
- ✓ Se examina la **viabilidad técnica, económica o financiera**, convirtiéndose en el argumento básico que aconseja o no la puesta en marcha del proyecto.
- ✓ Se desarrollan **procedimientos y estrategias** para convertir esa oportunidad de negocio en un proyecto empresarial, al tratarse de una definición previa de las políticas de marketing, de los recursos humanos, de las compras...

Si quieres conocer ejemplos de planes negocio y formularios que facilitan su elaboración visita páginas como las siguientes:

www.factoremprende.com

"Una empresa sin plan de negocio es como un barco sin rumbo".

Marc Allen . "El emprendedor visionario".

¿PARA QUÉ SIRVE UN PLAN DE NEGOCIO?

Caso práctico

Marcelo está agobiado pensando en lo que le queda por hacer. Le están "comiendo los nervios". Quiere que su idea se lleve a cabo lo más rápidamente posible, pero parece que no sólo es conveniente "tomar notas generales" de su proyecto, sino que le están pidiendo (los bancos, ¡incluso su pareja!) datos específicos: las "cuentas", en qué va a invertir, si necesitará a más personas...

¿Es una pérdida de tiempo elaborar un plan de negocio? ¿No es más conveniente lanzarme a crear mi empresa antes de que alguien me robe la idea?

Podemos dividir las utilidades básicas del plan de negocio en dos niveles: interno y externo.

1. El plan de negocio ayuda a **reducir el riesgo** de la puesta en marcha de la empresa. Si me ronda una idea en la cabeza pero meditando sobre ella llego a la conclusión de que es utópica, no es rentable ¿merecerá la pena iniciar la aventura? Por el contrario, si la reflexión me hace ver que se trata de un proyecto viable... habré de tomar la decisión que estime más oportuna atendiendo a mis circunstancias personales.
Es cierto que no hay que "dormirse en los laureles" y que debemos tomar decisiones con eficacia, pero ¡sin caer en la precipitación! Indudablemente, alguien puede "robarnos" la idea, o adelantarse a la puesta en marcha de nuestro proyecto, pero ese riesgo es poco en contraposición a las ventajas que nos reporta una elaboración meditada del documento.
2. El plan de negocio es un **instrumento de comunicación** con :
 - ✓ Entidades financieras para solicitar un crédito,
 - ✓ posibles socios que inviertan en tu proyecto o que trabajen contigo asumiendo los riesgos,
 - ✓ proveedores con los que intentas obtener mejores condiciones de compra,
 - ✓ potenciales clientes o colaboradores,
 - ✓ asesores,
 - ✓ organismos públicos o privados que puedan subvencionar el proyecto....

Como introducción a qué es un plan de negocio y sus partes, te recomendamos que entres en la página de youtube y visualices cómo se hace un plan de empresa:

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=b3dACccQ0Nc#!

¿QUÉ FORMA DEBE TENER? ¿QUIÉN ME AYUDA A ELABORARLO?

Caso práctico

Marcelo ha recurrido a sus apuntes de la época de estudiante y a las páginas Web que ha ido descubriendo, y se ha dado cuenta de que **NO ESTÁ SOLO**: hay **organismos públicos y privados** que le van a ayudar en la elaboración del proyecto. Esto ha supuesto un gran alivio. Pero se ha dado cuenta de que tiene que "vender" su idea de negocio, de forma que la redacción y presentación deben ser esmeradas.

¿Cuáles son las **formas** que debo respetar al elaborar el plan de negocio? ¿Hay alguna estructura o puntos que hay que seguir? ¿Cuáles son los indicadores que detectan un proyecto de empresa de calidad?

¿Sabes lo primero que debes hacer al elaborar un plan de negocio? Debes tratar de ponerte en el lugar de la persona que va a leer el documento (¿recuerdas lo que significa la palabra empatía?) e

imaginar que no sabe nada de nuestra idea, por lo que se le debe quedar muy claro qué pretendemos aunque no estemos nosotros delante para defender el proyecto.

Será fundamental repasar cuantas veces haga falta el texto, teniendo en cuenta aspectos como los siguientes:

- ✓ **La organización**, a ser posible incluir un índice que facilite su consulta.
- ✓ **Su adaptación al destinatario**, tanto la expresión como el contenido adecuado para cada ocasión.
- ✓ **El interés**, las ideas destacan más con frases afirmativas que negativas y con frases simples y breves que complejas y elaboradas.
- ✓ **La claridad**, conviene tener claras las ideas, transmitir evitando contenidos ambiguos, siguiendo el orden gramatical lógico en las oraciones y usando un estilo neutro y objetivo. Por otro lado, es aconsejable huir del uso de demasiados tecnicismos y utilizar palabras que pueda entender cualquier persona.
- ✓ **La flexibilidad y veracidad**: es un documento abierto y dinámico, que se actualiza a medida que avanza la idea. Por otro lado, la información debe ser real y lo más actualizada posible, procurando no dar nada por supuesto.
- ✓ **La escritura**, debe revisarse el texto para evitar errores gramaticales y ortográficos cuidando también la estética del mismo.
- ✓ **La presentación**, un texto mal presentado, con tachaduras, errores mecanográficos colores estridentes o manuscrito, creará desconfianza. Además, debe ser breve, con un máximo de 50 páginas.

Por último, te recordamos que **no te olvides de revisar continuamente tu plan de negocio**, actualizando las cifras reales de ventas y comparándolas con las que había proyectado.

Pero **¿quién nos puede ayudar** en la elaboración del plan de empresa? En realidad, todos los organismos que colaboran en la promoción de la creación de empresas. Te indicamos aquí una serie de páginas web donde podrás elegir entre diferentes planes de negocio:

- ✓ En la siguiente página podrás personalizar un plan de empresa tomando como base otro ya existente: <http://www.factoremprende.com/>
- ✓ Si quieres otro modelo de plan de empresa, aquí está el del concurso Emprende Joven de Andalucía (<http://www.emprendejuven.com/index.php?nivel1>).
- ✓ La Confederación de Empresarios de Andalucía también tiene editada una guía del plan de empresa (http://www.cea.es/portal/creacion_empresa/guia_elaborar_plan_empresa.pdf).
- ✓ La Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa pone a tu disposición una herramienta on line (<http://servicios.ipyme.org/planempresa/primer.htm>) para la realización de un plan de empresa.
- ✓ La Diputación de Huelva ha creado un instrumento pedagógico (<http://simeon.sigadel.com/index.php>) por el cual te van guiando en el proceso de creación de una empresa.
- ✓ En la página de EmprendeRioja hay una plantilla muy interesante (<http://www.emprenderioja.es/asesoramiento-integral/plan-de-empresa>) para la realización de un plan de negocio.

EXPOSICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

¿Sabes que probablemente llegará el momento en que deberás **defender tu proyecto** ante bancos, posibles socios, clientes, proveedores o ante organismos públicos? Por ello es necesario que sepas transmitir tus conocimientos, la viabilidad del proyecto y tu capacidad para llevarlo a cabo. ¿Cómo?

Te indicamos algunos aspectos:

- ✓ **La actitud**: Tu interés continuo por mejorar, tu seguridad y conocimiento han de quedar patentes. También deberás cuidar tu imagen personal, así como la entonación, fluidez y claridad del discurso (es conveniente ensayar la exposición con amigos y familiares). Evita el "victimismo",

pues el proyecto no puede ser consecuencia de no haber encontrado empleo estable o de un fracaso anterior.

- ✓ **La creatividad:** El emprendedor o la emprendedora deben estar preparados para aplicar soluciones a los problemas que vayan surgiendo al llevar a cabo el proyecto empresarial y esto debe plasmarse en las respuestas a las preguntas que puedan hacerle durante la exposición. No olvides que es importante saber admitir sugerencias y alternativas a nuestras ideas y proyectos.
- ✓ **La flexibilidad:** Hay que exponer los contenidos con actitud abierta y flexible y saber admitir sugerencias y alternativas. Un proyecto de negocio puede ser perfilado o reorientado a partir de nuevas informaciones o puntos de vista alternativos.
- ✓ **La información:** Es importante que el promotor esté preparado, al tanto de las nuevas técnicas y conocimientos. Es sumamente útil acompañarse de diagramas, tablas, planos, gráficos en las exposiciones que ayuden a mostrar seguridad y convicción en la idea que se expone. Revisaremos la sala donde se va a presentar el plan para comprobar los medios de los que dispondremos.
- ✓ **La puntualidad.** La falta de puntualidad denota desinterés y se puede interpretar como falta de respeto hacia el tiempo de otras personas. Cuando se llega tarde, los destinatarios se predisponen negativamente.

Cuando el proyecto empresarial se presenta **en grupo**, además de todas las cuestiones anteriores es muy importante dar sensación de unidad y eso requiere que la idea de negocio haya sido lo suficientemente discutida entre los miembros de dicho grupo antes del momento de su presentación.

En el siguiente enlace de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) encontrarás más consejos para la exposición del proyecto:

http://www.cea.es/portal/creacion_empresa/consejos_pe.aspx

APARTADOS DE UN PLAN DE NEGOCIO

Para la elaboración de un Plan de Empresa es conveniente seguir un modelo o guión e ir rellenando sus diferentes apartados. Puedes obtener esas *chuletilas* en INTERNET, marcando por ejemplo PLAN DE NEGOCIO, o consultando páginas como las que te citamos:

Busca el modelo que más te guste para tu trabajo. **No es necesario que rellenes todos los apartados** pero sí todos aquellos que ofrezcan una visión lo más real posible de tu proyecto.

Nosotros te vamos a proponer un **guión de plan de negocio** que tú podrás elegir, aunque podrás optar por otro que te guste más. El guión tiene una serie de apartados que iremos desarrollando a lo largo de todo el módulo de Iniciativa Emprendedora.

1. RESUMEN EJECUTIVO.
2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO
3. INFORMACIÓN SOBRE LA PERSONA O PERSONAS PROMOTORAS DEL PROYECTO
4. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIOECONÓMICO
5. EL PLAN DE PRODUCCIÓN
6. PLAN DE MARKETING
7. EL EQUIPO HUMANO
8. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA EMPRESA
9. ASPECTOS LEGALES
10. MEDIDAS DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL
11. ANÁLISIS DAFO

Ahora, para conocer en profundidad el **plan de negocio que te planteamos**, es importante que accedas al siguiente recurso:

PLAN DE EMPRESA

De regalo, una poesía:

"Acercaos al abismo, les dijo.
Tenemos miedo, respondieron.
Acercaos al abismo, les dijo.
Se acercaron.
Él los empujó... y salieron volando."

Apollinaire

...Y unas palabras del filósofo **José Antonio Marina**:

"Todos deseamos una vida placentera, cómoda y segura, pero al mismo tiempo necesitamos también saber que lo que hacemos tiene importancia para alguien, crear alguna cosa, sentirnos reconocidos, estar orgullosos de nosotros mismos, en una palabra, progresar de alguna manera."

Un plan de negocio debe ser un documento cerrado, sin que se pueda cambiar nada una vez terminado.



Verdadero



Falso

El plan de negocio debe adaptarse a los cambios.

Sólo hay una forma de "hacer bien" un plan de negocio.



Verdadero



Falso

Hay múltiples formas de hacer un plan de negocio. Lo ideal es que elijas la forma que elijas, la adaptes a tus necesidades.

El plan de negocio siempre se expone por escrito, no oralmente.



Verdadero



Falso

Aunque debemos hacer una "defensa" oral del plan de negocio, los datos han de quedar reflejados por escrito.

En el plan de negocio a veces es conveniente exagerar las bondades de nuestro proyecto.



Verdadero



Falso

Aunque siempre debemos emplear un estilo positivo, nunca debemos faltar a la veracidad de los datos reflejados.

Libros y Películas

LIBROS RECOMENDADOS

- ✓ El Libro negro del emprendedor. **Fernando Trias de Bes.**
- ✓ El emprendedor visionario. **Marc Allen.** Ed. Empresa Activa, 2002.
- ✓ Empresario en un minuto. **Ken Blanchard.** Ed. Granica, 2009.
- ✓ El error positivo. **Rafael Galán y Javier Escudero.** Ed. Planeta, 2009. Empresa que relata experiencias en primera persona de pymes españolas con errores positivos.
- ✓ La empresa creativa. **Franc Ponti.** Ed. Granica, 2003.
- ✓ La empresa según Homer Simpson. **Fernando Montero, Rafael Galán.** Ed. Gestión 2000.
- ✓ No miedo. **Pilar Jericó.** Ed. Alienta, 2006.
- ✓ Emprendiendo hacia el 2020. **Pedro Nueno.** Ed. Deusto.
- ✓ En la cabeza de Steve Jobs. **Leander Kahney.** Ed. Deusto.
- ✓ El autoliderazgo, **Ken Blanchard.** Ed. Granica, 2006.

PELÍCULAS RECOMENDADAS

- ✓ **ENVIDIA:** Director: Barry Levinson. con Jack Black y Ben Stiller. 2004. Se trata de la historia de dos amigos, uno de los cuales manifiesta su espíritu emprendedor y monta su propio negocio. Muestra la necesidad de la constancia y la innovación en la vida de una persona emprendedora.
- ✓ **LA GUARDERÍA DE PAPÁ:** Director: Steve Carr. Con Eddy Murphy. 2003. Es la divertida historia de una persona que pasa de ser desempleado a autónomo.
- ✓ **AMERICAN GANGSTERS:** Director: Ridley Scott. 2007. Con Russel Crowe y Denzel Washington. Película de acción, en la que encontramos temas empresariales como liderazgo de costes, problemas de las franquicias, gestión de equipos, control de las variables del entorno...

ANEXO I - Tiempos de crisis

EMPRENEDORES 26 FEBRERO 2009

Claves para arrancar con nuevos proyectos en medio de la incertidumbre económica

Negocios para crear ahora

A pesar de la que está cayendo, es un buen momento para emprender –así lo creemos en Emprendedores–, porque hay menos competidores en el mercado dispuestos a asumir riesgos. Hazlo con cabeza y apuntando nuestros consejos.

Javier Escudero

Más que nunca, analiza previamente si será o no viable en el futuro inmediato. Asumir riesgos no es sinónimo de lanzarse a lo loco, sino que si, en épocas de bonanza es aconsejable analizar muy bien la viabilidad de un proyecto, más aún lo es ahora. Es decir, emprender sí, pero no a cualquier coste.

Extrema la precaución

Antes de conocer las distintas oportunidades, sigue los siguientes consejos para no darte el batacazo a las primeras de cambio:

Inversiones moderadas. Teniendo en cuenta que el dinero no fluye a espuestas y que las condiciones de acceso al crédito se han endurecido, si decides emprender (o desarrollar una nueva línea de negocio dentro de tu empresa), hazlo en negocios que no requieran grandes inversiones iniciales.

Recursos propios. Sin perder de vista el punto anterior, apóyate en recursos propios, evitando apalancarte con inversores externos, principalmente bancos.

En el caso de proyectos tecnológicos, existen business angels dispuestos a invertir en nuevas iniciativas (ver última pág. de este dossier). Eso no quiere decir que regalen dinero, pero sí están más abiertos a escuchar propuestas innovadoras. En esos casos, si decides emprender, los business angels ven con buenos ojos que apuestes 100% por tu idea, con recursos propios y a tiempo completo. En cambio, generarás cierta desconfianza para asumir riesgos si compaginas un trabajo por cuenta ajena con el diseño de tu idea. “A las empresas que ya operan, les recomiendo que no se priven de emprender, pero que el nuevo proyecto no comprometa ni hipoteque su negocio actual, porque podría llevarles a la ruina”, sostiene Lluís Margalef, socio director de Oglobal.

Externaliza. En ese afán por controlar los costes (evitando los gastos superfluos) de tu nuevo proyecto, subcontrata la gestión, excepto la parte sensible del negocio. “Y dedica gente específica al nuevo proyecto para que no se encalle. Una tónica muy general es que, paralelamente al día a día, se implanta el nuevo proyecto y éste se acaba eternizando. Muchas empresas tardan un año en hacer esa tarea y mientras un competidor se les adelanta. No pierdas una semana porque estés en el día a día, sino que, después de estudiar concienzudamente la viabilidad del nuevo proyecto, métete de lleno en él, y si lo puedes hacer en seis meses no lo hagas en un año”, señala.

Comparte riesgos. Busca alianzas que te permitan compartir riesgos, recursos e inversiones. Podrás llegar a mercados y clientes a los que no accederías en solitario.

Seguir la tendencia. Otro consejo de Margalef, sobre todo, para aquellos que fabrican o producen para otras empresas: “Que tengan en cuenta la tendencia de sus clientes. Por ejemplo, en la industria subsidiaria de automoción ha habido empresas que no han sabido ver y seguir la tendencia de las marcas de coches (irse a otros países, cambiar el metal por plástico, etc.). Hay empresas pequeñas que han visto reducir sus ventas entre un 30 y un 50%, y cuando han querido darse cuenta, ha sido

tarde. Al final, lo importante de un negocio es tu cliente y si él deriva hacia un lado tú tienes que hacer lo mismo”.

Muy flexibles en los planes. Evita los extremos: “Ni aquel que no hace planes y va a salto de mata, enfrentándose a continuos imprevistos, ni aquel que detalla su plan de negocio en exceso y evita cualquier desviación. Si estás probando un servicio y no te funciona como habías previsto, gira el primer día que notes el síntoma”. En ese sentido, los equipos deben ser reducidos para tener libertad movimiento y cintura para sortear los imprevistos. Y echar mano de profesionales externos, aprovechando que hay muy buenos en el mercado”, sostiene Margalef.

ANEXO II - Einstein y la crisis

No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar "superado". Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones. La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia. El problema de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia.

Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora que es la tragedia de no querer luchar por superarla.

Albert Einstein

ANEXO III - LOS CONCURSOS DE PERSONAS EMPRENDEDORAS

Es interesante que como futura persona emprendedora conozcas los concursos que se organizan todos los años y que pueden ayudar a mejorar tu formación empresarial, tu motivación y la de tu equipo de trabajo, y que pueden ser una fuente de ingresos, un aporte de conocimientos y experiencias con otras personas emprendedoras.

Citamos aquí alguno de esos concursos:

✓ **CONCURSO EMPRENDE JOVEN:**

Todos los años la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa) convoca un concurso de Ideas de Negocio y Planes de empresa, denominado "Emprende Joven".

Puedes participar a través de Internet en la dirección:

<http://www.agenciaidea.es/home.jsp>

También dispones de un enlace directo a la web del concurso:

<http://www.emprendejuven.es/>

Por otro lado, también consta de un programa dirigido a alumnado de ciclos superiores de formación profesional de Andalucía para vivir una experiencia emprendedora en los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial. Durante 3 días podrán participar en talleres y juegos de empresa, jóvenes emprendedores les contarán sus vivencias, y podrán ganar succulentos premios como ordenadores portátiles y un viaje científico-cultural, participando en los concursos de Ideas de Negocio y Planes de Empresa.

Para más información consultar las bases en

www.a-emprende.net

✓ **PREMIO EMPRENDEDOR XXI:**

El Ministerio de Industria y 'la Caixa' son los encargados de convocar el premio Emprendedor XXI, que tiene como objetivo impulsar el desarrollo de empresas innovadoras e identificar aquellas compañías con gran potencial de crecimiento.

El concurso comprende una primera fase a escala regional, que se desarrollará en las distintas autonomías durante el mes de mayo. Los ganadores en esta etapa recibirán 10.000 euros, conseguirán becas para asistir al curso Ignite Fast Tracking Innovation de la Universidad de Cambridge y pasarán a la fase estatal, donde un jurado seleccionará a los tres finalistas que competirán por el galardón nacional.

Esta última etapa tendrá lugar entre el 16 y el 17 de junio en Barcelona y en ella se concederán 20.000 euros al primer clasificado, 10.000 al segundo y 5.000 al tercero.

Además, los tres finalistas concurrirán junto a otras 23 empresas del resto del mundo a la Global Entrepreneurship Competition, que se celebrará en Barcelona los días 18 y 19 de junio.

Dicho evento se enmarca dentro del nuevo encuentro HiT Barcelona World Innovation Summit, y cuenta con una dotación de 50.000 euros para la compañía ganadora y de 20.000 y 10.000 euros para el primer y el segundo finalista, respectivamente.

✓ **CONCURSO DE EMPRESAS VIRTUALES**

Este concurso se convoca cada año para premiar al alumnado que realice proyectos de empresas virtuales utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

El concurso está abierto a equipos de alumnos y/o alumnas (entre 1 y 5 personas) de ciclos formativos de F.P.E. que se encuentren matriculados durante el curso académico en centros docentes públicos de Andalucía.

Los proyectos tienen como finalidad el desarrollo de una idea para la creación de una empresa virtual, con argumentación sobre su viabilidad.

Las personas interesadas pueden presentar su proyecto hasta el 30 de junio de cada año. Los premios consisten en una dotación económica.

Para más información:

emprender.ced@juntadeandalucia.es

✓ ERASMUS PARA JÓVENES EMPRENDEDORES EUROPEOS

Los jóvenes empresarios españoles podrán pasar hasta seis meses trabajando con un empresario experimentado en otro país de la Unión Europea (UE) y aprender cómo manejar y crear mejor su propio negocio.

En el programa pueden participar emprendedores que tengan un proyecto a desarrollar o pequeñas empresas que no tenga más de tres años, así como empresarios con experiencia que estén dispuestos a acoger en sus empresas a los jóvenes empresarios. Las Cámaras de Comercio son las encargadas de este programa y las solicitudes deben ser dirigidas a www.erasmus-entrepreneurs.eu, dónde comenzaran los trámites para cerrar las condiciones de la estancia.

✓ También citaremos que hay multitud de premios promovidos a nivel local, como el de la escuela de Empresas de Vélez Málaga, o Promovidos por entidades bancarias como los premios Bancaja de Jóvenes Emprendedores.

ANEXO IV - PLAN DE EMPRESAS

PLAN DE EMPRESA

1. RESUMEN EJECUTIVO.

Es la tarjeta de visita del proyecto. Es un resumen de los aspectos más importantes del plan de negocio. Debemos despertar el interés del destinatario, siendo desde un principio convincente y entusiasta sobre su viabilidad.

2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es el resumen de la actividad objeto del proyecto, ya sea producto o servicio. Debemos dejar claro a qué se va a dedicar la empresa.

3. INFORMACIÓN SOBRE LA PERSONA O PERSONAS PROMOTORAS DEL PROYECTO.

En este apartado del plan de negocio nos presentamos. Se trata de exponer nuestros datos personales, situación laboral actual (desempleado, trabajador por cuenta ajena o propia), nivel de estudios, formación relacionada con la actividad que pretendemos desarrollar, experiencia profesional. Hemos de resaltar las **habilidades de interés** para el proyecto.

4. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIO ECONÓMICO

Vamos a analizar lo que rodea a nuestra futura empresa. Para ello, rellena el siguiente cuadro:

Entorno general

Factores económicos	
Factores socioculturales	
Factores políticos	
Factores legales	
Factores tecnológicos	
Factores propios de mi sector	

Entorno específico

La competencia	
Los clientes	
Los proveedores o intermediarios	
Los prescriptores	

5. ANÁLISIS DAFO:

Ahora pretendemos que analices ese entorno mediante un análisis DAFO.

El nombre DAFO es un acrónimo de las siguientes palabras:

- **D**ebilidades,
- **A**menazas,
- **F**ortalezas,
- **O**portunidades.

6. PLAN DE MARKETING.

¿Cómo queremos que sea percibido nuestro producto o servicio por los clientes? En este apartado lo describiremos, indicando aquellos aspectos en los que deseamos que sobresalga nuestra oferta y ello en comparación con las ofertas de nuestros competidores.

Distinguiremos:

- **Política de producto:**
 - Encuesta o cuestionario a futuros clientes.
 - Definición del producto o servicio (nombre, características, calidad, aspectos innovadores y necesidad que satisface).
 - Cartera de productos
 - Marca que vamos a emplear para distinguirlo de la competencia.
 - Logotipo.
 - Envase, embalaje, agrupamientos.
 - Etiqueta: características (dibujos, fotos, colores, características del producto,...)
- **Política de precios:**
 - Listado de precios.
 - Fundamento de los precios. Razones por las cuales decidimos situar el precio a este nivel.
 - Comparativa de precios con los de los productos/servicios de la competencia.
 - Criterios de descuento que vamos a aplicar.
 - Facilidades de pago
 - Relacionar el precio de venta con el coste que supone para nosotros el producto o servicio.
- **Política de distribución.** Cómo vamos a hacer llegar el producto al cliente, si va a ser propia o ajena, canales de distribución, si se trata de venta al por mayor o minorista, número de intermediarios, transporte.
- **Política de comunicación.** Para dar a conocer el producto o servicio al cliente tendréis que establecer una serie de medios o herramientas que deben ser adecuados a vuestro negocio y a vuestros clientes, que determine claramente la ventaja de vuestros productos o servicios, que sea rentable y que responda a la imagen que queréis dar de vuestra empresa. Se deben determinar:
 - Medios de comunicación (televisión, radio, buzoneo, folletos, páginas amarillas, periódicos...).
 - Técnicas de promoción. (Promociones, vales descuento, regalos, tarjetas de cliente anuncios, bonos...).
 - Relaciones públicas. (acciones directas, patrocinio, mecenazgo, medios de comunicación)
 - Publicidad en el lugar de venta (cartelería, merchandising...)
- **Público objetivo:** consumidor, prescriptor de compra.
- Calendario de ejecución.
- Evaluación
- Telemarketing.
- E-business

7. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Dónde estará ubicada y su justificación.

8. PLAN DE PRODUCCIÓN O DE OPERACIONES

Describiremos detalladamente el proceso de prestación del servicio o producción del bien, indicando:

- Las **materias primas** o mercancías para el normal desarrollo de la actividad, detectando quiénes van a ser nuestros **proveedores** y por qué los hemos elegido (precios y calidades, plazos, condiciones de pago, ubicación, gastos de transporte, capacidad de negociación...)
- Qué **servicio** se presta, con qué frecuencia, durante cuánto tiempo y en qué horario.
- Cómo se pondrá el cliente **en contacto** con nosotros.
- Si nos tendremos que **desplazar** al lugar de la prestación del servicio o si lo hace el cliente.
- Cómo recogeremos la **información** necesaria (soporte y procedimiento).
- Si necesitamos **colaboradores externos**.
- **Apariencia interna del local.**
- Si haremos **presupuestos previos** a los clientes.
- **Organización de las tecnologías de la información:** infraestructura de hardware y software e infraestructura de comunicaciones.

9. RECURSOS HUMANOS

Es este apartado trataremos de lo más importante de la empresa: las personas que trabajan en ella. Debemos concretar aspectos como los siguientes:

- Número de **empleados** que vamos a necesitar.
- **Funciones y responsabilidades** de cada uno
- **Ordenación jerárquica** de los puestos. Organigrama
- **Perfil de las características personales y profesionales** de cada puesto.
- **Proceso de captación de personal**. (conocidos, con ETT, a través del SAE o bolsas de trabajo, anuncios en prensa...)
- **Tipo de contrato**, condiciones laborales, posibles bonificaciones del Estado, tipo de salario.
- **Previsiones en cuanto a política de personal** (crecimiento).

10. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.

Elección de la modalidad de organización de la prevención (personalmente, designar a uno o varios trabajadores, constituir un servicio de prevención propio o ajeno, o mancomunado).

11. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO: LA VIABILIDAD ECONÓMICO - FINANCIERA DE LA EMPRESA

- PLAN DE INVERSIÓN INICIAL:

Tenemos que hacer una previsión de los **gastos necesarios para iniciar la actividad**, debes ser realista y tirar por lo alto, pues si no los tienes en cuenta pueden estropear el inicio de tu sueño. Pueden ser gastos como los que a continuación se indican:

- Fianzas por alquiler de local
- Gastos de compra del local
- Traspaso del negocio
- Acondicionamiento del local (obras, reparaciones, pintura...)
- Mobiliario (sillas, mesas, estanterías...)
- Maquinaria
- Instalaciones
- Herramientas
- Elementos de transporte (coche, furgoneta)
- Equipos informáticos (programas informáticos)
- Gastos de constitución y puesta en marcha (notario, asesoría, permisos de apertura, publicidad de lanzamiento, comida de apertura, cambios en la titularidad de la luz, el agua o el teléfono...)
- Existencias iniciales (mercancías que es necesario tener para iniciar la actividad)
- Gastos para patentar o registrar la marca, el nombre comercial o algún invento
- Productos de limpieza y material de oficina
- Previsión de fondos para mantener la empresa hasta cobrar las primeras facturaciones y que nos permita cubrir las primeras pérdidas iniciales si éstas se producen.
- Otros

- PLAN DE FINANCIACIÓN INICIAL

En este apartado detallaremos el **origen de los fondos para financiar las inversiones iniciales**:

- Recursos propios
- Recursos ajenos
- Ayudas y Subvenciones

- PREVISIÓN DE TESORERÍA:

Asimismo tenemos que hacer una previsión de cobros y pagos a lo largo de los tres primeros años de actividad a fin de evitar imprevistos y tener la liquidez necesaria.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
SALDO INICIAL (A)												
PREVISIÓN DE COBROS												
Clientes												
Subvenciones												
TOTAL COBROS (B)												
PREVISIÓN DE PAGOS												
Proveedores												
Alquiler												
Mantenimiento y reparaciones												
Servicios profesionales												
Transportes												
Seguros												
Publicidad												
Suministros												
Sueldos												
Seguridad Social												
Impuestos s/beneficios												
Préstamos												
TOTAL PAGOS (C)												
SALDO (A+B-C)												

EL BALANCE PREVISIONAL: señala qué y cuánto tiene la empresa y cuánto y a quién debe, en un momento determinado. Está constituido por las cuentas de activo y por las cuentas de pasivo, que estudiarás en su momento.

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO FIJO	Gastos establecimiento	PASIVO FIJO	No Exigible o Fondos Propios
	Inmovilizado material		Exigible a Largo Plazo
	Inmovilizado inmaterial	PASIVO CIRCULANTE	Exigible a corto plazo
ACTIVO CIRCULANTE	Existencias		
	Realizable o Deudores		
	Disponible o Tesorería		

- La **Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional** refleja los ingresos y gastos que se originan en un periodo de tiempo (normalmente un año) por la actividad productiva o comercial de la empresa.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS			
VENTAS			
PRESTACIÓN DE SERVICIOS			
GASTOS			
COSTE DE VENTAS			
GASTOS DE PERSONAL			
DOTACIÓN			

AMORTIZACIÓN			
TRIBUTOS			
ARRENDAMIENTOS			
REPARACIÓN Y CONSERVACIÓN			
SERV. PROF. INDEPENDIENTES			
TRANSPORTES			
PRIMA DE SEGUROS			
SERVICIOS BANCARIOS			
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			
SUMINISTROS			
OTROS			
RESULTADO			
GASTOS FINANCIEROS			
RESULTADO ANTES IMPUESTOS			
IMPUESTOS			
RESULTADO NETO			

- **Costes fijos y variables**, según si varían o no, respecto al nivel de producción.

12. ASPECTOS LEGALES: LA FORMA JURÍDICA, TRÁMITES, PERMISOS Y LICENCIAS, IMPUESTOS, SEGUROS, NORMATIVA APLICABLE.

En este apartado trataremos de aspectos legales que nos afectan en el momento de constituir la empresa y en el transcurso de la actividad diaria.

Determinamos la forma jurídica elegida (razones de dicha elección, responsabilidad, toma de decisiones y órganos de gestión), trámites de constitución, permisos, licencias y documentación requerida, seguros a contratar, los impuestos que tendremos que pagar (IRPF, IVA, Impuesto de Sociedades...), obligaciones laborales y con la Seguridad Social...

Asimismo, citaremos la normativa aplicable al sector: convenios colectivos, normas de seguridad e higiene, normas laborales, normas urbanísticas y medioambientales.

TEMA 3

ÍNDICE

Introducción al marketing	- 2 -
Concepto de marketing	- 3 -
Investigación del mercado ¿Cuál es mi mercado?	- 4 -
Técnicas de investigación de mercados ¿Con qué técnicas de investigación podemos contar?- 5	-
Análisis del mercado. ¿Qué debemos tener en cuenta para analizar el mercado?	- 7 -
Método DAFO	- 9 -
Marketing Estratégico	- 10 -
Herramientas del marketing. Marketing Mix	- 11 -
El producto o servicio	- 12 -
Imagen de marca y calidad del producto	- 13 -
El precio ¿de qué depende el precio de mi producto?	- 15 -
La distribución	- 16 -
Publicidad y comunicación ¿Cómo llegaré a mi cliente?	- 17 -
Los medios de comunicación	- 18 -
Marketing directo	- 20 -
La publicidad en el punto de venta. Merchandising	- 21 -
TÉCNICAS DE PROMOCIÓN	- 21 -
Relaciones públicas	- 22 -
EL SERVICIO POST VENTA.	- 22 -
Departamento de atención al cliente	- 23 -
Publicidad en la red. Comercio electrónico. e-busisness	- 25 -
ANEXO I - Marcas blancas	- 27 -
ANEXO II - COMBATIR A LOS MOROSOS	- 28 -
ANEXO III - CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y FIJACIÓN DE PRECIOS	- 29 -
DISTRIBUCIÓN FÍSICA	- 29 -
FUERZAS DEL MERCADO QUE INFLUYEN EN LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA	- 29 -
MISIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN UNA EMPRESA	- 29 -
INTEGRACIÓN DEL SISTEMA FUNDAMENTAL	- 29 -
Costo de la Distribución Física	- 29 -
Funciones de los canales de distribución	- 30 -
Precio:	- 30 -
Competencia ajena al precio.	- 31 -
Estrategia de entrada en el mercado.	- 32 -
Precios de descremado del mercado.	- 32 -
Fijación de precios de penetración en el mercado.	- 33 -
Estrategias geográficas de fijación de precios con base.	- 33 -
Fijación de precios basada en el punto de producción.	- 33 -
Fijación de precios de entrega uniforme	- 33 -
Fijación de precios de entrega por zona.	- 33 -
Fijación de precios con absorción de flete.	- 33 -
Estrategias de un precio y de precios flexibles	- 34 -
Líneas de precios.	- 34 -
Precios impares.	- 34 -

EL PLAN DE MARKETING

Caso práctico

Mercedes y Lola han decidido, después de trabajar un tiempo en una clínica privada como técnicas en cuidados auxiliares de enfermería, crear una empresa de servicios que preste asistencia a las personas con distintos grados de dependencia, enfermos o personas mayores. Han comprobado que muchos de los enfermos que eran dados de alta en su clínica necesitaban continuar con una serie de cuidados en su domicilio. Residen en una conocida ciudad turística en la Costa del Sol. Han observado, que en su ciudad reside un gran número de personas jubiladas y de avanzada edad, muchas de ellas discapacitadas, enfermas o con autonomía reducida, llegando a las siguientes conclusiones:

- ✓ Existen pocas empresas que presten este servicio de una manera organizada en la zona.
- ✓ La mayoría de personas que se ofrecen en el centro hospitalario a través de los tabloneros de anuncios no son profesionales sanitarios.
- ✓ La población de personas que requieren estos cuidados se está incrementando cada año. Lola ha leído una estadística donde aparece que la población de más de 65 años se ha duplicado en los últimos años en España.
- ✓ Las familias no saben cómo resolver esta situación porque no pueden hacerse cargo de sus familiares. Tradicionalmente eran las mujeres las que se hacían cargo de estas personas, pero actualmente la mayoría ha tenido acceso al mercado laboral y no pueden compatibilizar su trabajo con una atención diaria a sus mayores
- ✓ Por otra parte han experimentado en su corta experiencia laboral que les gusta el trato y cuidado de estas personas y consideran que deben ser tratadas con mucho cariño y respeto.

Todo ello les anima a plantearse la posibilidad de emprender este proyecto.

Introducción al marketing

Si tienes una idea de negocio, algo que ofrecer que creas que no se le ha ocurrido a nadie, una necesidad detectada no satisfecha.

- ✓ ¿Cómo podrías dar a conocer lo que quieres lanzar al mercado?
- ✓ ¿Existe un plan estratégico o pauta a seguir para conseguir que consuman tu producto o utilicen tus servicios?
- ✓ ¿En qué te basarías para decidir qué tarifas o precios puedes cobrar por los mismos?

Responderemos a éstas y otras cuestiones en el desarrollo del tema.

Ya hemos estudiado en la Unidad Didáctica 2 que el **Plan de Marketing** (*conjunto de herramientas, prácticas y procesos que pretende la satisfacción del cliente a través del intercambio. Proceso social y de gestión a través del cual los diferentes grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos de valor por otros (Kotler P)*) es una parte importante del Plan de Negocio. En esta unidad desarrollaremos los pasos necesarios para comercializar nuestro producto o servicio:

- ✓ Comenzaremos con un **Estudio de mercado** (*información obtenida por la observación del comportamiento y hábitos de los consumidores*) para conocer mejor el **mercado objetivo**.
- ✓ Nos marcaremos un plan con unos objetivos y unos medios para conseguirlos (Marketing Estratégico).

Lo pondremos en práctica a través de lo que conocemos como **Marketing Mix u Operativo** (*todo lo concerniente a los objetivos, medios y otros para llegar a conocer el mercado y los objetivos que la empresa pretende conseguir*) con la combinación de cuatro herramientas:

- ✓ la política del producto,
- ✓ la política de precios,
- ✓ la política de distribución,
- ✓ la de publicidad y comunicación.

Terminaremos con el estudio de la gestión del presupuesto y con una referencia a las posibilidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías a través del comercio electrónico debido a la importancia que tienen en la actualidad.

Concepto de marketing

Un poco de historia...

En los comienzos de la industrialización las empresas sólo debían preocuparse por producir, ya que en muchos casos la demanda era superior a la oferta. En la **época actual**, salvo en los casos de monopolio, la libre competencia y el fenómeno de la globalización plantea un problema para las empresas, ya que no es suficiente con producir un determinado bien u ofertar un servicio, sino que deben investigar qué es lo que necesitan o qué servicios requieren sus potenciales clientes. A finales de la década de los 70 el marketing se limitaba a las relaciones de intercambio de productos o servicios.

Philip Kotler, considerado padre del marketing actual, amplía este concepto relacionándolo con la **satisfacción de las necesidades de las personas**, no sólo con las ventas.

Para Philip Kotler "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes". El marketing, por tanto, tiene su origen en la existencia de necesidades humanas que basándonos en la Teoría de las necesidades de MASLOW se pueden estructurar en forma de pirámide, estando en la base las necesidades básicas (como comer, beber, vestirse etc.) y en el vértice las necesidades sociales, de estima o autorrealización. Partiendo de este hecho, el marketing se centra en la utilidad que nos proporcionan **tanto los bienes como los servicios, estudia el comportamiento del consumidor, sus deseos, gustos...**

El término Marketing es un término técnico que podemos definir de distintos modos. La palabra es de origen anglosajón, la traducción al castellano sería mercadotecnia o técnicas de ventas. Se empezó a utilizar por primera vez en EEUU en la década de los años 20 y deriva de la palabra inglesa market. Tiene su origen en los excedentes de producción de los agricultores norteamericanos de principios del siglo XX, que solicitaban el asesoramiento de los profesores de los Land Grant Colleges of Agriculture, ya que no sabían cómo colocar dichos excedentes en el mercado.

El Marketing implica, para la consecución de su objetivo básico (producir bienes o prestar servicios en condiciones ventajosas para mi empresa), el desarrollo de una actividad planificada que engloba distintas actuaciones:

- ✓ La investigación de mercados.
- ✓ Establecer las características del producto o servicio.
- ✓ Determinar el precio.
- ✓ Decidir la política de ventas (comercialización, distribución), comunicación, publicidad, promociones, y relaciones públicas.

La empresa parte de la observación del entorno general teniendo en cuenta el **entorno** social, demográfico y cultural, centrándose en la investigación del mercado a través de distintas técnicas (encuestas, observación, experimentación) y así obtener información de las características del mismo y saber dónde se quiere comercializar su producto.

El término Marketing significa para Philip Kotler:



Actividad dirigida a satisfacer necesidades humanas mediante procesos de intercambio



Técnicas de ventas



Conjunto de técnicas de promoción y publicidad

Efectivamente Kotler amplía el concepto de Marketing relacionándolo no sólo con las técnicas de ventas, sino con la satisfacción de necesidades.

Investigación del mercado ¿Cuál es mi mercado?

Caso práctico

Mercedes y Lola han comenzado a elaborar su plan de empresa porque creen que existe una demanda para su producto, pero se preguntan si realmente tiene posibilidades de éxito. Tal vez necesiten recopilar más datos sobre los servicios que ofrecen las empresas de la competencia.

Han quedado con Carlos para contarle su proyecto, le han llevado un folleto que ha encontrado en el buzón de casa donde se anuncia una empresa que oferta servicios a personas en situación de dependencia que requieran una atención personalizada y se les ha ocurrido que ellas podrían mejorar esta oferta añadiendo también servicios que ayuden a la movilidad (como alquiler de sillas de ruedas, andadores y muletas). Esto podría suponer una ventaja competitiva con respecto a los servicios ofertados en el anuncio.

También están pensando en contar con alguna empresa especializada en estudios de mercado para valorar cómo van a introducirse en él. Esto bajaría su nivel de incertidumbre, pero carecen de suficiente presupuesto. De momento visitarán las páginas web de las Asociaciones de empresarios y Cámaras de Comercio de la zona para recopilar datos, y solicitarán asesoramiento a todos los Organismos Públicos donde se presta apoyo a iniciativas como la suya. Recuerdan que lo estudiaron en el Módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora cuando estaban estudiando el ciclo formativo.

Un punto a su favor puede ser el hecho de que en la zona donde tienen previsto montar su empresa no hay centros de día ni residencias para personas mayores y sin embargo residen muchos jubilados extranjeros. Mercedes ha concluido sus estudios de inglés en la Escuela Oficial de Idiomas, esto será una ventaja porque no tendrá problemas para captar clientes de otras nacionalidades.

¿Por qué es necesario investigar las características del mercado en el que quiero vender mi producto u ofertar mi servicio? ¿Por qué existen productos que tienen más éxito que otros?

Porque es necesario conocer:

- ✓ Datos objetivos del mercado de un producto o servicio.
- ✓ Qué características debe tener el producto o servicio que se demanda en el mercado donde quiere comercializarlo.
- ✓ Quién demanda el producto.
- ✓ Qué productos ofrece la competencia de características similares.

¿Cómo recopilaré los datos?

Los datos los podemos obtener de tres fuentes:

- ✓ Datos que proceden de mi empresa. La empresa investiga directamente a través de entrevistas al consumidor, observando la competencia, etc.
- ✓ Datos que proceden de organismos oficiales (Instituto Nacional de Estadística, Ministerios, Ayuntamientos, Diputaciones provinciales) Asociaciones de Empresarios, Cámaras de comercio, etc...
- ✓ Datos que nos proporcione una empresa especializada en investigación de mercados.

¿Cómo funcionan las empresas de investigación de mercados?

Funcionan a través de medios de prospección e investigación de mercados, analizando datos estadísticos, encuestas, test sobre aceptación del producto, etc. para su posterior análisis y valoración.

Técnicas de investigación de mercados ¿Con qué técnicas de investigación podemos contar?

Caso práctico

Nuestras futuras empresarias, **Lola y Mercedes**, se preguntan si existen algunos medios o técnicas para conocer mejor las características del mercado en el que van a ofrecer sus servicios.

Pretenden, en la medida de lo posible reducir al máximo el riesgo empresarial y obtener información útil que las oriente sobre las decisiones que han de tomar.

¿Sabes si existen técnicas para investigar el mercado? ¿Cómo crees que te ayudarían? debemos mencionar al menos las más utilizadas. Las técnicas de investigación de mercados que más se utilizan son:

✓ La encuesta:

Es un procedimiento de recogida de información a través de preguntas sobre hábitos de consumo, gustos, nivel de satisfacción de un producto o servicio etc. Pueden hacerse sobre una muestra de la población o sobre todo el colectivo. Si éste es pequeño, la forma de hacerlo es normalmente con una entrevista personal pero también se puede hacer por teléfono, correo, sobre un tema o varios.

✓ El panel:

Se hace sobre un grupo de personas representativo de la población o grupo de consumidores de la que fueron elegidos. Facilita información periódica. Se les pregunta sobre hábitos de consumo, intenciones de compra, publicidad, consumo de un producto concreto, gustos o preferencias.

✓ La Observación:

Se basa en analizar y estudiar a través de la observación -normalmente llevada a cabo por profesionales expertos- la reacción de un colectivo de personas ante nuevos productos ó para conocer hábitos, tendencias, necesidades no satisfechas de los consumidores potenciales.

✓ La Experimentación:

Es una técnica que se utiliza antes de lanzar un nuevo producto o servicio al mercado para saber las posibles reacciones de los potenciales consumidores. Por ejemplo se lanza sólo en un área geográfica determinada, o lo utiliza sólo un grupo de personas; se trata de testar en un espectro demográfico reducido las cualidades de un producto y comprobar cómo éste es percibido por este grupo y dependiendo de sus resultados se puede comprobar y medir sus posibilidades de éxito comercial.

En relación con la cuota de mercado puedes leer una noticia publicada en el Correo Gallego que trata sobre las estrategias de marketing para incrementar la cuota de mercado de la marca de coches Renault con respecto al mercado total de automóviles.

http://educacionadistancia.juntadeandalucia.es/cursos/file.php/602/unidad_03/contenidos/EIE03-R01.pdf

Si quieres aprender a realizar encuestas. En el siguiente enlace encontrarás modelos de encuesta.

<http://mkt.e-encuesta.com/>

Un estudio de mercado puede analizar información sobre:

- ☐ La legislación aplicable en el mercado de un producto
- ☐ El entorno general y los consumidores



El entorno general, los consumidores y la competencia



Todas son correctas

¿ De qué fuentes puedo obtener la información para investigar mercados?



Fuentes internas de la propia empresa



Organismos oficiales como el instituto Nacional de Estadística



Todas son correctas.

Análisis del mercado. ¿Qué debemos tener en cuenta para analizar el mercado?

El análisis de los elementos del mercado se puede hacer sobre factores como los que a continuación detallamos:

1.-Tamaño del mercado de un producto.

Se debe analizar el sector al que va a lanzar el producto, sus previsiones de crecimiento, factores medio ambientales, legislación aplicable. La globalización es un elemento a tener en cuenta. En definitiva debemos considerar factores que puedan influir en el análisis. Por ejemplo en la actualidad el sector inmobiliario está en recesión debido a la crisis económica; sin embargo, el sector de servicios para la tercera edad está en expansión debido a factores demográficos y sociales.

2.-Clientes potenciales, reales y personas que influyen en la decisión de compra.

Pero, ¿existen métodos para investigar a nuestros potenciales clientes? Una parte de nuestro **plan de negocio** consiste en estudiar a nuestros potenciales clientes y para ello debemos responder a la siguiente pregunta; **¿A qué segmento de mercado dirigimos nuestro producto o servicio?** Dado que los consumidores de un producto o servicio no tienen características homogéneas, **segmentar** el mercado consistirá en agruparlos en consumidores de similares características atendiendo a criterios económicos, culturales, nivel de estudios, motivaciones de consumo, hábitos de consumo, edad etc. Una vez que las empresas saben cuál es su segmento la mayoría se afanan por aumentar su **cuota de mercado** que es el porcentaje que suponen las ventas de una empresa sobre el total de ventas de un producto en ese mercado.

3.-Competencia.

Debemos estudiar las empresas que concurren en el mercado ofreciendo los mismos bienes o servicios, buscando ventajas competitivas que nos diferencien de las mismas.

4.-Intermediarios.

Exceptuando los casos de venta directa por el fabricante o persona que presta servicios, en la mayoría de los casos son necesarios los intermediarios. Éstos pueden tener gran influencia en el mercado ya que se encargan de acercar el producto a los clientes.

5.-Producto.

En cuanto al ciclo de vida del producto, dado que el desarrollo del mismo abarca un ciclo, hemos de tener en cuenta la fase en la que se encuentra para saber qué estrategia comercial debemos seguir. Las fases son: **Nacimiento**. En la fase de lanzamiento requiere una fuerte inversión en publicidad resaltando sus ventajas con respecto a la competencia, o si se trata de un producto nuevo, informando sobre sus características. **Crecimiento**. El producto comienza a consolidarse en el mercado. Es el momento en el que los competidores también intentan hacerse un hueco. **Madurez**. El producto o servicio está consolidado y la demanda se mantiene. Se intensifica la competencia. Es el momento de sacar una nueva línea de productos, mejorar el que ya tenemos... La publicidad debe resaltar aspectos diferenciadores como la calidad, imagen de marca, etc. **Declive**. El producto se deja de demandar por cambios en los gustos de los consumidores, por cambios sociales, si aparece otro con mejores prestaciones al mismo precio, por la tecnología. Debemos sustituirlo o dejar de producirlo. El ciclo de vida de un producto depende de las características del mismo, por ejemplo Coca-Cola lleva muchos años en el ciclo de madurez y los productos de moda, como la ropa, desaparecen cuando cambian las tendencias de la moda.

¿Qué crees que significa cuota de mercado?



Porcentaje que suponen las ventas de una empresa sobre el total del mercado al que pertenece



Las ventas de una empresa en relación con los gustos de los consumidores



Las ventas de una empresa

Incrementar la cuota de mercado es un objetivo que se plantean la mayoría de las empresas

Observatorios industriales. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MIC), a través de la Dirección General de Industria, ha puesto en marcha ocho observatorios industriales para sectores clave del tejido productivo español que se encuentran especialmente afectados por la situación actual de competencia creciente y agresiva de nuevos países. Para obtener información sobre los observatorios consulta la siguiente página:

<http://www.mityc.es/industria/observatorios/Guia/Paginas/sectores.aspx>

Método DAFO

Como hemos visto, para alcanzar sus objetivos la empresa depende de su entorno por lo que es muy importante que conozca las **oportunidades** y **amenazas** que éste le ofrece y las debilidades y **fortalezas** que pueda manifestar ante las circunstancias que encuentre en él para adoptar estrategias que le permitan alcanzar el éxito.

Un método muy útil para estudiar el entorno de la empresa es el análisis D.A.F.O. DAFO es el acrónimo de **D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas y **O**portunidades. Consiste en analizar a través de un cuadro los siguientes apartados que vamos a analizar siguiendo el CASO:

Caso práctico

Mercedes y Lola hicieron su análisis DAFO al comienzo de su actividad y le quedó como sigue:

Externos	Internos
Amenazas Concepto: <i>Aspectos desfavorables del entorno que perjudican a la empresa y que debe afrontar.</i> → Competencia del sector público en centros de día → Dificultad para conseguir créditos → Dificultad para conseguir buenos precios de los proveedores...	Debilidades Concepto: <i>Los puntos débiles de la empresa que debe subsanar.</i> → Falta de experiencia → Pocos recursos económicos → Miedo a emprender...
Oportunidades Concepto: <i>Elementos favorables del entorno que facilitan el que la empresa alcance sus objetivos.</i> → Clientes insatisfechos → Sector en crecimiento → Posibles ayudas de Organismos Públicos → Incremento de la demanda por factores demográficos. → No existe una competencia que se adecue a las necesidades detectadas	Fortalezas Concepto: <i>Los puntos fuertes de la empresa que debe mantener y potenciar.</i> → Ilusión en el proyecto → Un local en un lugar adecuado → Formación → Atención personalizada → Especialización en servicios y diversificación → Buena red de contactos...

Para hacer un DAFO te proponemos que visites la siguiente web:

<http://www.guiadelacalidad.com/analisis-dafo.php>

Marketing Estratégico

Dentro del Marketing podemos diferenciar entre:

- ✓ Marketing estratégico
- ✓ Marketing operativo

Una vez que he analizado mi mercado debo plantearme ¿Cómo comercializaré mi producto? Para conseguirlo debo marcarme una estrategia **¿Qué camino debe recorrer la empresa para alcanzar sus objetivos? Esto es lo que se conoce como Marketing estratégico.**

El Marketing estratégico podemos definirlo como un documento escrito donde aparece la planificación de todas las acciones que emprenderá la empresa para comercializar sus productos. Como todo plan debe estar sistematizado y estructurado, teniendo en cuenta las características del mercado en que lanzamos nuestro producto, debe ser flexible para ir adaptándonos a los cambios que observemos, reacciones del consumidor, cambios en hábitos de consumo, etc. El **marketing estratégico** supone:

- ✓ Conocer las necesidades de nuestros futuros clientes.
- ✓ Localizar nuevos nichos de mercado.
- ✓ Identificar segmentos de mercado.
- ✓ Diseñar un plan de actuación que cuente con una estrategia de futuro.
- ✓ Hacer un análisis constante, no sólo de nuestra empresa sino también de la competencia.
- ✓ Buscar estrategias que a medio y largo plazo permitan a las empresas conseguir sus objetivos de posicionamiento en el mercado.
- ✓ Aplicar técnicas para fidelizar a los clientes.

Todas las empresas deben contar con esta herramienta, no sólo las grandes multinacionales, también las pequeñas empresas, ¿por qué?:

- ✓ Por el alto grado de competencia que existe en la actualidad. Muchas empresas ofrecen los mismos servicios y productos.
- ✓ Para decidir qué producir o qué servicios se demandan en función de las necesidades detectadas.

Si quieres profundizar en aspectos relacionados con temas de publicidad y marketing te recomendamos esta página

<http://www.prnoticias.com/index.php/prmarketing>

de los - El directivo López de Arriortua, ex Vicepresidente de Volkswagen y General Motors dice que "Para mantener la fidelidad de los clientes, hemos de conocer sus reacciones, su comportamiento, sus necesidades, sus aspiraciones... En definitiva, comunicarnos con ellos"

El plan de marketing podemos definirlo como:

 **Un documento escrito donde aparece la planificación de todas las acciones que emprenderá la empresa para comercializar sus productos**

 El documento que recoge la contabilidad de la empresa. El plan de Marketing no es un documento contable

 El plan de negocio Forma parte del plan de negocio ,no es el plan de negocio

Efectivamente el plan de marketing es la estrategia que desarrollará la empresa para comercializar su producto o servicio a través de las cuatro herramientas del marketing , también llamado Marketing Mix u operativo

Herramientas del marketing. Marketing Mix

Caso práctico

Mercedes y Lola ya conocen **el mercado** en el que se van a ofrecer sus servicios. Han estudiado las características del mismo, el sector en el que se va a desenvolver su proyecto y la competencia. Saben que la evolución demográfica de la zona donde viven y la creciente demanda de servicios sanitarios les genera una oportunidad de negocio.

Han comprobado que el número de clínicas privadas de su ciudad va aumentando cada año, así como el de residencias para personas mayores. Saben de compañeras que han terminado el ciclo formativo de técnico en Cuidados Auxiliares de Enfermería en el mismo instituto y que ya han encontrado trabajo cuidando a personas mayores que requieren cuidados específicos, pero ellas prefieren crear su propio negocio y ser autónomas aunque son conscientes de que se trata de un proyecto con riesgos (algo inevitable en toda actividad emprendedora). Han estudiado los servicios que ofrecen otras empresas que se dedican a la misma actividad, piensan ofrecer alguna ventaja competitiva que les diferencie del resto.

En cuanto a los **precios** de sus servicios, necesitan asesoramiento, los precios de la competencia son orientativos pero han de tener en cuenta otros aspectos para llevar a cabo una adecuada política de precios.

¿Se debe estudiar a fondo **el producto y sus características** para diferenciarlo de la competencia antes de lanzarlo al mercado? ¿Sabemos en qué nos basarnos para llevar a cabo una **política de precios**? ¿Qué **canal de distribución** es el más adecuado para hacer llegar nuestros productos a los clientes? Una vez que he marcado mi estrategia debo decidir cómo llevarla a cabo para ello contamos con el denominado **Marketing Mix o Marketing operativo** ¿En qué consiste? Es la mezcla o la suma de las cuatro herramientas del Marketing (conocida por las cuatro "P"):

- ✓ **Producto**
- ✓ **Precio**
- ✓ **Distribución(en inglés Place)**
- ✓ **Publicidad**

Charle Browner, un maestro de la venta, decía: "No existe la venta fácil o la venta difícil, sólo existe la venta inteligente y la venta estúpida".

Puedes leer los siguientes artículos publicados en El País 17/08/09 donde se analizan distintas estrategias aplicadas en la empresa Mercadona para abaratar el precio de productos basadas en la marca blanca.

Marcas blancas

El término inglés Benchmarking significa análisis y estudio del comportamiento de la competencia para plantearnos estrategias que siempre la superen y no se quede con nuestros clientes.

El producto o servicio

¿Qué es lo que vende la empresa? ¿Cuál es su negocio? ¿Cómo queremos que sea percibido nuestro producto por los clientes?

El estudio de mercado nos orientaba básicamente sobre qué características ha de tener nuestro producto o servicio. La política de producto debe describir dichas características para llegar a su diseño final y ofrecer al mercado productos que demandan nuestros futuros clientes. Antes hemos de hacer una diferenciación entre:

Producto, es cualquier objeto tangible que puede ser ofrecido al mercado y que pueda satisfacer un deseo o necesidad.

Servicio, es un producto no material y por lo tanto intangible.

El producto debe satisfacer una necesidad. Para ser útil debe contemplar un conjunto de satisfacciones y beneficios que puedan ser percibidos por el consumidor y deben de contener cualidades físicas, psicológicas, simbólicas y de servicio.

Características:

El Diseño.-Deber resaltar la imagen de marca de manera que en su formato físico final, la empresa debe aprovechar como estrategia de comunicación los beneficios de uso, psicológicos y de conveniencia. En el diseño es donde el producto busca diferenciarse de su competencia y puede además encontrar ventajas competitivas o nuevos nichos de mercado. Forman parte del diseño:

1. **El envase:** Protege el contenido y ofrece información del producto en la etiqueta, facilita el transporte y la conservación del producto. En función del cliente al que va dirigido el envase será de distintos tamaños, formas, materiales y tendrá distinta capacidad.
Por ejemplo para una familia media, una empresa dedicada a vender leche, puede ofrecer envases de dos litros para gran consumo, pequeños para personas que viven solas o envases que puedan llevarse al colegio para los niños.
2. **La Marca:** Según Kotler es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de todos ellos, cuyo objeto es identificar los bienes y servicios de un vendedor (o grupo de vendedores) con el objeto de diferenciarlos de sus competidores. Las principales características que debe reunir la marca son;
 - ✓ Atributos: los atributos de una marca están formados por el conjunto de cualidades que sobre su producto se sugieren al consumidor. Por ejemplo una marca de coches de lujo sugiere seguridad, diseño, buena tecnología.
 - ✓ Beneficios: En función de los atributos el consumidor debe percibir una serie de ventajas. Volviendo al ejemplo anterior, el automóvil responderá en situaciones complicadas.
 - ✓ Valor: Lo que valoran los clientes de una marca. Por ejemplo el prestigio.
 - ✓ Personalidad: La marca debe proyectar una determinada personalidad. Por ejemplo poder adquisitivo, profesionales de alto nivel etc. En determinados sectores, por ejemplo el textil, el diseño de marca busca diferenciarse de su competencia ofreciendo productos más atractivos, distintos sobre todo de otras marcas, en una búsqueda constante de nuevos productos (para evitar entre otras causas ser copiados) que ofrezcan imagen de distinción, exclusividad y satisfacción personal a sus clientes.

Un anglicismo que se utiliza mucho en marketing es la palabra **packaging** y es la presentación del producto, debe dar toda la información sobre las cualidades del producto, debe mostrar que cubrirá todas nuestras expectativas y necesidades, resaltando todo lo bueno que nos aportará.

¿Has pensado qué logotipo te gustaría crear para tu empresa? En el siguiente enlace encontrarás una guía práctica para crear tu logotipo

<http://www.muypymes.com/2009/04/29/guia-practica-para-crear-tu-logo-corporativo>

Imagen de marca y calidad del producto

Caso práctico

Nuestras futuras empresarias podrían ofrecer una ventaja competitiva para diferenciarse de los productos que ofrece la competencia que podría consistir en enviar mensualmente a las familias de sus clientes un dossier pormenorizando de los servicios asistenciales y médicos que han recibido durante dicho periodo de tiempo.

¿La calidad es algo que deben trabajar todas las empresas para ofrecer una ventaja competitiva?

Los Departamentos de Calidad de las empresas tienen por objeto investigar las cualidades de sus productos para mejorarlos y así ofrecer ventajas con respecto a los de similares características que ofrecen sus competidores. Deben ser constantes para poder adaptarse a los cambios y nuevas necesidades así como garantizar una calidad basada en la **innovación**.

- La industria láctea constantemente investiga para ofrecer al mercado productos enriquecidos, los productos lácteos que mejoran su aporte nutricional, como la leche con calcio o con ácidos grasos omega 3. Todo buscando una diferencia y mejora, respecto a los productos similares de los competidores.

- Antes de que nacieran las marcas comerciales de hoy, gran parte de las mercancías carecían de identidad. Los distribuidores las compraban allá donde las encontraban más baratas, con lo que acababan fijando el precio. La creación de la marca significó un elemento para diferenciar el producto, que así logró presentarse directamente al consumidor, para conseguir que el público demandase, no el producto en sí, sino su marca.

- **¿Sabes lo que debes hacer para registrar tu marca?** el registro de una marca otorga a la empresa el **derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con la misma marca o utilizando una marca tan similar que pueda crear confusión**.

- En el siguiente enlace encontrarás una página de la **Oficina Española de Patentes y Marcas** que permite solicitar on-line el registro de patentes y marcas.

<http://www.oepm.es/>

- Al titular de derechos de autor, patentes o marcas se le deben pagar el royalty o regalía a cambio del derecho a usarlos o explotarlos.

- Una **marca blanca**, también llamada **marca del distribuidor** o **marca genérica**, es la marca perteneciente a una cadena de distribución, con la que se venden productos de distintos fabricantes. Las marcas del distribuidor tienen una excelente relación calidad/precio. Nueve de cada diez consumidores han comprado marcas blancas este año. Más allá de la crisis, los datos, ofrecidos por el Ministerio de Medio Rural y Marino, se integran en la tendencia al alza que experimenta el sector desde 2005, si bien parece estar llegando al tope de su cuota de mercado. La estrategia de algunas empresas para hacer frente a las marcas blancas es resaltar la imagen tradicional de marca y la calidad.

- Te ofrecemos un ejemplo de empresa innovadora en Andalucía

Innova Vegetalia del Mar S.L. es una empresa gaditana , constituida por tres licenciadas en Ciencias del Mar de la Universidad de Cádiz, Consuelo Guerra Fernández, Mónica Medina Sánchez y Raquel Velázquez Guerrero, que se dedica a cultivar y comercializar macroalgas como alimento para el consumo humano aunque, en un plazo medio, tiene previsto introducir el producto en otros sectores. (Farmacéutico, cosmético)

Las herramientas del Marketing mix son:

- ☐ El precio y la distribución.
- ☒ **El producto, el precio, la distribución y la promoción.**
- ☐ La publicidad con Retroalimentación.

éstas son las cuatro "pes" o herramientas del Marketing Mix

El precio ¿de qué depende el precio de mi producto?

Caso práctico

Mercedes y Lola, ya han establecido las características del servicio que quieren ofrecer basándose en el estudio de mercado, han mejorado y completado la oferta de los competidores. Ahora se enfrentan al dilema de la determinación del precio. Lola se pregunta ¿cómo se puede saber cuánto deben cobrar por sus servicios? Habrán de tener en cuenta los costes, ya que en caso contrario resultaría un negocio ruinoso, un amigo les comenta que estudien los precios de la competencia y establezcan condiciones ventajosas en el pago, como el pago aplazado o una cuota mensual para aquellas familias que sólo van a necesitar sus servicios puntualmente, de manera que luego no les resulte especialmente gravoso. A Mercedes le parece una buena idea. Una forma de bajar el precio de los servicios sería la oferta de pisos tutelados, compartidos para determinados clientes que no necesiten una asistencia constante.

¿De qué depende el precio del producto o servicio?. El precio depende de las siguientes variables

1. De las características del producto; carácter innovador con respecto a otros que ya existen en el mercado, o bien no existe en el mercado.
2. De los precios de la competencia.
3. De las características de los consumidores (segmento de mercado al que va dirigido, capacidad adquisitiva de sus potenciales clientes).
4. De los costes. El precio expresa el valor monetario del producto o servicio. Es percibido por el consumidor, que asocia en el producto la utilidad, el beneficio o satisfacción, la idea de marca del producto, las ventajas económicas con otros productos de la competencia. En muchos casos el precio del producto determina la elección del cliente: en el precio final del producto, el fabricante debe de considerar que el cliente pague un precio competitivo.

Forma de Pago. Con la forma de pago la empresa persigue dos objetivos:

Que el consumidor detecte un beneficio personal en la forma de pago, por ejemplo pago a plazos, al contado, con descuentos por pago al contado, etc.

Asegurarse el cobro final de su producto.

¿Qué pasa con los morosos? Una política arriesgada de pagos, por ejemplo los pagos aplazados, puede incurrir finalmente en una elevada tasa de impagos de manera que perjudique a la tesorería y finalmente a sus beneficios por lo que deberá inexcusablemente que buscar alternativas que faciliten el cobro de los pagos: seguros, financiación de terceros (bancos). En esta elección es precisamente donde el cliente percibe claramente el servicio como un valor añadido y de calidad de la empresa.

La tasa de morosidad se ha duplicado en el último año. Según las últimas cifras publicadas por el Banco de España, los impagos de bancos y cajas se sitúan en el 1,61%, el registro más alto desde 1999. Esta estadística la puedes consultar en el siguiente enlace

<http://www.expansion.com/2009/07/26/economia-politica/1248606316.html>

¿Qué podemos hacer para hacer frente a los morosos? En el siguiente recurso encontrarás estrategias para hacer frente a los morosos.

Combatir a los Morosos

Las principales características que debe reunir la marca son.

- ☒ Atributos, beneficios, valor, personalidad
- ☐ Que sea conocida
- ☐ Beneficios para los consumidores

¿Qué se debe tener en cuenta para determinar el precio del producto o servicio?

- ☐ Características del producto
- ☒ Características de los consumidores, precios de la competencia y costes

La distribución

La distribución es la forma con que la empresa hace llegar finalmente el producto o servicio al cliente. La distribución combina procesos y elementos muy variados para hacer llegar el producto a su emplazamiento último de manera que optimice:

1. **El tiempo** (desde el punto donde se fabrica el producto hasta su emplazamiento de venta, por ejemplo)
2. **Los recursos** (por ejemplo el transporte) de que dispone la empresa.

Una óptima utilización y combinación de todos los factores que intervienen en la distribución determinan sensiblemente el precio del producto y la imagen de la empresa.

La distribución es un elemento necesario en la fabricación y venta de bienes tangibles ya que la prestación de servicios no cuenta con un canal de distribución. Desde la fábrica al intermediario y de ésta al consumidor el producto tiene que contar con un sistema para distribuirlo y hacerlo llegar a su consumidor final.

La empresa tiene ante sí la estrategia de decisión de su política comercial, pues tiene que elegir - entre varias alternativas- el canal o los canales de venta o distribución de sus productos o servicios. De esta manera puede vender sus productos a través de:

- ✓ Agente comercial. Vende directamente el producto en nombre de la empresa.
- ✓ Distribuidor. Es un tercero. Vende a los minoristas.
- ✓ Minorista. Vende al cliente final.
- ✓ Venta directa. Por ejemplo a través de correo, Internet, por teléfono, etc.
- ✓ Franquicias.

El tipo de producto determina el tipo de distribución. Por ejemplo, los productos tecnológicos industriales necesitan canales de distribución más directos entre clientes y fabricantes, sin embargo los de consumo masivo y escaso valor unitario requieren mayor número de canales de distribución.

Los integrantes del canal de distribución pueden ofrecer servicios diversos como; almacenaje, fraccionamiento en lotes adecuados a las necesidades del cliente, conservación del producto para que llegue a su destino en condiciones óptimas.

En el siguiente enlace tienes un artículo que te servirá para analizar la relación entre cadenas de distribución y política de precios.

[Canales de distribución y fijación de precios](#)

En la distribución, la empresa pretende optimizar procesos y métodos variados para ahorrar



El máximo dinero posible para abaratar el



Los recursos estratégicos tan escasos en la empresa



Tiempo y recursos disponibles

Elegir un buen canal de distribución debe tener en cuenta que los productos lleguen en el menor tiempo posible al consumidor y que repercuta lo menos posible en el precio.

¿Cuál crees que es el mejor canal de distribución que la empresa puede elegir?



La venta directa



Combinar todos los canales de manera que pueda llegar al máximo posible de consumidores



Es una decisión estratégica al final depende de varios factores

A la hora de decidir el canal de distribución debemos tener en cuenta varios factores como las características del consumidor final, las características del mercado, del producto y cobertura del mercado

Publicidad y comunicación ¿Cómo llegaré a mi cliente?

Caso práctico

A nuestras empresarias les queda un último reto. **¿Cómo van a conseguir dar a conocer su negocio?** Recordemos que Lola encontró un folleto de otra empresa en el buzón de su casa, ellas podrían hacer lo mismo. Distribuir folletos anunciando la empresa por todos los edificios de la zona.

Pero ¿dónde se concentran los usuarios de sus servicios? Piensan que en los centros de atención primaria y hospitales, pero para llegar a más personas deben plantearse otras formas de publicidad, más caras pero también más efectivas: anunciarlo en la radio o incluso en la televisión local. Una buena idea sería anunciarlo en los diarios gratuitos que suelen leer mucho los jubilados. Para llegar a los clientes extranjeros buscarían alguna publicación de información local en inglés.

Carlos, un amigo del hermano de Mercedes que terminó el año pasado en el mismo instituto un ciclo formativo de informática, aprendió a diseñar **páginas web** y les ha dicho que podría ayudarles diseñando una para su empresa, a Lola le parece una idea muy buena, pues cuando estuvo buscando información en la red encontró muchas páginas de empresas de ayuda a domicilio y todo tipo de servicios para personas con distintos grados de dependencia.

La publicidad de la empresa busca ofrecer al consumidor final una acertada comunicación del producto o servicio. La empresa se beneficia atribuyéndose una imagen de marca que busca diferenciarse positivamente de su competencia.

La publicidad debe tener en cuenta todos aquellos factores que pueden tener repercusión final en los resultados de la empresa. Tiene varios elementos que la caracterizan:

- ✓ EMISOR,
- ✓ RECEPTOR,
- ✓ MENSAJE: el objeto o servicio que se anuncia.
- ✓ MEDIO: el canal que utilizamos.

En la publicidad los recursos con que contamos son propios y ajenos.

1. **Recursos propios:** son los que la propia empresa por sí sola puede realizar tales como determinada cartelería y merchandising, phoner, promociones directas en el lugar de venta, comunicados etc....
2. **Medios ajenos;** suelen encomendarse a los agentes especializados, especialmente las agencias de publicidad, que tienen especializada la búsqueda de los medios y la realización de determinadas campañas de comunicación que la propia empresa es incapaz de producir.

Pero ¿a quién debe ir dirigida? ¿Siempre a los **consumidores finales**?

La publicidad debe orientar la comunicación hacia varios objetivos,

- ✓ **El público objetivo** al que quiere dirigirse.
- ✓ **El Decisor de compra.** Es el que tiene el poder de decisión sobre si se realiza o no la compra
- ✓ **El Prescriptor de compra:** es el que por su influencia o poder sobre un tercero consigue que éste se decida por la compra de un producto.
- ✓ **Los vendedores.**
- ✓ **Los intermediarios.**

Los medios de comunicación

La publicidad como forma de transmitir información se efectúa a través de los medios de comunicación. Pero **¿Qué hemos de tener en cuenta para saber cuál es el medio adecuado para dar a conocer nuestro negocio?** Entre otros aspectos hemos de considerar:

- ✓ Las características del producto
- ✓ El mercado al que desea llegar,
- ✓ Sus principales competidores
- ✓ Los costes que origine su utilización

Un ejemplo: No es lo mismo publicitar un producto alimenticio (por ejemplo una línea de frutos secos ecológicos) del que podemos utilizar como medios publicitarios la radio, prensa, ferias temáticas etc, que el caso de la Clínica de Asistencia Social en Marbella, que requerirá seguramente de otros medios más especializados y seguramente directos, por ejemplo la publicación en revistas especializadas, asistencia a hospitales, publicidad en centros de influencias (clínicas, consultas médicas etc.) sin menospreciar los medios convencionales.

Los medios publicitarios pueden clasificarse en:

Medios Impresos. Los más importantes son

Periódico: Ha sido el medio tradicional de hacer publicidad. Puede ser local, centrándose en las noticias y temas que interesan en su área geográfica, o nacional. Su ventaja es el bajo coste en relación al público al que llegan.

Revistas: Sobre todo las que se especializan en determinados temas, pueden ser un excelente medio de comunicación para aquellos productos destinados a un grupo de consumidores con características comunes en cuanto a costumbres, intereses y necesidades.

Correo directo: A través del Servicio de Correos podemos hacer llegar a nuestros clientes reales y potenciales todo tipo de información sobre nuestra empresa, promociones, cupones descuento, catálogos etc. Cuando se trata de captar nuevos clientes tiene la ventaja de que podemos seleccionar el área geográfica a la que queremos llegar en función de la ubicación de nuestro negocio, o el tipo de clientes que buscamos. Por ejemplo si se trata de un producto de lujo buscaremos zonas residenciales. Tiene como desventaja que ha de ser personalizado y resulta -en relación a otros medios- relativamente caro.

Medios electrónicos.

Televisión: El público de la televisión no se puede segmentar, su destinatario es el público general. Esto ha cambiado con la introducción de los canales temáticos que permiten seleccionar nuestro público objetivo en función del producto que queremos anunciar. Es un medio idóneo para artículos de gran consumo, suele ser menos atizado por marcas de lujo. El inconveniente es que debemos contar con un gran presupuesto para invertir en publicidad. Es el medio con más difusión. Permite la posibilidad de elegir entre varios formatos. Los más utilizados son

- ✓ el anuncio (spot en inglés).
- ✓ el patrocinio, con él aprovechamos la celebración de un evento deportivo cultural etc. para que aparezca nuestra marca, en este caso que los programas se hagan con el emblema de nuestra marca.
- ✓ publicidad directa, insertando mensajes publicitarios en medio de un programa (A veces existe publicidad oculta, no por ello menos efectiva; por ejemplo el protagonista de una serie aparece en una escena bebiendo determinada marca de leche).

Radio: La amplia oferta de emisoras de radio tiene la ventaja de que la empresa puede seleccionar la que más le interesa en función del público al que van destinados sus contenidos. Los formatos que se utilizan para hacer publicidad en la radio son:

- ✓ la cuña (inserción publicitaria de duración no superior a 30 segundos.
- ✓ La publicidad en medio de un programa.
- ✓ el patrocinio de programas

Marketing directo

Es el conjunto de técnicas en las que el vendedor se pone en contacto con una persona concreta como posible consumidor, los más usados son:

- ✓ El **telemarketing** (marketing telefónico)
- ✓ La **venta directa**.

Con la tecnología actual no podemos olvidar los mensajes a móviles (sms, mms) y correos electrónicos de forma masiva clientes, empleados, proveedores... sin necesidad de intermediarios. De este tema nos ocuparemos más adelante.

Según el estudio Green Brands Survery 2009 elaborado por Cohn & Wolfe y en colaboración con WPP, comunicar la estrategia ecológica y sostenible de la empresa es básico para influir en la decisión de compra de los consumidores. Marcas como Ikea, Nivea, Microsoft, Dove y The Body Shop han conseguido ser marcas punteras en el mercado internacional gracias a su conciencia ecológica. Los consumidores consideran como responsabilidad de las compañías el buen comportamiento con el medio ambiente, al mismo tiempo que esperan de las empresas que reciclen, utilicen una energía eficiente, reduzcan el embalaje y apuesten por la innovación.

Aquí tienes algunas ideas para que funcione una campaña de publicidad. -

- ✓ **Propuestas creativas:** Para poder llevar a cabo una campaña de comunicación con un presupuesto pequeño hay que tener una idea muy buena que produzca impacto.
- ✓ **Objetivo claro:** Para que la campaña funcione es importante marcarse cuáles son los objetivos que se pretenden.
- ✓ **Público objetivo:** Saber a qué **público** se quiere llegar es fundamental. No es lo mismo hacer una campaña dirigida a un ama de casa que a un empresario.
- ✓ **Estrategia:** El uso de elementos estratégicos publicitarios que llamen la atención aumenta el alcance de la campaña.
- ✓ **Nuevas herramientas:** El uso de las nuevas herramientas de comunicación social permite crear campañas de comunicación a coste cero.
- ✓ **Notas de prensa:** La nota de prensa enviada a los medios es algo clave para lograr una alta difusión de la campaña

(Fuente: "Campañas de comunicación por menos de 3000 euros. Artículo publicado en el **Diario Expansión y Empleo**, 27/08/09)

La publicidad en el punto de venta. Merchandising

Existen toda una serie de técnicas sobre colocación de los productos en lineales, pasillos, puntos de entrada y salida al centro comercial, según el efecto deseado por el vendedor.

Por ejemplo, en un supermercado los productos de primera necesidad suelen estar escondidos en lugares menos accesibles según un recorrido ideal trazado de manera que para llegar hasta ellos atravesaremos pasillos repletos de productos "no tan necesarios". Los productos cuya venta queramos fomentar se sitúan a la altura de los ojos o de las manos, y el resto en los estantes de más difícil acceso, en la parte derecha los que quieras vender preferentemente y a la izquierda los otros.

TÉCNICAS DE PROMOCIÓN.

Engloba todas las actividades de la empresa que tienen como finalidad convencer y persuadir al cliente para que consuma el producto o utilice el servicio. En un sentido amplio es cualquier incentivo a las ventas. Debe reunir una serie de requisitos:

- ✓ Debe consistir en una ventaja adicional, es decir, no referida al producto en sí.
- ✓ Es un medio que se utiliza como complementario de la publicidad.
- ✓ Ha de ser limitada en el tiempo.

Se utiliza para: Introducir nuevos productos, dar a conocer nuevas aplicaciones de un producto que ya está en el mercado, aumentar la frecuencia de compra, ampliar la distribución, mejorar la imagen de marca, acelerar la rotación de stocks

Los **medios promocionales** utilizados por las empresas suelen ser:

- ✓ **El precio:** por ejemplo bajando el precio temporalmente.
- ✓ **El producto:** por ejemplo aumentando la cantidad del envase o regalando un producto diferente de la misma casa. Existe un modelo denominado **A.I.D.A.** (*Atención, Interés, Deseo y Acción. Representan las cuatro etapas por las que pasa el comprador hasta que toma la decisión de comprar un producto*) que describe la influencia de la promoción en la conducta del consumidor. (se incluye en el glosario de términos)

Los cupones descuento, la participación en sorteos, regalos, tarjetas de cliente que acumulan descuentos por compra, ofertas de más cantidad de producto por el mismo precio.

Señala cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera.

- ☐ La Publicidad siempre debe ir dirigida a los consumidores finales.
- ☐ La publicidad debe ir dirigida sólo a los intermediarios.
- ☒ **La publicidad debe orientar la comunicación hacia varios objetivos, el público objetivo al que quiere dirigirse, el decisor de compra, el prescriptor de compra, vendedores e intermediarios.**

Efectivamente la publicidad no sólo debe dirigirse a los consumidores finales, sino también a todos aquellos que influyen o determinan la decisión de compra. Por ejemplo el decisor de compra de un alimento para niños normalmente son sus padres, no el consumidor final.

Relaciones públicas

Caso práctico

Mercedes y Lola vuelven a plantearse la mejor forma **de promocionar** su empresa. Han decidido hacer visitas a Entidades Públicas con el fin de conocer qué servicios van a ofrecer en función de los programas públicos y las necesidades de la zona y así preparar propuestas para las convocatorias que van surgiendo. Comenzarán por hacer una visita al Ayuntamiento de su localidad. Dado el carácter de su proyecto han pedido una cita con la alcaldesa para presentárselo. De momento ya han adquirido un local y han anunciado en el mismo la próxima apertura de su centro.

Las relaciones públicas están encaminadas a:

- ✓ **Establecer contacto** con los diferentes grupos o públicos con los que la empresa debe mantener algún tipo de relación.
- ✓ **Consolidar la imagen** que pretende crear la empresa tanto al exterior (clientes, proveedores o incluso instituciones) como al interior (trabajadores, accionistas)
- ✓ Favorecer la **consecución** de los objetivos de la **publicidad**.

Nuestro objetivo no debe ser únicamente captar clientes sino mantenerlos. Para este objetivo tenemos un elemento crucial.

EL SERVICIO POST VENTA.

El Servicio Post venta se encarga de gestionar las garantías y reclamaciones de los consumidores, devolución de productos, garantías así como todo lo relacionado con cambio de repuestos, mantenimiento etc.

Los objetivos específicos de la casa de coches Volvo son:

- ✓ Disminuir el tiempo de espera por una reparación o repuesto.
- ✓ Monitorear el uso de cada máquina según su aplicación, con tecnología punta.
- ✓ Resolver las inquietudes sobre operación y mantenimiento de las máquinas representadas.
- ✓ Brindar capacitaciones a las compañías y clientes de la empresa.

¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación en la empresa?

- ☒ Realizar una **acertada comunicación de la empresa**.
- ☐ Fundamentalmente transmiten la información de la empresa a través de los medios.
- ☐ Los medios de comunicación sólo se utilizan para comunicar noticias.

Las Técnicas de promoción...

- ☐ Tienen que ser realizadas por especialistas.
- ☒ **Son un complemento a la publicidad.**

Efectivamente, son un medio que se utiliza como complementario de la publicidad.

Las Relaciones Públicas:

- ☐ Favorecen la consecución de los objetivos de la publicidad.
- ☐ Se introducen en los "centros de influencia" para favorecer la imagen de la empresa.-
- ☒ **Favorecen los contactos y consolidan la imagen de marca favoreciendo los objetivos de la publicidad**

Siendo ciertas las anteriores respuestas, ésta es la más completa porque incluye todos los objetivos que pretende conseguir la política de Relaciones Públicas de una empresa

Departamento de atención al cliente

Caso práctico

Lola ha comenzado a analizar la necesidad de que su negocio procure mantener y fidelizar a sus clientes a través de algún mecanismo que haga que no pierdan su confianza en la empresa, sobre todo teniendo en cuenta la especial relación que debe existir entre su empresa y los clientes dado el carácter y la responsabilidad de la tarea que tiene encomendada. ¡Nada menos que cuidar de los seres queridos que están en situación de dependencia!, y que por tanto requieren muchas atenciones y cuidados. Recuerda la mala experiencia que tuvo cuándo se vio obligada a acudir a una empresa de tele asistencia para que enviaran a una persona que se hiciese cargo de su abuela, el trato no fue correcto y la persona que le atendió no le dio bien la medicación. Han decidido también pasar unas encuestas de calidad a todos sus clientes para que puntúen los servicios que ofertan. Así podrían detectar algunos fallos.

Y existiendo una oferta tan variada, ¿A quién compramos nuestros productos o servicios? La confianza es un valor muy escaso. Mientras permanece estable, es un vínculo fuerte que se establece entre los individuos generando un flujo de seguridad entre las relaciones personales. La confianza transmite seriedad, seguridad y aceptación. Se suele decir que ganar la confianza cuesta una barbaridad, mantenerla es una tarea laboriosa. La confianza se puede perder por muy pequeños detalles, y suele perderse con mucha facilidad. La gran dificultad con la que se encuentran todas las empresas es la de generar un vínculo de confianza entre la empresa y el cliente. Al fin y al cabo entre la relación siempre existe una contraprestación económica que puede despertar recelos al cliente. Fidelizar al cliente se ha convertido en el objeto de deseo de todos los departamentos comerciales las empresas.

¿Confianza en una empresa? ¿El personal comercial me debe tratar bien? En un mercado cada vez más complejo y globalizado, la empresa tiene la obligación de conseguir que el cliente pueda percibir un beneficio en la compra de sus productos, que se sienta satisfecho y con sus necesidades cubiertas. Esto significa un cambio en la manera de vender de la empresa. La empresa está obligada a desarrollar un modelo orientado hacia el cliente. La orientación al cliente precisa personas:

- ✓ Cualificadas, con actitud **proactiva** y orientadas al cliente.
- ✓ Responsables y eficientes.
- ✓ Con conocimiento suficiente de los departamentos de la empresa. En especial los implicados o que afecten de manera directa a las relaciones con los clientes.

El personal de Atención al cliente, su departamento, debe de establecer una comunicación con los clientes de manera que éstos puedan percibir un beneficio no solamente con la compra del bien o servicio, es preciso que comuniquen todos los beneficios intangibles y que no siempre son vistos o apreciados por el cliente. El departamento de Atención al Cliente está orientado a perseguir confianza del cliente. Perseguir esa confianza es la mejor manera, si no la única, de **fidelizar** al cliente. La empresa tiene que afanarse en potenciar y obtener un "modelo-cliente", aportando recursos y personas al departamento para que éste pueda cumplir con el objetivo de la fidelización del cliente.

Y en caso necesario, ¿a quién reclamo? Es usual que los consumidores acudan a reclamar a la empresa ofertante cuando sientan que el producto o servicio que han adquirido no ha cumplido con las expectativas de compra, o que ha habido un error en la forma de pago, que el pedido no ha llegado a tiempo, que el envase no ha protegido el producto... En fin, hoy día son tantas y tan variadas las peticiones de reclamación de los consumidores a los departamentos de Atención al Cliente que las empresas suelen potenciar los recursos y el personal para tener atendidos a sus clientes. Las empresas que cumplen con sus compromisos, que atienden las peticiones de sus clientes, que tratan positivamente las reclamaciones de los clientes, que trasladan recursos y personal cualificado al modelo orientado al cliente, suelen ser empresas exitosas, que tienen una imagen apreciada por los consumidores, que tienen una clientela fiel. Son empresas responsables con el modelo social actual. Buscan constantemente la excelencia empresarial.

El servicio de atención al consumidor de Coca-Cola.

La multinacional estadounidense radicada en España fue pionera en nuestro país de la iniciativa de informar y asegurar al cliente de sus derechos. Este servicio lleva funcionando desde 1992. Coca-Cola pretende la confianza de los consumidores por la preocupación constante de que los productos que oferta satisfagan las necesidades de los consumidores. Además ofrece un riguroso estándar de calidad a los productos que ofrece al mercado, esta creencia es aceptada además por toda la organización. En la empresa, tratan de realizar el mejor marketing.

Publicidad en la red. Comercio electrónico. e-business

¿Y quién no tiene hoy un ordenador? Internet se ha convertido en una de primeras fuentes de información y comunicación en el mundo actual, dando un impulso sin precedentes a la facilidad de tratamiento de la información. La mayoría de las empresas y hogares españoles cuentan hoy con ordenadores y conexión a la Red

¿Qué utilidades podemos darle en relación con el Marketing?

- ✓ Supone **un medio de comunicación** muy eficaz para publicitar nuestro negocio ya que funciona las 24 horas del día y los 365 días del año.
- ✓ Permite **realizar ventas directas o gestionar la prestación de servicios**.
- ✓ Puede ser un **canal de distribución**; aunque a veces se plantea como un canal complementario al tradicional.

Las siglas www corresponden a los vocablos en inglés The World Wide Web (www) y lo podemos definir como una red interactiva de usuarios y prestatarios de servicios de información conectados discrecionalmente entre sí mediante sistemas telemáticos.

Las ventajas que tiene la Red con respecto a otros medios de información y comunicación son:

- ✓ **Precisión**, Es posible saber cuántas personas visitan nuestra web y conocer datos de los mismos con sistemas de registro, lo que nos dará la oportunidad de segmentar nuestro mercado.
- ✓ **Velocidad**, conocemos los gustos, preferencias y deseos del cliente al instante.
- ✓ **Mejora la imagen** de la empresa
- ✓ **Reduce costes** ya que no es necesario invertir en campañas publicitarias en los medios tradicionales.
- ✓ Facilidad de actuación: **agiliza las respuestas** frente a las necesidades.
- ✓ Ventajas en cuanto a la posibilidad de comercializar productos (**venta on-line**)
- ✓ Es un canal de distribución que **evita los intermediarios** (salvo los medios de transporte necesarios para llevar el producto desde el punto de venta o fabricación al cliente).
- ✓ **Reduce costes**: no es necesario tener un espacio físico para atender al público, no necesitamos contratar personal especializado.
- ✓ Da la oportunidad de **conocer las opiniones** de nuestros **clientes** sobre nuestros productos así como la imagen que proyecta nuestra empresa a través de las opiniones expresadas por los usuarios de servicios y consumidores en las "redes sociales".
- ✓ Podemos establecer un canal de **información** para **servicio post-venta**
- ✓ Permite **recopilar información** inmediata sobre nuestros clientes (hábitos de consumo, gustos, nivel adquisitivo, situación familiar, laboral etc.).

¿Qué oportunidades nos ofrece contar con una **página web**?

- ✓ Supone una oportunidad para darnos a conocer, un lugar donde presentemos nuestra empresa informemos sobre nuestro producto y pongamos los datos de contacto.
- ✓ Podemos seguir estrategias para captar clientes, haciendo páginas atractivas, entretenidas consiguiendo datos de los visitantes.
- ✓ Da la posibilidad de cerrar compras o gestionar servicios.
- ✓ Podemos segmentar la audiencia dando información sobre noticias de interés para el perfil de personas que conforman nuestro público objetivo.

- ✓ Según un estudio de la Cía americana IDC "Digital Marketplace Model and forecast, todavía, y a pesar de los fuertes incrementos de crecimiento de la comunicación en Internet, la publicidad en la TV duplicará a la ofrecida por la Red.

- ✓ Las PYMES españolas no están aún familiarizadas con la tecnología. Así lo indican los datos de The European e-Business Report 2008 y el Informe ePyme2008 de Fundetec. España aún sigue estando en el vagón de cola frente a países de su entorno, como Reino Unido o Alemania entre otros.
- ✓ Existe un Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva que entró en vigor en enero de 2003. Más de la mitad de las empresas que tienen Internet en España disponen de su propia página web y el 11% de las compañías realizaron ventas mediante comercio electrónico en 2008, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

Si quieres encontrar actuaciones públicas para que las PYMES españolas mejoren su productividad a través de la integración de las nuevas tecnologías Conéctate a estas páginas:

<http://www.empresasenred.es/>

<http://www.planavanza.es/>

ANEXO I - Marcas blancas

MIGUEL ÁNGEL ESTÉVEZ FERNÁNDEZ - Madrid - 17/08/2009

Nueve de cada diez consumidores han comprado marcas blancas este año. Más allá de la crisis, los datos, ofrecidos por el Ministerio de Medio Rural y Marino, se integran en la tendencia al alza que experimenta el sector desde 2005, si bien parece estar llegando al tope de su cuota de mercado.

- ✓ Los trabajadores de 'marcas blancas' ganan un 30% menos
- ✓ Optar por los productos más baratos permite ahorrar hasta un 39% en los alimentos envasados

En 2009, un 89,6% de clientes reconocieron haber comprado productos de distribuidor, lo que supone un incremento de 0,6 puntos frente al porcentaje para 2008. Las variaciones interanuales registradas en los años precedentes superan los 6 puntos.

El número de consumidores que no adquirieron este año productos sin marcas ha descendido hasta el 10,4%, si bien más de la mitad (un 53,8%) admite que no tiene intención de comprar, por lo que la cuota de penetración de estos artículos reducirá, previsiblemente, su ritmo de crecimiento en los próximos años.

Las personas que no han comprado nunca esta tipología de productos (6,5%), lo justifican, principalmente, en comprar sólo marcas conocidas y ser fieles a las mismas marcas. A un 1,2% no les transmiten confianza, mientras que tres de cada diez de los entrevistados que no han consumido nunca productos con marca del distribuidor cree que los consumirá en el futuro.

Un 28,1% de los españoles, no obstante, manifestó consumir más estos productos que el año pasado, un dato que aumenta entre los hombres y entre los encuestados más jóvenes, de entre 20 y 35 años.

El ahorro, factor diferencial

El éxito de estos productos, que están desbancando en la cesta de la compra a las marcas más populares, es el precio. Los consumidores valoran este factor como muy positivo, en relación al coste de los artículos de fabricantes, y calculan un ahorro medio de un 30%.

A las grandes marcas se les está acabando la baza de la calidad para competir en un mercado que están copando las distribuidoras, especialmente con la pasta, las legumbres, el arroz y la leche y sus derivados -no así con las bebidas, principalmente con alcohol-.

Para la mayoría de los consumidores (44,3%), los mismos fabricantes de marcas de prestigio son los encargados de elaborar los artículos que encuentran con el nombre de su establecimiento habitual y solo el 13,7% cree que la peor calidad sea la causa del abaratamiento. Por esta razón, los consumidores intuyen que las marcas blancas se venden más en épocas de crisis. En general, más de la mitad (64,4%) de los clientes consideran que las marcas blancas son mejores.

ANEXO II - COMBATIR A LOS MOROSOS

Ante un impago, hay que actuar cuanto antes. Aquí tienes una serie de consejos prácticos para controlar la morosidad en todo momento.

- ✓ Obtén información previa de cada cliente. No te fíes del sexto sentido: documéntate sobre cada uno de ellos. En caso de duda sobre su solvencia, solicita garantías adicionales, como una fianza bancaria o avales.
- ✓ Fija normas de pago según el tipo de mercado o servicio: prepagos para perecederos, adelantos en gastos soportados con terceros, pagos parciales de honorarios por anticipado, aplazamientos con afianzamiento...
- ✓ Documenta las transacciones: contratos, albaranes, órdenes de compra firmadas, etc., con firma autorizada.
- ✓ En caso de PYMES, detrás de cada empresa hay un emprendedor: analiza su trayectoria en empresas y cargos anteriores.
- ✓ Controla permanentemente que los clientes no sobrepasen sus límites de riesgo, y haz un seguimiento de los clientes habituales en sectores o situaciones de alto riesgo. Cuenta asimismo con un buen sistema que facilite información sobre los saldos de los clientes, la antigüedad de los mismos y los posibles retrasos en los pagos.
- ✓ Establece una política de riesgos coherente, y unas políticas de crédito y cobranza que determinen las directrices de cómo la empresa va a conceder y controlar el crédito comercial. Somete también a mayor análisis las excepciones.
- ✓ Establece redes de intercambio de información de morosos dentro del sector (ficheros de morosidad sectorial)
- ✓ Determina límites de riesgo en función de tipologías de clientes: facturación, beneficios, plantilla, antigüedad en la sociedad, actividad, etc.
- ✓ Gestiona conjuntamente la acción comercial y la gestión de riesgos.
- ✓ Fija los objetivos comerciales en ventas netas cobradas, y no sólo en ventas facturadas.
- ✓ Documenta jurídicamente las operaciones comerciales con los clientes.
- ✓ Cuida la calidad documental de facturas y abonos, sin equivocarte en los precios facturados y dando un buen servicio. Evitarás que los morosos tengan una buena excusa para no pagar las facturas.
- ✓ Externaliza. Existen empresas dedicadas a la prevención de la morosidad: con bases de datos, con informes personalizados sobre clientes y deudores, de asesoramiento para evitar los impagos y agencias de detectives privados que investigan la solvencia y antecedentes de los clientes.
- ✓ Detecta las facturas no pagadas y gestiona cuanto antes su cobro. Cada día que se retrasa la gestión, la posibilidad de recobro es menor. (fuente; Revista emprendedores, 28/08/08)

ANEXO III - CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y FIJACIÓN DE PRECIOS

DISTRIBUCIÓN FÍSICA

La distribución física está constituida por todas las actividades concernientes al desplazamiento de la cantidad adecuada de los productos apropiados en el momento y lugar oportunos. El termino logística se emplea en relación con el movimiento de materiales se consideran sinónimos distribución física y logística. Así pues la distribución física requiere el flujo físico de los productos,



La administración de la distribución física es el desarrollo y operación de sistemas eficientes de flujo para los productos.

El concepto de la forma es la transformación de las materias primas en bienes La distribución física se relaciona con los conceptos de tiempo y lugar, y garantiza que un producto específico este en el lugar adecuado en el momento oportuno.

Es posible ofrecer al consumidor potencial una distribución física eficiente como una de las mayores ventajas competitivas de la compañía.

- El servicio al consumidor como ventaja competitiva
- Influencia en los beneficios y oportunidad de mercado
- Relaciones proveedor-consumidor

FUERZAS DEL MERCADO QUE INFLUYEN EN LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Cambios geográficos.

- Desarrollo de nuevos productos
- Transporte y tecnología de la carga unitaria.
- Marketing internacional
- Competencia
- Presión en los canales de distribución.

MISIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN UNA EMPRESA

La misión de la distribución física en una empresa es desarrollar un sistema que materialice la política de servicios al cliente establecida por la compañía al costo más bajo posible.

INTEGRACIÓN DEL SISTEMA FUNDAMENTAL.

El sistema de distribución física se relaciona especialmente con el apoyo a los sistemas de producción y marketing. Este apoyo comprende dos factores : nivel de ejecución de los servicios de entrega y el costo. Por consiguiente, se trata de hallar un equilibrio entre la ejecución y el costo de forma que se obtenga la rentabilidad deseada.

Costo de la Distribución Física

Los costos de la distribución física dependen de la política de servicios fijada por la compañía. Las cualidades de ejecución rápida y consistente tienen sus propios costos, y cuanto mas destacados sean, mayor será el costo del sistema logístico.

Equilibrio del sistema de distribución física

El mejor equilibrio entre la ejecución y el costo de la distribución física es aquel que se basa en unos niveles de ejecución razonables y en unos costos realistas.

Selección del tipo de canal

Las empresas pueden recurrir a los canales ya existentes o bien a otros nuevos para dar un mejor servicio a los clientes actuales o llegar a otros prospectos. Al seleccionar sus canales tratan de conseguir una ventaja diferencial.

Distribución directa Canal formado solo por el productor y el consumidor final.

Distribución indirecta Canal constituido por el productor, el consumidor final y al menos por un nivel de intermediarios. En ésta, el productor deberá escoger el tipo (s) de intermediario (s) que mejor satisfagan sus necesidades.

Funciones de los canales de distribución

Centralizan decisiones básicas de la comercialización.

Participan en la financiación de los productos.

Contribuyen a reducir costes en los productos debido a que facilitan almacenaje, transporte...

Se convierten en una partida del activo para el fabricante.

Intervienen en la fijación de precios, aconsejando el más adecuado.

Tienen una gran información sobre el producto, competencia y mercado.

Participan activamente en actividades de promoción.

Posicionan al producto en el lugar que consideran más adecuado.

Intervienen directa o indirectamente en el servicio posventa.

Colaboran en la imagen de la empresa.

Actúan como fuerza de ventas de la fábrica.

Reducen los gastos de control.

Contribuyen a la racionalización profesional de la gestión.

Venden productos en lugares de difícil acceso y no rentables al fabricante.

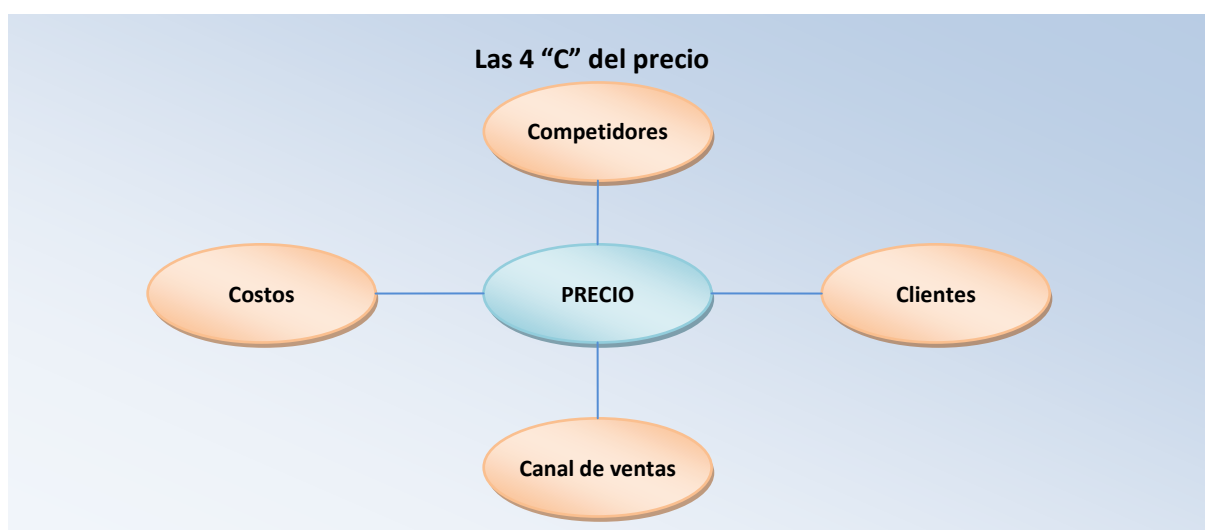
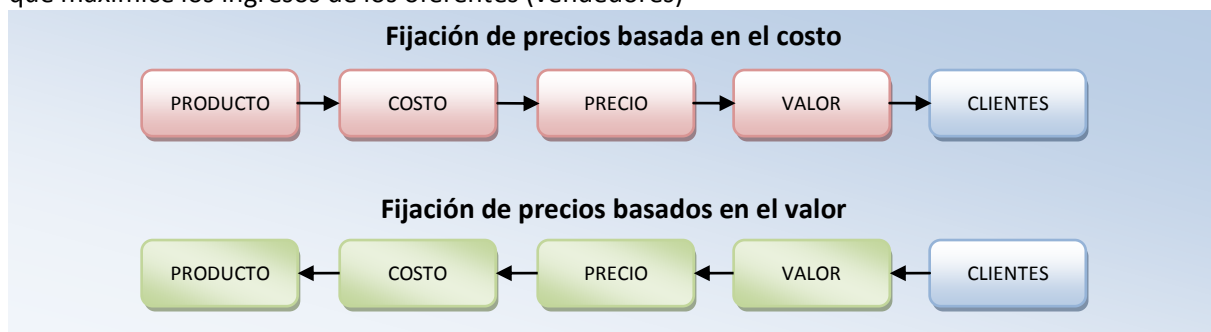
Precio:

Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.

El precio no tiene que ser necesariamente igual al "valor" del bien o servicio, o al costo del mismo, ya que el precio fluctúa de acuerdo a muchos factores, entre otros, el precio varía de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, estructura del mercado, disponibilidad de la información de los compradores y vendedores, capacidad de negociación de los agentes, etc.

Es de esperar que en mercados que se acerquen a una estructura de competencia perfecta -situación hipotética en la que se cumplen supuestos como la existencia de un gran número de oferentes y demandantes, información perfecta de todos los agentes, ausencia de costos de transacción, entre otros- el precio se acerque a los costos, al igual que en los casos en que los demandantes (potenciales compradores) tienen un gran poder de mercado, por ejemplo el caso del monopsonio, que se presenta cuando existen varios oferentes de un mismo bien pero un solo demandante. Cuando la oferta es inelástica, el precio puede situarse incluso por debajo de los costos, esta situación se pre-

senta en el caso de los bienes perecederos por ejemplo. Cuando el o los oferentes tienen mayor poder de mercado, es de esperar que el precio se sitúe por encima del costo, y más próximo al precio que maximice los ingresos de los oferentes (vendedores)



La estrategia es la coordinación de múltiples actividades para alcanzar un objetivo único; en este caso, un precio rentable. Si los directivos reflexionan sobre la fijación de precios únicamente cuando tienen que determinar un precio, quedan pocas cosas que puedan controlar, aparte del nivel de precios. Sin embargo, cuando piensan en capturar el valor como objetivo, amplían su capacidad para determinar los precios de forma rentable, controlando muchas más cosas que el nivel de precios.

Cuando la fijación de precios no ofrece la rentabilidad adecuada el problema suele ser que la estructura de precios, y las decisiones competitivas de marketing, se han tomado sin tener como meta una fijación de precios rentable. Por el contrario, las distintas áreas funcionales de la empresa tienen metas distintas, y a menudo conflictivas que intentan alcanzar de forma independiente. La estrategia de fijación de precios implica la determinación de objetivos multifuncionales y de metas sinérgicas, para crear una organización que pueda producir y capturar el valor de forma rentable. Para optimizar la rentabilidad a largo plazo, la fijación de precios debe producirse en un contexto en el que el proceso y la estructura de la fijación de precios sean activos. La fijación de precios activa debe, a su vez, formar parte de una estrategia de marketing en los beneficios en vez de por las ventas o la cuota de mercado, es la que debe guiar la estrategia de marketing en función del valor. Una posición competitiva más a largo plazo, que esta determinada por los beneficios en vez de por las ventas o la cuota de mercado, es la que debe guiar a la estrategia de marketing en función del valor.

Competencia ajena al precio.

En la competencia ajena al precio, los vendedores mantienen estables los precios y tratan de mejorar su posición en el mercado, poniendo de relieve otros aspectos del programa de marketing. Desde luego, habla que tener en cuenta los precios de los competidores, pudiendo darse cambios de pre-

cios a lo largo del tiempo. Sin embargo, en este tipo de competencia el interés se centra en otro aspecto que no sea el precio.

Si utilizamos algunos términos comunes de la teoría económica, podremos distinguir entre la competencia de precios y la de otro tipo. En la competencia de precios los vendedores intentan subir o bajar por las curvas de la demanda cambiando los precios. En la competencia ajena al precio, tratan de que la curva de la demanda se desplace a la derecha, o mejor dicho que aumente su demanda, mediante actividades promocionales o alguna otra técnica.

En la competencia de precios, muchos consumidores comprarán una marca mientras esta tenga el precio más bajo. Existe poca lealtad por parte de ellos, cuando el precio es la única característica que diferencia los productos. De acuerdo con lo aconsejado por un consultor a los detallistas, la competencia de precios durante un largo periodo puede tener consecuencias en las ganancias.

Por otro lado en la competencia ajena a los precios, el vendedor conserva un poco de su ventaja competitiva cuando un rival decide rebajar los precios. Así, muchas empresas acentúan este tipo de competencia, mientras que otras preferirían basarse en ella más que en la competencia de precios.

La mejor estrategia entonces consiste en crear una fuerte, y de ser posible, invulnerable, equidad de marca a favor de los productos de la empresa. Esto se logra aplicando dos métodos: desarrollar productos bien diferenciados, posiblemente únicos, o bien prepara un programa promocional atractivo y novedoso. Además, hay compañías que ponen de relieve la diversidad y calidad de servicios complementarios que dan a los clientes.

Estrategia de entrada en el mercado.

Al prepararse para entrar en el mercado con un nuevo producto, los ejecutivos deberán decidir si adoptan la estrategia del descremado del mercado o de la penetración del mercado.

Precios de descremado del mercado.

La fijación de precios de descremado del mercado consiste en ponerle a un nuevo producto un precio inicial relativamente alto. Normalmente el precio es elevado en relación con el nivel de precios esperados por el mercado meta. Es decir, se fija el precio en el máximo nivel que la mayor parte de los consumidores interesados están dispuestos a pagar por él.

Con esta estrategia se persiguen varios propósitos. Como debe generar buenos márgenes de ganancia, se propone ante todo recuperar los costos de investigación y desarrollo en el menor tiempo posible. Por lo demás, los precios elevados suelen connotar una gran calidad. Más aun, con ellos se limita la demanda a niveles que no rebasen la capacidad de producción de la empresa. Finalmente, le da suficiente flexibilidad, porque resulta mucho más fácil rebajar un precio inicial no grato para el público que incrementar un precio inicial demasiado bajo que no logre cubrir los costos. Aun cuando el precio podría ser rebajado gradualmente, los precios inicialmente altos asociados con el descremado del mercado son objeto de crítica para los consumidores y el gobierno.

Los precios basados en el descremado del mercado son adecuados en las siguientes situaciones:

- El nuevo producto posee características especiales que los consumidores desean intensamente.
- La demanda es bastante inelástica, lo cual sucede principalmente en las primeras etapas del ciclo de vida del producto. En este caso, con unos precios bajos difícilmente se generaran ingresos totales más cuantiosos.

El nuevo producto está protegido de la competencia por una o más barreras que impiden el ingreso de otros; por ejemplo, una patente.

A menudo se utiliza el descremado del mercado al fijar los precios de nuevos productos tecnológicos.

Fijación de precios de penetración en el mercado.

En la fijación de precios de penetración en el mercado, a un nuevo producto se le pone un precio inicial relativamente bajo. El precio es bajo en relación con el nivel de los precios esperados en el mercado meta. El fin primario de esta estrategia es penetrar inmediatamente en el mercado masivo y, al hacerlo, genera un importante volumen de ventas, obteniendo con ellos una gran participación en el mercado. Se busca asimismo, desalentar a otras empresas para que no introduzcan productos competitivos.

Estrategias geográficas de fijación de precios con base.

En la fijación de precios, el vendedor habrá de tener en cuenta los costos de enviar los bienes al cliente. Estos gastos adquieren mayor importancia a medida que el flete se convierte en una parte cada vez mayor de los costos variables totales. Pueden establecerse políticas de precios en virtud de las cuales el comprador pague todos los gastos del flete, el vendedor cargue con todos los costos o bien ambos comparten el gasto. La estrategia seleccionada puede influir en los límites geográficos del mercado de la compañía, en la ubicación de sus instalaciones de producción, de sus fuentes de materias primas y en su fuerza competitiva dentro de varios mercados geográficos.

Fijación de precios basada en el punto de producción.

Cuando aplica una estrategia geográfica de uso generalizado, el vendedor cotiza el precio de lista en el punto de producción y el cliente selecciona el modo de transporte y paga todos los gastos de flete. Generalmente denominada **fijación de precios de fabrica LAB**, esta estrategia es la única de las cuatro explicadas en esta sección en que el vendedor no paga los costos del flete. Tan solo paga la carga del pedido en el transporte; de ahí su nombre LAB que significa *libre a bordo*.

En esta modalidad el precio dado al comprador varía según los costos del flete. Esta estrategia hace más atractiva a los proveedores cercanos, ya que los costos corren por su cuenta.

Fijación de precios de entrega uniforme.

En la fijación de precios de entrega uniforme se cotiza el mismo precio de entrega para todos los clientes prescindiendo de su ubicación. Algunas veces esta estrategia recibe el nombre de *precios con porte pagado* por su semejanza con los precios de servicios de correo de primera clase. Generalmente se recurre a la fijación de precios de entrega uniforme, cuando los costos del flete constituyen una parte pequeña de los costos totales del vendedor. También la utilizan muchos detallistas para quienes la entrega gratuita es un servicio adicional que viene a fortalecer su posición en el mercado.

Fijación de precios de entrega por zona.

Cuando se fijan precios de entrega por zona, el vendedor divide el mercado en un reducido número de zonas geográficas generales y luego escoge un precio uniforme de entrega para cada una. El importe del flete incluido en el precio de entrega es un promedio de las tarifas de todos los puntos de una zona.

Cuando se usa esta estrategia, el vendedor se encontrara en una situación muy delicada si quiere evitar ser acusado de discriminación ilegal de precios. Habrá que dividir las zonas de manera que todos los compradores que compiten en un mercado se hallen dentro de la misma zona. Es casi imposible cumplir esta condición en regiones muy pobladas.

Fijación de precios con absorción de flete.

Con tal de penetrar en mercados lejanos, tal vez un vendedor este dispuesto a absorber parte de los costos del flete. Así pues, en la fijación de precios con absorción del flete, cotizara al cliente un precio

de entrega igual a su precio de producción neto mas los costos del flete que cargara un proveedor de la competencia situado cerca del ese cliente.

Esta estrategia se adopta para evitar las desventajas competitivas del precio de fábrica LAB. Con este tipo de precio, una compañía se encuentra en desventaja si trata de vender a clientes situados en mercados cercanos a las plantas de sus competidores. Puesto que los compradores pagan los costos del flete en los precio de fábrica LAB, los costos se elevaran al aumentar la distancia entre ellos y el proveedor. Un proveedor cercano tiene ventaja sobre uno lejano por lo menos en los costos de flete. Con la absorción del flete desaparece cualquier ventaja de precio debida a las diferencias de esos gastos.

Estrategias y situaciones especiales de fijación de precios.

Para establecer precios iniciales, evaluar los ya existentes, y ajustarlos según sus requerimientos, una empresa necesita examinar varias estrategias y situaciones especiales de fijación de precios.

Estrategias de un precio y de precios flexibles.

Cuando los ejecutivos comienzan a deliberar acerca de los precios, deberán decidir si adoptan una estrategia de un precio o de precios flexibles. En el caso de una estrategia de un precio, el vendedor cobra el mismo precio a todos los clientes similares que adquieren en las mismas cantidades de un producto. En el caso de una estrategia de precios flexibles (denominada estrategia de precios variables), clientes semejantes pueden pagar distintos precios cuando compran las mismas cantidades de un producto. Aunque pensemos lo contrario, se trata de una práctica normalmente legal.



La estrategia de precios flexibles es común en las situaciones de compra que involucran trueques. En esta estrategia el regateo entre el comprador y el vendedor determina el precio final. Ambos factores, trueque y regateo, son comunes en la venta al detalle de automóviles.

La estrategia de un solo precio es una variante extrema de la de un precio. No solo se cobra a todos los clientes el mismo precio, sino que todos los productos de la empresa tienen un único precio.

Líneas de precios.

Las líneas de precios consisten en seleccionar una cantidad limitada de precios a los cuales se venderán productos conexos.

Para el consumidor, el principal beneficio de esta clase de precios es que simplifica las decisiones de compra. Al detallista le ayuda a planear las compras.

El incremento de los costos plantea serios problemas para las líneas de precios. Ello se debe a que una compañía duda en cambiar su línea de precios cada vez que los costos aumentan. Pero si aumentan los costos y los precios no se incrementan en una proporción adecuada, se reducirán los márgenes de utilidad y el detallista se verá obligado a buscar productos más baratos.

Precios impares.

Hay estrategias de fijación de precios que podríamos considerar como psicológicas, como establecer un precio por arriba de los niveles competitivos, elevar un precio demasiado bajo para acrecentar las ventas y las líneas de precios. Las tres estrategias tienen por objeto transmitir imágenes positivas de los productos.

Los precios impares es otra estrategia psicológica, se emplea mucho en la venta al menudeo. Los precios impares se basan en que sugieren precios menores y, por lo mismo, generan más ventas que

los precios pares. Las investigaciones recientes revelan que los precios impares son una buena estrategia para una compañía que de prioridad a los precios bajos.

TEMA 4

ÍNDICE

Introducción	- 2 -
La localización de la empresa	- 3 -
El plan de operaciones	- 5 -
Gestión del aprovisionamiento	- 5 -
Programa de producción o de operaciones	- 7 -
La política de calidad	- 8 -
Organización de las tecnologías de la información	- 9 -
Los Recursos Humanos	- 11 -
Los Recursos Humanos II	- 11 -
¿Cómo se hace un Plan de Recursos Humanos?	- 13 -
El organigrama empresarial	- 14 -
Seleccionar a las personas adecuadas	- 15 -
Algunas preguntas sobre Recursos Humanos	- 16 -
¿Dónde me puedo asesorar en la contratación de personal?	- 17 -
Organismos oficiales	- 17 -
Otras instituciones o empresas	- 18 -
El plan de prevención de riesgos laborales	- 21 -
Modalidad de organización de la prevención	- 22 -
Recomendaciones	- 23 -
Películas recomendadas	- 23 -
Mapa Conceptual	- 24 -
ANEXO I - Gestión de la prevención de riesgos laborales en la pequeña y mediana empresa	- 25 -
Plan de prevención de riesgos laborales. Evaluación de riesgos	- 25 -
Criterios de actuación	- 25 -
Registros documentales	- 27 -
Anexo II - CAPÍTULO III Derechos y obligaciones	- 30 -
Artículo 14: Derecho a la protección frente a los riesgos laborales	- 30 -
Artículo 15: Principios de la acción preventiva	- 30 -
Artículo 16: Plan de prevención de riesgos laborales, evaluación de los riesgos y planificación de la actividad preventiva	- 31 -
Artículo 17: Equipos de trabajo y medios de protección	- 32 -
Artículo 18: Información, consulta y participación de los trabajadores	- 32 -
Artículo 19: Formación de los trabajadores	- 33 -
Artículo 20: Medidas de emergencia	- 33 -
Artículo 21: Riesgo grave e inminente	- 33 -
Artículo 22: Vigilancia de la salud	- 34 -
Artículo 23: Documentación	- 34 -
Artículo 24: Coordinación de actividades empresariales	- 35 -
Artículo 25: Protección de trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos	- 35 -
Artículo 26: Protección de la maternidad	- 36 -
Artículo 27: Protección de los menores	- 37 -
Artículo 28: Relaciones de trabajo temporales, de duración determinada y en empresas de trabajo temporal	- 37 -
Artículo 29: Obligaciones de los trabajadores en materia de prevención de riesgos	- 38 -
Anexo III - Funciones y Responsabilidades Preventivas en una Empresa	- 40 -
Dirección	- 40 -
Responsables de las diferentes unidades funcionales	- 40 -
Mandos intermedios	- 41 -

LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. LOS PLANES DE OPERACIONES, RE- CURSOS HUMANOS Y PREVENCIÓN DE RIESGOS.

Caso práctico

Rosa tiene 33 años y dos hijas, una de 8 y otra de 6 años. Para colaborar en la economía familiar, empezó hace tres años a cuidar niñas y niños de su vecindario cuyos padres y madres confiaban en ella como canguro porque reconocían "su buena mano" con los más pequeños. Por las noches y con mucho esfuerzo, estudiaba a distancia el Ciclo de Educación Infantil de la Formación Profesional.

Terminados sus estudios, y ya con el "gusanillo" de montar un negocio propio, pidió asesoramiento en la Delegación de la Mujer del Ayuntamiento de su ciudad. Su primera idea fue montar una guardería, pero se desanimó al comprobar que la inversión era muy fuerte y los trámites prolijos.

Sara, la responsable de orientación de la Delegación, un día le habló de montar una ludoteca, que tenía una tramitación más fácil. Tras muchos esfuerzos, Rosa ha abierto una ludoteca (centro lúdico-cultural para menores fuera del espacio educativo de la guardería. En la ludoteca se ofertan actividades de ocio, culturales y deportivas. La diferencia con la guardería no está clara, pues las ludotecas no tienen una regulación específica ni están sometidas a la legislación educativa (apenas necesitan un licencia municipal para abrir), pero para diferenciarlas definiremos la guardería como un centro de Educación infantil donde se oferta un servicio asistencial, educativo y de comedor según el calendario educativo y por tanto sujeta a la legislación educativa autonómica, estatal y comunitaria) en su barrio, cerca del parque donde van los más pequeños, como un servicio de ocio infantil y de apoyo a las familias. Se llama "El Rinconcito".

- "A lo mejor una mamá sólo se quiere tomar un té tranquila", dice Rosa, "y nos deja a su hijo o hija para que juegue un rato o participe en algún taller".

Introducción

En los temas anteriores hemos tratado qué es una empresa y su clasificación, cuál es el perfil de la persona emprendedora y el marketing, como parte del proyecto empresarial.. Ahora procederemos a tratar:

- ✓ ¿Cuál será la **localización** de mi empresa?
- ✓ ¿Cuáles son las operaciones a llevar a cabo en mi empresa? Elaboraremos el llamado **Plan de operaciones**, que comprende los siguientes apartados:
 - ➔ ¿Cuál va a ser mi política de **aprovisionamiento**?
 - ➔ ¿Cuál va a ser la **planificación del proceso** productivo o de la prestación del servicio?
 - ➔ ¿Cuál va a ser mi **política de calidad**?
 - ➔ ¿Cómo organizaremos las **tecnologías de la comunicación**?
- ✓ ¿De qué forma determino el personal necesario, sus funciones y jerarquías? ¿Cómo los selecciono? ¿Qué tipo de contrato de trabajo será el adecuado? ¿Cuál será su coste? Estaremos tratando de los **Recursos Humanos**.
- ✓ ¿Qué riesgos son los propios de mi actividad? ¿Qué medidas son las apropiadas? Estaremos elaborando el **Plan de Prevención de Riesgos**.

La localización de la empresa

Caso práctico

Rosa tenía muy claro dónde ubicar su negocio: en su barrio. Además de que es conocida por todos, se trata de un nuevo barrio de clase media donde los dos miembros de las parejas con niños suelen trabajar. "El Rinconcito" estará ubicado entre una cafetería con terraza y una joyería, frente al parque de los más pequeños.

¿Dónde ubicamos la empresa? ¿Afecta a las ventas de una empresa su **localización física**? ¿Puede una empresa llegar incluso a fracasar por una elección equivocada de su ubicación? ¿Qué **factores** debemos tener en cuenta a la hora de decidir dónde instalar nuestro negocio?

La correcta ubicación de la empresa determinará cómo será su actividad en un futuro, y por tanto **repercutirá directamente en sus ventas y sus beneficios**.

Por otro lado, podemos tener una idea genial que no llegue a buen término por habernos equivocado en dónde desarrollarla.

A continuación exponemos los factores que se deben considerar a la hora de elegir la ubicación de una empresa.

FACTORES QUE HAY QUE TENER EN CUENTA AL LOCALIZAR UNA EMPRESA	
ACCESIBILIDAD Y DISTANCIA	La empresa debe ser fácilmente accesible tanto para proveedores como para clientes (aparcamientos).
COSTES DE INVERSIÓN	Los costes del solar, de la construcción.
INFRAESTRUCTURA	En la zona han de existir todos los servicios que requiera la actividad empresarial (nuevas tecnologías, agua, luz...).
EMPRESAS AUXILIARES	Por ejemplo, para subcontratar ciertos trabajos si es necesario.
DEMANDA	El lugar ha de registrar una demanda suficiente de los productos o servicios.
MERCADO DE TRABAJO	Que oferte los profesionales adecuados.
NORMATIVA	Las normas específicas del lugar de ubicación de la empresa (ayudas, requisitos, exenciones, normativas de ruidos, humos, materiales peligrosos...)
PERSPECTIVAS DE FUTURO	De la zona de localización.
FACTORES CLIMÁTICOS O MEDIOAMBIENTALES	Condicionan a determinados tipos de empresas.

Pero ¿hemos de considerar algún **factor específico en relación al tipo de empresa**?

Dependiendo de si la empresa es industrial o comercial, consideraremos unos condicionantes determinados:

- ✓ Si la empresa es **comercial**: consideraremos la visibilidad del local, el tránsito de personas, el poder adquisitivo de la población, las actividades complementarias, los hábitos de consumo.
- ✓ Si la empresa es **industrial**: la localización suele ser en la periferia, en los polígonos industriales. Determinadas empresas (por ejemplo insalubres o peligrosas), no pueden localizarse dentro del casco urbano. Debemos considerar con carácter previo la obtención o no de la oportuna licencia municipal.

¿Es conveniente ubicar nuestro negocio en un lugar poco convencional? En el siguiente enlace, podrás ver un artículo de la Revista Emprendedores donde se muestran los casos de algunas personas emprendedoras que han elegido un lugar poco común.

http://www.emprendedores.es/ideas_de_negocio/oportunidades_de_negocio/establecimientos/negocios_poco_convencionales

¿Cuáles de los siguientes factores se han de tener en cuenta a la hora de la localización de una empresa?

☒ **Mercado de trabajo.**

☒ **Normativa.**

☐ Financiación.

☒ **Costes de inversión.**

La financiación, es decir, conseguir el dinero necesario, es independiente de dónde vayamos a invertir ese dinero, así que no parece que sea necesario tener en cuenta cómo obtenemos ese dinero para decidir dónde lo gastamos.

El plan de operaciones

Caso práctico

Rosa ha decidido que su empresa permanezca abierta de 11 de la mañana a 15 horas y desde las 16 horas a las 21 horas, aunque podrá desarrollar servicios de canguro fuera de este horario si están previamente concertados. Los sábados y los domingos sólo estará abierto de 16 horas a 20 horas.

Además de la atención diaria habitual, se podrá alquilar alguna de las salas para la celebración de cumpleaños u otras fiestas para menores.

El interior de la empresa lo ha decorado con motivos infantiles, y consta de dos grandes salas donde los niños y niñas de 0 a 3 años por un lado y de 3 a 6 por otro podrán sentirse cómodos, divertidos y seguros. Los servicios están adaptados a niños y niñas de corta edad y disponen de un cambiador para los bebés. El mobiliario es especial.

La ludoteca "El Rinconcito" no tiene un programa educativo específico, pues los niños y niñas no vienen todos los días, ni a las mismas horas, pero sí se desarrollan continuamente juegos, y hay libros, música, dos ordenadores y vídeos con contenido adaptado.

No es posible comer en la ludoteca, pero hay una cocina pequeña donde es posible calentar un biberón o una papilla si alguna madre o algún padre lo requiere. Asimismo, en la sala de los pequeños hay colchonetas por si alguien quiere descabezar un "sueñecito".

Cuando un niño o una niña entra en "El Rinconcito", se le proporciona una identificación y se le toman los datos a sus padres o tutores. Luego se le presenta el local y las posibilidades que éste ofrece. Se intenta que los niños y niñas interactúen y participen en las actividades propuestas.

¿Cómo funciona una empresa "en su interior"? ¿Cómo se organiza? ¿Qué ocurre desde que se compran las materias primas hasta que se consigue el producto final o, en las empresas de servicios, se le presta el servicio al cliente? ¿Quién decide los pasos que hay que dar y cuándo?

En el plan de operaciones realizamos la descripción de los aspectos técnicos y organizativos para producir un bien o prestar un servicio.

El plan de operaciones puede comprender cuatro apartados:

- ✓ La gestión del aprovisionamiento y del almacén.
- ✓ El programa de producción.
- ✓ La política de calidad.
- ✓ Organización de las tecnologías de la información.

Gestión del aprovisionamiento

Caso práctico

¿Dónde encontrará **Rosa** el mobiliario adecuado para su ludoteca? ¿Y los sanitarios? ¿Y los juguetes que necesita para "El Rinconcito"?

Lo primero que se le ocurre, es mirar en Internet. "Me preocupa que todo lo que utilicemos en la empresa esté debidamente homologado", nos comenta. "Prefiero pagar más que utilizar un juguete que le cause algún daño a un pequeño".

¿Cómo se localiza a los **mejores proveedores**? ¿Hay algún sistema que se pueda seguir?

Al iniciar el negocio una de las primeras actividades a desarrollar es la búsqueda y selección de los proveedores que nos faciliten todos los componentes necesarios para prestar el servicio o producir el bien.

Las fases a seguir serían las siguientes:

1. Determinación de **las características** que debe reunir el **producto** que necesitamos. Es conveniente que queden reflejadas por escrito.

2. **Búsqueda de información:** en prensa, radio y televisión, páginas amarillas, publicaciones especializadas, ferias y exposiciones comerciales del sector, Internet, asociaciones empresariales, ...
3. **Solicitud de información:** una vez obtenido el listado de posibles proveedores se establece el contacto directo para aspectos como:
 - ✓ La calidad (características técnicas, garantía, formación de la persona usuaria, servicio post-venta),
 - ✓ Las condiciones económicas (precios, descuentos comerciales, forma de pago, plazo de pago, consumos mínimos, precio de envases y embalajes, precios de transporte, precio de seguro, recargos por aplazamiento en el pago,...),
 - ✓ Otras condiciones (validez de la oferta, causas de rescisión del contrato, revisión de precios, plazo de entrega, devolución de mercancía, etc.).

FICHA DE PROVEEDORES				
NOMBRE:			N.I.F.	
DOMICILIO:			LOCALIDAD	C.P.
TELÉFONO/FAX:		EMAIL:		
PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SUMINISTRA:				
CONDICIONES COMERCIALES				
PRECIO	DESCUENTO COMERCIAL	FORMA DE PAGO	PLAZO DE ENTREGA	
TRANSPORTE	RAPPELS	SEGUROS	OTROS GASTOS	SERVICIOS

FICHA COMPARATIVA DE PROVEEDORES				
ARTÍCULO:				
CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR A	PROVEEDOR B	PROVEEDOR C	PROVEEDOR D
Precio unitario				
Descuento comercial				
Transporte				
Seguros				
Rappels				
PRECIO TOTAL				
Periodo de garantía				
Plazo de entrega				
Servicio técnico				
Forma de pago				
Observaciones				
Servicio postventa				

4. **Evaluación y elección de los proveedores:** con la información que se recabe se realizará una ficha de cada proveedor en la que se reflejen características de los artículos y condiciones co-

merciales. Después se hará un cuadro comparativo de los distintos proveedores sobre: calidad-precio, forma de pago, plazo de entrega, descuentos, etc.

Una vez elaborado el cuadro comparativo, se procede a la elección del proveedor que ofrezca mejores condiciones para la empresa. No es conveniente depender de un solo proveedor, por lo que se puede repartir el suministro entre varios, en cuyo caso habrá que valorar lo que se pierde en los *rappels* (*descuento especial, aparte del ordinario, que se hace a los clientes importantes, según las compras efectuadas durante un tiempo determinado, generalmente un año*) que seguramente sea menos.

Los criterios de selección pueden ser: la calidad, el precio, los gastos ocasionados (portes, seguro), los descuentos por volumen de compra y los plazos de pago. Si los productos son de iguales condiciones se elegirá el de mejor calidad según la finalidad de la empresa.

5. **Negociación con los proveedores:** antes de formalizar el contrato de compra. En primer lugar recabaremos toda la información relativa a la empresa con la que se negociará. Después:

- ✓ Se presentarán propuestas por las dos partes.
- ✓ Se discutirán las posiciones iniciales.
- ✓ Llegaremos a un acuerdo del que se dejará, preferiblemente, constancia por escrito.

Para gestionar el aprovisionamiento responderemos a las preguntas:

- ✓ ¿Qué necesitamos?
- ✓ ¿Cuáles serán los proveedores?
- **Necesitamos:** Mobiliario, juguetes, libros, material de papelería para los niños y niñas y para el negocio, cambiador, utensilios de aseo y toallas, equipamiento básico de cocina y de cuarto de baño, ropa de trabajo, televisión, dvd, equipo de música, dos equipos informáticos para el uso de los niños y niñas y otro para uso de la empresa.
- **Los proveedores serán:** después de recabar la información necesaria, pedir presupuestos y negociarlos, Rosa decide cuáles serán los que le suministren los materiales.

Programa de producción o de operaciones

¿Cuáles van a ser las operaciones que se llevarán a cabo en mi empresa?

El programa de producción o de operaciones es la planificación del proceso productivo o de la prestación del servicio. El programa de producción es muy técnico en el caso de las empresas de producción de bienes y debe estar desarrollado por especialistas cualificados.

En las empresas de prestación de servicios, esa descripción se simplifica, aunque debe quedar debidamente detallada. Hay que prever si se tiene capacidad para satisfacer la demanda de servicios o va a haber congestión o déficit de uso del tiempo.

¿El sector de actividad donde se desenvuelve tu módulo es de producción de bienes o de prestación de servicios? ¿Cómo repercute ello en el programa de producción o de operaciones?

Para describir cómo se realiza la prestación de servicios **responderemos a las preguntas:**

- ✓ ¿Qué servicio o servicios se prestan? ¿Con qué frecuencia se prestará cada servicio? (días de la semana, horas del día...) ¿Cuánto tiempo durará el servicio?
 - ✓ ¿Cuál será la apariencia interna del local?
 - ✓ ¿Cómo recogeremos la información necesaria?
 - ✓ ¿Cómo se pondrá en contacto el cliente con nosotros? ¿Nos desplazaremos al lugar de la prestación de servicio o lo hará el cliente?
 - ✓ ¿Haremos presupuestos previos?
-
- **¿Qué servicio o servicios se prestan? ¿Con qué frecuencia se prestará cada servicio? (días de la semana, horas del día...)**

CASO PRÁCTICO: Rosa ha decidido que su empresa, dedicada a la atención sin un horario regular de niños y niñas de 0 a 6 años, permanezca abierta de 11 de la mañana a 15 horas, así como desde las 16 horas a las 21 horas, aunque podrá desarrollar servicios de canguro fuera de este horario si están previamente concertados. Los sábados y los domingos sólo estará abierto de 16 horas a 20 horas.

■ **¿Cuánto tiempo durará el servicio?**

CASO PRÁCTICO: El tiempo que se estime necesario, pero teniendo en cuenta el horario preestablecido y las comidas.

■ **¿Cuál será la apariencia interna del local?**

CASO PRÁCTICO: El interior de la empresa lo ha decorado con motivos infantiles, y consta de dos grandes salas donde los niños y niñas de 0 a 3 años por un lado y de 3 a 6 por otro podrán sentirse cómodos, divertidos y seguros. Los servicios están adaptados a niños y niñas de corta edad y disponen de un cambiador para los bebés. El mobiliario es especial.

■ **¿Cómo recogeremos la información necesaria?**

CASO PRÁCTICO: Rosa ha consultado con los dueños de otras ludotecas sobre cómo llevar el registro de sus clientes. Ha confeccionado un modelo donde irá anotando los datos de las niñas y niños, así como una identificación con forma de pegatina que se le pondrá a cada niño o niña cuando llegue.

■ **¿Cómo se pondrá en contacto el cliente con nosotros?**

CASO PRÁCTICO: Rosa tiene previsto que, además del contacto personal, los padres y madres o tutores puedan contactar para cualquier asunto mediante la página web que creará, el correo electrónico y el teléfono fijo o móvil. Se facilitarán por estos medios las informaciones necesarias tales como: presupuestos para fiestas, tarifas por horas, etc.

■ **¿Nos desplazaremos al lugar de la prestación de servicio o lo hará el cliente?**

■ **¿Haremos presupuestos previos?**

Señala la respuesta correcta: El plan de operaciones o de producción...



Sólo es necesario en las empresas de producción de bienes.



Sólo es necesario en las empresas de prestación de servicios.



Es opcional.



Es muy técnico en las empresas de producción de bienes, aunque también debe quedar debidamente detallada en las de servicios.

Recuerda que las empresas de Educación Infantil son del sector servicios.

La política de calidad

Históricamente, la calidad era un concepto ligado exclusivamente a evitar que el producto final fuera defectuoso mediante inspecciones o procedimientos que aseguraran un nivel continuo de calidad.

En la actualidad, la calidad es aplicada también al servicio, a la atención al cliente, al modo en que se efectúan los envíos o incluso a cómo se atiende por teléfono a un cliente. Para valorar la calidad real que la empresa está ofreciendo, todos los aspectos de la empresa son relevantes. Se habla, pues, de **Calidad Total**.

Pero ¿qué es la calidad?

Ishikawa, un autor reconocido de la gestión de la calidad, proporcionó la siguiente definición respecto a la Calidad Total:

"Filosofía, cultura, estrategia o estilo de gerencia de una empresa según la cual todas las personas en la misma, estudian, practican, participan y fomentan la mejora continua de la calidad".

El sistema de Calidad Total (mejora continua con el objetivo de alcanzar la calidad óptima en todas las áreas) está ligado al concepto de **mejora continua** en la organización, que se centra tanto en los llamados clientes internos (personal de la empresa) como externos.

¿Y cómo averiguamos nuestro nivel de calidad?

Existen a nivel internacional normas que describen los criterios de calidad de los productos o servicios. Estas normas están realizadas por el **Organismo Internacional para la Estandarización (ISO)**. Se conocen como **normas ISO** y tienen el propósito de facilitar el comercio, el intercambio de información y contribuir con normas comunes al desarrollo y a la transferencia de tecnologías. Para conseguir un certificado de calidad se necesita cumplir los criterios de la ISO 9001.

¿Quieres saber qué aporta a las empresas la norma ISO 9001, una de las más populares? En el siguiente enlace podrás averiguarlo

http://www.emprendedores.es/empresa/noticias/la_iso_9001_se_renueva

En nuestro país existe un organismo creado en 1986 que puede expedir certificados de calidad: la **Asociación Española de Normalización (AENOR)**. Su labor se desarrolla en todos los sectores industriales y de servicios. Tiene como propósito contribuir a mejorar:

- ✓ La calidad y la competitividad de las empresas.
- ✓ Proteger el medio ambiente.

Otras empresas certificadoras son: AQAcert, TÜV Intertec, BVQI.

ISO no sólo dicta normas relativas a la calidad. Por ejemplo, gracias a esta asociación los folios en los que trabajamos son estandarizados universalmente (A4, A3...), facilitando su archivo, la fabricación de maquinaria (fotocopiadoras, escáner...), etc. ¿Te imaginas que los folios no estuvieran estandarizados?

Existen certificados de calidad de producto (ISO 9001), de calidad en gestión medioambiental (ISO 14001), de profesionalidad de las personas que trabajan en la organización, certificados de proyectos o empresas que aportan innovaciones tecnológicas (I + D + i). También existe un certificado que acredita que la empresa que lo posee cumple con la normativa laboral, se llama certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable).

Para más información sobre la Gestión de Calidad en la empresa te recomendamos que visites las siguientes páginas de Internet:

- ✓ AENOR (Asociación Española de Normalización). AENOR es el organismo nacional encargado de elaboración de las normas españolas denominadas UNE (Una Norma Española).

<http://www.aenor.es/>

- ✓ Asociación Española de la Calidad.

<http://www.aec.es/>

Organización de las tecnologías de la información

Caso práctico

Rosa está buscando un software específico para las empresas de educación infantil.

Sabe que ello le facilitará la tarea de organización de su empresa. También está gestionando su conexión a Internet.

Actualmente es imprescindible que la empresa responda a las siguientes cuestiones:

1. Respecto a la infraestructura de hardware y software:

- ✓ ¿Qué ordenadores son necesarios para el desarrollo de la actividad?
- ✓ ¿Necesitamos instalar una red local? ¿Con qué medidas de seguridad?

- ✓ ¿Necesitaremos hacer copias de seguridad?
- ✓ ¿Cuál será el sistema operativo? ¿Y cuáles los programas que se utilizarán (programas estandarizados o a medida)?

2. Respecto a la infraestructura de comunicaciones:

- ✓ Sistemas de comunicación: tanto en el interior de la empresa (con especial cuidado si nuestra empresa va a tener varias sedes) como con el exterior de la misma.
- ✓ Si es necesaria la conexión a Internet, correo electrónico, etc.
- ✓ Qué tipo de presencia se quiere tener en Internet y por qué.

La organización de las tecnologías de la comunicación se refiere a ...

- ☒ ¿Qué ordenadores son necesarios para el desarrollo de la actividad?
- ☒ ¿Necesitamos instalar una red local? ¿Con qué medidas de seguridad?
- ☒ ¿Necesitaremos hacer copias de seguridad?

Todas las respuestas son correctas, ya que se corresponden con factores a tener en cuenta en la organización de las tecnologías de la información en nuestra empresa

Los Recursos Humanos

Caso práctico

Rosa, en un primer momento, va a intentar llevar el negocio sola. No quiere acarrear con la responsabilidad de tener a su cargo personal, pues aunque piensa que tiene buenas expectativas de negocio, sabe que contratar trabajadores o trabajadoras supone asumir unos gastos fijos mensuales que pueden ser un freno en los inicios del negocio. "¡Ojalá pudiera dentro de poco contratar personal y pagar mucho a Hacienda!", nos comenta. ¡"Eso sería la muestra de que las cosas marcharían bien!" De todas maneras, quiere tener la información por si el volumen de negocio crece y debe contratar a alguien con premura.

¿Piensas que son importantes las personas que integran una empresa? Si pudieras poner en una balanza las condiciones materiales de una empresa por un lado y su personal por otro ¿cuál crees que "pesaría" más? Por otro lado **¿Crees necesario planificar todo lo relativo al personal?**

El recurso más valioso con el que cuentan las empresas es las personas que la integran, pues al fin y al cabo detrás de cada actividad hay siempre personas, y en las empresas de servicios incluso más, pues son las que atienden a los clientes.

Es posible que nuestra **ventaja diferencial** a veces sea el personal con el que contamos.

¿Sabes qué importancia tienen las personas en la empresa?

- ✓ Son lo **primero** en importancia.
- ✓ Son lo **segundo** en importancia.
- ✓ Son lo **tercero** en importancia

¿Cuáles son las **obligaciones** que asume una persona emprendedora al contratar personal?

El tener empleados implica no sólo obligaciones económicas (salario) sino también respecto a la **motivación, formación, promoción, delegación de responsabilidades** (que otros ejecuten las tareas. Ello supone la elección de subordinados idóneos, dejar de considerarse imprescindible y reconocer las propias limitaciones), **colaboración**, etc. que llevarán a la satisfacción de estas personas lo que redundará en un mayor rendimiento y productividad (concepto que pone en relación la producción obtenida con los recursos utilizados para obtenerla).

Los Recursos Humanos II

¿Sabías que existe una encuesta nacional del Ministerio de Trabajo que mide la Calidad de Vida en el trabajo? Si la quieres consultar, puedes hacer lo en la página:

<http://www.mtas.es/Estadisticas/ANUARIO2002/CVT/Index.htm>

- ✓ Puedes consultar el siguiente artículo del periódico "El País" en el que se hace un resumen del Barómetro Europeo de Clima Laboral 2008:

El día a día de las organizaciones transcurre a tal velocidad que la mayoría de directivos encuentra cientos de excusas para no reflexionar sobre lo que realmente sucede en sus empresas. Muchos intuyen que algo no va bien o que puede ir mucho mejor, pero suelen mirar hacia otro lado, perdiéndose en la estresante vorágine asociada a su cargo.

Según el Barómetro Europeo de Clima Laboral 2008, elaborado por Ipsos Loyalty, el 40% de los empleados -nueve millones de españoles- considera "poco o nada satisfactoria la forma en la que concilia su vida laboral". Y lo cierto es que son muy pocas las empresas que se preocupan de ello. Sin embargo, "ignorar cuál es el estado de salud de la compañía es precisamente lo que impide que ésta tome conciencia de cómo poder cambiar y evolucionar para mejorar su funcionamiento

y rendimiento", afirma Ignacio Álvarez de Mon, profesor de comportamiento organizacional del Instituto de Empresa y autor de *De ti depende* (Lid Editorial).

Y dado que no les va a quedar más remedio que hacerlo, Álvarez de Mon anima a los empresarios a comprometerse con esta investigación "antes de que la situación se vuelva insoportable, dificultando y alargando el inevitable proceso de cambio". Así, "el primer paso para alcanzar la madurez empresarial deviene cuando el equipo directivo se atreve a saber la verdad de lo que sucede, averiguando qué piensan y qué sienten sus empleados por medio de encuestas de clima laboral, que funcionan mucho mejor si son voluntarias y anónimas".

Pero, ¿en qué consisten estas encuestas? "Son una herramienta muy útil para conocer, comprender y gestionar los intangibles de las empresas, como la satisfacción, la motivación y el compromiso, detectando qué condiciones laborales o actitudes de mando están obstaculizando el bienestar y la productividad de los trabajadores", explica Xavier Juanico, socio de la consultora Openmet.

En los últimos cinco años, cada vez más compañías de más de 40 trabajadores están incluyendo esta radiografía de clima laboral, cuyo procedimiento consta de tres fases, suele durar dos meses y cuesta unos 5.000 euros en el caso de una empresa con 150 empleados. La primera fase consiste en "diseñar qué es lo que se quiere evaluar, elaborando una encuesta de entre 25 y 50 preguntas". Una vez preparada, "es imprescindible impulsar una campaña de comunicación interna, de manera que la plantilla sepa exactamente que su opinión es necesaria para mejorar la calidad del clima laboral", apunta Juanico.

Por último, la consultora analiza los resultados, ofreciendo a la empresa conclusiones que permiten cuantificar cómo se están gestionando los intangibles. No en vano, "las encuestas no son un fin en sí mismo, sino que son el medio a través del que la empresa puede introducir nuevas políticas y medidas que favorezcan la gestión de sus empleados".

Entre otras empresas que han introducido estas encuestas destacan Repsol, Telefónica, Novartis, Unilever, Nestlé, DKV Seguros y Caja Extremadura. A esta entidad, por ejemplo, le está sirviendo para "abrir nuevas vías de comunicación con los empleados", reforzando la sensación de que todos forman parte "del mismo barco", señala su director de recursos humanos, Jacinto Guerrero

Además, "gracias a la implantación de estas encuestas, desde la dirección de la empresa queremos generar una mayor confianza y credibilidad entre todos los miembros de nuestra plantilla, algo fundamental para afrontar con garantías los retos, adversidades y desafíos que debemos de hacer frente para potenciar el bienestar, la productividad y la sostenibilidad de la compañía".

Así, el año pasado hicieron su primera encuesta de clima laboral, que fue respondida por el 51% de sus 1.200 trabajadores. De estos, seis de cada diez afirmaron estar "satisfechos" y siete de cada diez "motivados" para cumplir los objetivos de la empresa. "Nos hemos dado cuenta de que muchos de los cambios introducidos en el pasado no iban en línea con las demandas generales de nuestra plantilla", reconoce Guerrero. Y concluye: "Ahora ya sabemos qué quieren realmente nuestros empleados y eso es precisamente lo que ocupa nuestro trabajo en estos momentos".

Otra compañía que ha decidido mirarse al espejo es Nestlé, que en España y Portugal cuenta con 7.500 trabajadores. De hecho, hace cuatro años comenzó un proceso de cambio cultural, encabezado por el director de recursos humanos, Luis Miguel García. Para saber si han cuajado los cambios introducidos, recientemente han hecho su primera encuesta laboral, respondida por el 70% de la plantilla.

Una de las "áreas de mejora" descubiertas a raíz de la encuesta es "la comunicación interna, tanto vertical como horizontalmente". También "es necesario que se aumente el reconocimiento de las nuevas actitudes y conductas que pretendemos incorporar en el día a día organizacional por parte de los jefes".

Y para lograrlo van a invertir tiempo y dinero en formar a los mandos intermedios, "potenciando su autoconocimiento y desarrollo personal para que puedan ejercer un liderazgo más inspiracional, basado en la flexibilidad, la confianza y la dirección por objetivos".

- ✓ En el siguiente portal de la compañía CEPSA los candidatos a trabajar en la compañía hacen una entrevista virtual a la empresa para conocer todas sus áreas de actividad y ofertas de trabajo. En la plataforma un personaje que representa a la compañía guía a los usuarios a través de contenidos de forma interactiva.

<http://www.cepsa.com/alotroladodelamesa/>

Señala la frase incorrecta.

- ☐ Es necesario planificar todo lo relativo al personal de la empresa.
- ☒ Las obligaciones que la empresa contrae con su personal son sólo económicas.
- ☐ Los Recursos Humanos son lo más valioso de la empresa.
- ☐ Es posible que nuestra ventaja diferencial a veces sea el personal con el que contamos.

Las empresas tienen una importante responsabilidad sobre la motivación, formación, delegación de responsabilidades, etc. de sus trabajadores y trabajadoras, quienes en cierta forma son "clientes internos" de la empresa como organización.

¿Cómo se hace un Plan de Recursos Humanos?

¿Cómo me pongo en contacto con futuros candidatos? ¿Cómo determino los puestos que me hacen falta y sus funciones? ¿Cómo se hace una entrevista de trabajo?

Con el siguiente cuadro podrás aclarar tus dudas sobre cómo se contrata al personal.

EL PLAN DE RECURSOS HUMANOS: ELABORACIÓN	
1. DETERMINAR LAS FUNCIONES Y TAREAS	¿Qué se tiene que hacer? ¿En cuánto tiempo? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Con qué? ¿Para qué?
2. CONCRETAR LAS PERSONAS NECESARIAS	Es decir, el número de puestos de trabajo.
3. DISEÑAR EL PERFIL PROFESIONAL.	Para cada puesto estableceremos la titulación y conocimientos necesarios, las características físicas y de carácter del candidato.
4. CONFECCIONAR EL ORGANIGRAMA EMPRESARIAL	El organigrama es la representación gráfica de la estructura de la empresa. Lo estudiaremos a fondo en el próximo epígrafe.
5. SELECCIONAR A LAS PERSONAS ADECUADAS.	Analizaremos este apartado un par de epígrafes más adelante.
6. ELEGIR EL CONTRATO DE TRABAJO MÁS ADECUADO	Ha de ser el más conveniente teniendo en cuenta criterios como el puesto de trabajo, la persona que lo ocupa, las ayudas del Estado... Podrás encontrar información sobre los tipos de contratos en la página siguiente: http://www.inem.es/ También es importante que conozcas el Convenio Colectivo vigente en el sector. En el siguiente enlace lo podrás encontrar: http://convenios.juridicas.com/convenios-sectores.php

7. DETERMINAR EL COSTE DE CADA PUESTO DE TRABAJO	El salario, cuotas de la seguridad social, dietas, uniformes... Para ello debes consultar el Convenio Colectivo aplicable, donde se establecen las diferentes categorías profesionales, así como sus salarios correspondientes.
8. GESTIONAR EL EQUIPO HUMANO	Política de integración, promoción, incentivos, de formación etc., que favorecen el aumento de la productividad y la satisfacción del personal.

El organigrama empresarial

¿Hay algún instrumento de organización de los recursos humanos? El principal instrumento de organización de las personas en la empresa es el **organigrama** que no es más que la representación gráfica de la estructura de una empresa.

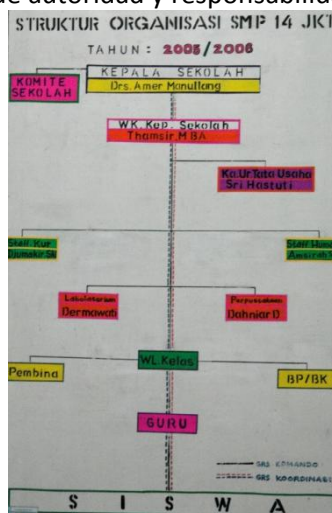
En dicha representación se pone de manifiesto:

- ✓ La distribución de las funciones y de los niveles de autoridad de la empresa.
- ✓ Los puestos de trabajo, órganos existentes, personas que los ocupan y su disposición geográfica.
- ✓ Las relaciones formales, las líneas de comunicación y conexiones existentes entre los diferentes órganos.

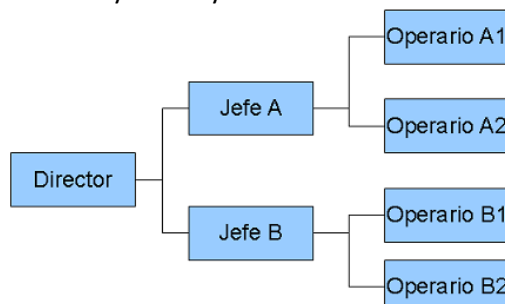
La clasificación más común de los organigramas es la que se fundamenta en el criterio de la forma que adoptan. Un organigrama puede ser:

1. Vertical.
2. Horizontal.
3. Circular o radial.
4. Visual o fotográfico.

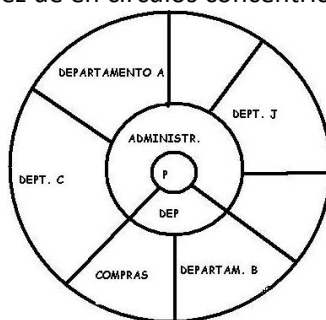
1. Organigrama vertical: Es la modalidad más utilizada. Los puestos de dirección más altos se sitúan en el puesto superior del gráfico. El conjunto presenta una forma piramidal. Los puestos colocados a igual altura poseen el mismo grado de autoridad y responsabilidad.



2. Organigrama horizontal: Se desarrolla de izquierda a derecha. Los puestos de mayor jerarquía están a la izquierda. Son fáciles de consultar y se diluye considerablemente el matiz de nivel y sujeción.



3. Circular o radial: Los distintos niveles se representan a través de círculos concéntricos, hallándose los puestos de mayor responsabilidad en el centro. El organigrama radial tiene la particularidad de disponer los niveles jerárquicos, en vez de en círculos concéntricos, en forma estrellada.



4. Visuales o fotográficos: Se diferencian únicamente de los organigramas ordinarios en que aparece la fotografía de la persona que asume la titularidad de cada puesto.

Seleccionar a las personas adecuadas

Para determinar cuál es el candidato o candidata más idóneo para el puesto de trabajo ofertado se realizará una **preselección** en la que se valorarán los currículos recibidos y se seleccionarán los más adecuados.

Posteriormente, se puede llevar a cabo pruebas de diferentes tipos que dependerán de la dimensión de la empresa, pues la podrá hacer la persona propietaria de la empresa, la responsable de recursos humanos (o quien se designe al efecto), o bien una empresa especializada.

- ✓ Entrevistas personales.
- ✓ Tests psicológicos que miden aptitudes como razonamiento lógico, expresión verbal, habilidades espaciales... También puedes visitar la siguiente página en la que podrás encontrar (y hacer) numerosos **test psicotécnicos**:

<http://www.psicotecnicostest.com/>

- ✓ Tests de personalidad como el de Koch (el árbol) que miden la estabilidad emocional, autoestima, independencia...
- ✓ Tests de Inteligencia para medir la capacidad para resolver problemas de distinto tipo.
- ✓ Pruebas profesionales relacionadas con el puesto de trabajo a cubrir.
- ✓ Dinámicas de grupo.

En los siguientes enlaces encontrarás un buen número de **dinámicas de grupo** si quieres hacer una entrevista de trabajo donde los candidatos y candidatas interactúen:

<http://www.isftic.mepsyd.es/w3/recursos2/orientacion/03accion/op03.htm>

<http://members.fortunecity.com/dinamico/dinamica.htm>

Finalmente, en el siguiente recurso planteamos una situación muy común en las empresas: de repente, **hay mucho trabajo y no se cuenta con el personal necesario**. ¿Qué se puede hacer?:

Contratar personal no siempre es la solución correcta ni la más eficaz. Durante los periodos muy intensos de trabajo se pueden buscar otras alternativas. En este capítulo se explican algunas opciones y soluciones apropiadas.

La creación de una empresa es algo emocionante pero también requiere mucho esfuerzo. Un emprendedor tiene que pensar en miles de cosas diferentes antes de recibir su primer encargo. Puede resultar útil contar con un empleado para que le ayude en un momento determinado, ¿pero cuáles son las alternativas?

Ejemplo:

Sandra tiene un pequeño comercio y vende helados en verano y chocolate caliente y sopa en invierno. En julio y agosto las noches suelen ser calurosas y tiene mucho trabajo, porque llega un gran número de turistas y otras personas a la tienda para comprar algo refrescante. Se forman grandes colas. A Sandra se le ha ocurrido una solución. Ha contratado a una estudiante, Melisa, para que le ayude en verano, sólo por las noches de 6:00 pm a 10:00 pm. Así Melisa gana un poco de dinero para los estudios y se reducen las colas.

Antes de contratar a un empleado fijo puedes pensar en muchas alternativas:

- ✓ Tu pareja o algún familiar.
- ✓ Empleados a tiempo parcial que trabajen menos horas que los trabajadores a tiempo completo.
- ✓ Trabajadores estacionales, contratados para realizar un trabajo específico durante un periodo de tiempo determinado (verano, navidad, etc.).
- ✓ Personas que no trabajan con un horario fijo, a las que se puede llamar en un momento dado.
- ✓ Trabajadores desde casa: algunas tareas se pueden realizar en casa, como la costura, las llamadas de marketing, la manipulación de sobres y labores similares, etc.
- ✓ Contratistas independientes. Estos trabajadores son autónomos y no son empleados asalariados. Sus honorarios dependen de su producción, como en el caso de las ventas.
- ✓ Contrato con una empresa (externalización): algunas empresas están especializadas en realizar actividades para otras, como por ejemplo la limpieza, la fiscalidad, el asesoramiento financiero, etc.
- ✓ Empresas de trabajo temporal.

Algunas preguntas sobre Recursos Humanos

Numera del 1 al 4 en el orden correcto las siguientes actuaciones de contratación de personal.

Determinación de los puestos y funciones			1
Realización de un organigrama.			3
Diseñar el perfil profesional.			2
Seleccionar a las personas adecuadas.			4

Lee la siguiente frase de Rockefeller dirigida a sus directivos de la Standard Oil:

"No hagáis jamás vosotros mismos lo que pueda ser realizado por otro. Si sois responsables de un departamento elegid los mejores de vuestros subordinados, dadles la formación necesaria, distribuid entre ellos vuestras tareas, y vosotros sentaos confortablemente y buscad cómo la Standard Oil puede ganar más dinero"

- ☐ Motivación
- ☒ **Delegación.**
- ☐ Formación.
- ☐ Colaboración.

Determina a qué tipo de organigrama hacemos, referencia siendo:

- a) El puesto de mayor responsabilidad está en el centro.
- b) Son fáciles de consultar y se diluye considerablemente el matiz de nivel y sujeción.
- c) El conjunto presenta una imagen piramidal.

d) Aparece la foto de la persona.

Circular

Horizontal

Vertical

Visual o fotográfico

¿Dónde me puedo asesorar en la contratación de personal?

Caso práctico

Como hemos comentado antes, Rosa quiere saber dónde podrá recabar información en el caso en que el número de niños y niñas aumente y deba contratar a alguien.

También quiere dejar decidido el tipo de contrato que sería más ventajoso y los trámites esenciales.

¿Existen organismos donde me pueda informar sobre personas que se puedan contratar, condiciones de los contratos, formas de selección de personal, etc.?

A continuación te citamos una serie de enlaces donde podrás obtener información variada y completa sobre la contratación de personal. Distinguiremos:

- ✓ **Organismos oficiales**
- ✓ **Otras instituciones o empresas.**

Organismos oficiales

Podrás encontrar información en materia de contratación e los siguientes organismos:

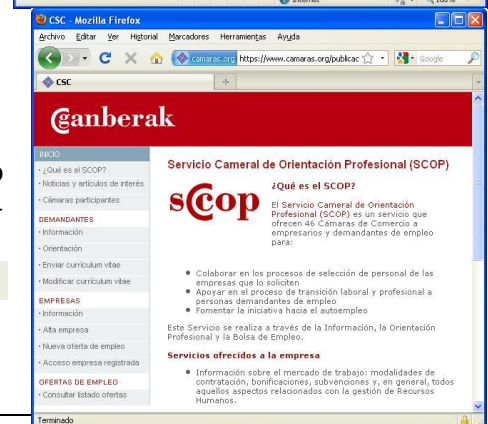
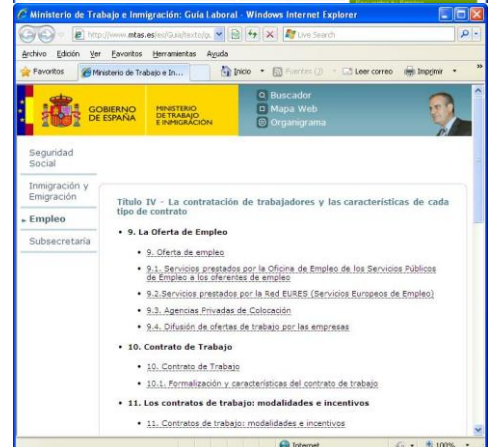
- ✓ **Oficinas del Servicio Andaluz de Empleo.** El Servicio Andaluz de Empleo es un organismo autónomo, adscrito a la Consejería de Empleo, encargado de gestionar las políticas activas de empleo. Atiende tanto a empresas empleadoras como a personas demandantes de empleo, gestionando las ofertas y las demandas.

<http://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/web/websae/portal/es/index.html>

- ✓ **Ministerio de Trabajo e Inmigración:** En su Guía Laboral, hay un capítulo específico sobre contratación laboral

- ✓ **Servicio de Orientación de la Cámara de Comercio (SCOP):** Este Servicio colabora en los procesos de selección de personal de las empresas que lo soliciten

<http://www.camaras.org/>



- ✓ Colegios profesionales o asociaciones del sector

<http://www.juntadeandalucia.es/temas/entidad/es/colegios.html>



Otras instituciones o empresas

Además, podrás encontrar información en:

- ✓ **Empresas de Trabajo Temporal:** son una solución cuando no requiere a personal fijo en la empresa. Pero ¿qué son las E.T.T.?:

Se denomina empresa de trabajo temporal aquella cuya actividad consiste en poner a disposición de otra empresa usuaria, con carácter temporal, trabajadores por ella contratados. Las empresas de trabajo temporal han de estar debidamente autorizadas.

Las empresas de trabajo temporal suponen una alternativa segura, ya que ofrecen muchas ventajas.

o Proponen un candidato cualificado cuyo perfil se ajuste al puesto en cuestión.

o La empresa de trabajo temporal es la que prepara el contrato laboral temporal con el trabajador. De este modo asume la responsabilidad de realizar los pagos y la retención de las contribuciones legales. El cliente sólo tiene que pagar la factura a la empresa de trabajo temporal. Es una manera fácil de prescindir de alguien cuando se reduce la carga de trabajo, sea por el motivo que sea. Cuando se cuenta con personal contratado mediante una empresa de trabajo temporal, el coste suele ser entre un 20 y un 40 por ciento superior al del personal fijo.

Pero no resulta tan fácil encontrar trabajadores temporales para ocupar los puestos más complicados.

Son ejemplos de este tipo de empresas: Adecco, Mampower...

<http://www.adecco.es>
<http://www.manpower.es>

- ✓ **Asociaciones de Empresarios:** Los empresarios y empresarias se asocian para la defensa de sus intereses. Las asociaciones tienen una importante labor en materia de asesoramiento y formación. Destacamos las siguientes:

→ **CEA:** Confederación de Empresarios de Andalucía.

→ **AJE:** Asociación de Jóvenes Empresarios.

- ✓ **Sindicatos:** son asociaciones de trabajadores para la defensa de sus intereses. Hay sindicatos llamados: sindicatos de clase y otros: sindicatos profesionales. A nivel nacional, los más relevantes son: Comisiones Obreras (CC.OO.) y la Unión General de Trabajadores (U.G.T.).

<http://www.ccoo.es/cscceo/>
<http://www.ugt.es/index1.html>

- ✓ **Páginas webs de búsqueda de empleo** (monster, infoempleo, infojobs...). Hay algunas que te cobran a partir de una fecha o de determinado número de peticiones.

<http://www.monster.es/>
<http://www.infojobs.net/>
<http://www.infoempleo.com/>

- ✓ La Consejería de Educación de la Junta de Andalucía edita unas **Guías sobre los nuevos títulos de la Formación Profesional** que pueden ayudarnos a la hora de determinar las funciones del personal. En el recurso siguiente (página 29 del mismo) podrás leer a título de ejemplo en qué se puede trabajar con el título de de Educación Infantil:

Título de Educación Infantil

Además, en el enlace que te facilitamos están todos los títulos de la nueva Formación Profesional:

Títulos Nueva Formación Profesional

- ✓ **Redes sociales:** Las redes sociales como Facebook pueden ser un interesante camino para encontrar al personal adecuado en nuestro círculo de contactos. Estamos hablando del networking. A continuación te ofrecemos un artículo de la Revista Emprendedores sobre cómo aprovechar las redes sociales en el ámbito profesional:

[CIBERNEGOCIOS](#)

[Nº 122 Noviembre 2007 pág. 58](#)

[Networking virtual: Cómo sacar provecho de las nuevas redes de contactos en Internet Encuentros.com](#)

Expertos en networking explican cómo sacar el máximo partido a las redes de contactos on line para promocionar un negocio o una carrera profesional, encontrar socios o financiación y encontrar colaboradores para un proyecto.

Con la premisa de ¿los amigos de mis amigos son mis amigos? de fondo, el networking, como explica Emilio Márquez, director de Networking y Redes Sociales, ¿consiste, ni más ni menos, que en establecer una red de contactos profesionales que nos permita darnos a conocer a nosotros y a nuestro negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores, socios o inversores. Se trata de intercambiar información y contactos, y de establecer relaciones con personas que compartan intereses profesionales.

Hacemos networking para avanzar en nuestra carrera, para aumentar nuestra visibilidad y para mejorar nuestra red de contactos. Se trata de intercambiar contactos para hacer negocios¿, resume. El país más activo a la hora de hacer networking es Alemania, seguido del Reino Unido, Francia y Estados Unidos.

En España todavía es una práctica emergente, pero con un potencial formidable. Detrás de este retraso subyace un importante componente cultural, y es que parece que a los españoles nos cuesta compartir nuestras 'fuentes'.

¿En nuestro país nos gustan mucho las relaciones humanas pero sólo con la que gente que conoces, nos cuesta mucho arrancar a hablar con un desconocido¿, argumenta Pedro Sánchez, country manager de Viadeo para España y Portugal. Un mercado con mucho potencial. No obstante, como coinciden los expertos de Xing que hemos consultado, la compañía de networking on line de Open Business Club AG, ¿el potencial del mercado de habla hispana es inmenso. El español lo hablan más de 420 millones de personas,

tiene más hablantes nativos que el inglés y es la cuarta lengua más hablada en el mundo, después del chino mandarín, el hindi y el inglés. Con más de 420 millones de hablantes de español y 90 millones de internautas, el mercado español es uno de los mercados on line con mayor crecimiento del mundo.

Un poco más sobre otras instituciones o empresas

¿Te gustaría saber cómo hacer para seleccionar a los mejores empleados y que se queden en tu empresa? En el siguiente enlace se explica qué debemos hacer para **reclutar** y **conservar** a los buenos empleados:

<http://www.virtual5.com.mx/articulos/como-reclutar-y-mantener-los-mejores-empleados/>

"Las dos cosas más importantes de una empresa no aparecen en su balance: su reputación y su personal".

Henry Ford.

Entre los organismos siguientes, se nos ha colado uno que no puede ayudarte en materia de contratación:

- ☐ El S.A.E
- ☐ El S.C.O.P.
- ☐ La A.J.E
- ☒ **El I.S.O.**

Recuerda que el ISO es el organismo Internacional para la Estandarización

Según la ministra Bibiana Aído, en declaraciones hechas el 14.10.2009, el Gobierno creará un distintivo para reconocer a las **empresas comprometidas con la igualdad entre hombres y mujeres.**

El plan de prevención de riesgos laborales

Caso práctico

Rosa estudió en el Ciclo Formativo, en el módulo de Formación y Orientación Laboral, las posibles alteraciones en la salud que podía acarrear el desempeño de su trabajo. Quiere empezar haciendo las cosas bien desde un principio sin dejar de lado lo más importante: su salud.

La identificación de los riesgos es lo que más le preocupa. Tras investigar en páginas Web (sobre todo en la del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo), y las hechas en otros centros, decide centrarse en los siguientes apartados, que comprenden todos los riesgos a los que está expuesta en su trabajo:

✓ Riesgos eléctricos.	✓ Iluminación.
✓ Riesgos de caídas.	✓ Ventilación.
✓ Ruido.	✓ Riesgo de problemas de voz.
✓ Condiciones de temperatura y humedad.	✓ Agentes biológicos: virus y bacterias, etc.
✓ Carga física (levantamiento de cargas) y mental (inseguridad laboral, exceso de responsabilidad, escasez de medios, estrés).	

¿Se pueden prever los riesgos a los que van a estar expuestos las personas que trabajan en una empresa? Si es así ¿cuáles son esos riesgos? ¿Por qué es necesario realizar un plan de prevención de riesgos laborales? ¿Quién es el responsable de la prevención? ¿Dónde podemos encontrar información en materia de salud laboral?

Actualmente es aceptado que todos los trabajos comportan unos determinados riesgos, y es responsabilidad de la empresa intentar eliminarlos o, si ello no es posible, minimizarlos.

La prevención de riesgos laborales deberá integrarse en el sistema general de gestión de la empresa, tanto en el conjunto de sus actividades como en todos los niveles jerárquicos de ésta, a través de la implantación y aplicación de un plan de prevención de riesgos laborales.

El Plan de Prevención es un documento en el que se concreta la gestión de la prevención de la empresa, recoge la normativa, la reglamentación y los procedimientos operativos, definiendo los objetivos de la prevención y la asignación de responsabilidades y funciones a los distintos niveles jerárquicos de la empresa en lo que se refiere a la prevención de riesgos laborales. Su elaboración es obligatoria por parte de la empresa.

Este documento consta de las siguientes partes:

PARTES DEL PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. **Identificación** de la empresa: actividad que desarrolla, número y características de los centros de trabajo, número de trabajadores y su perfil en relación con la prevención.
2. **Estructura organizativa** de la empresa: niveles jerárquicos, responsabilidades, organigrama, cauces e comunicación en relación con la prevención de riesgos laborales.
3. **Organización de la producción**: identificación en los procesos técnicos y organizativos.
4. **Evaluación, control y gestión de los riesgos laborales**.
5. **Vigilancia de la salud** de los trabajadores y trabajadoras. Primeros Auxilios.
6. **Plan de Autoprotección**, con su correspondiente Manual Interno de Actuación, donde se describe cómo actuar en situación normal de actividad y en caso de emergencia.

Para determinar los riesgos propios de la actividad, El Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo facilita documentación, como la que te proporcionamos:

Anexo I - Evaluación de Riesgos

- ✓ Las tres Comunidades Autónomas que registran el mayor número de accidentes de trabajo en el año 2008 son, por este orden: **Cataluña** con 141.577 accidentes, **Andalucía** con 139.858 accidentes en jornada de trabajo y **Madrid** con 121.141 Accidentes.
- ✓ Cada día **fallecen** 3 trabajadores, 23 trabajadores sufren **accidentes graves** en su puesto de trabajo en España y 2.499 **accidentes leves** ocurren al día.

Fuente: U.G.T., informe de siniestralidad laboral en España de 28 de abril de 2009

Modalidad de organización de la prevención

El empresario o empresaria deberá optar por una de las siguientes modalidades

- ✓ **Asumir personalmente esta actividad.** El propio empresario o empresaria puede asumir la organización siempre que haya en la empresa menos de seis trabajadores o trabajadoras y que se cumplan los siguientes requisitos legales:
 - Que realice su actividad profesional habitualmente en el centro de trabajo.
 - Que tenga la cualificación suficiente según la ley. En este caso, el nivel básico de formación en prevención que corresponde a 30 horas de formación.
 - Que la empresa no desarrolle actividades consideradas por la ley como peligrosas.
- ✓ **Designar a uno o varios trabajadores o trabajadoras.** Dispondrán la formación en materia de prevención en función de la actividad y de las exigencias preventivas de la empresa.
- ✓ **Constituir un servicio de prevención propio.** Cuando la plantilla supere los 500 trabajadores o trabajadoras esta opción será obligatoria y en otros casos previstos por la ley (peligrosidad, gravedad de la siniestralidad,...)
- ✓ **Concertar un servicio de prevención ajeno.** Se concertarán aquellas disciplinas no asumidas mediante las opciones anteriores. Las Mutuas de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales podrán desarrollar funciones propias de los servicios de prevención.
- ✓ **Constituir un servicio de prevención mancomunado:** El servicio es prestado por una misma entidad a varias empresas, siempre que se garantice la misma operatividad y eficacia que con un servicio de prevención individual. Por ejemplo, los establecimientos e un centro comercial.

En la Ley de Prevención de Riesgos Laborales se contemplan los derechos y deberes de los trabajadores y trabajadoras y de la empresa. Te los traemos en este recurso para que leas los arts. 14 y siguientes (capítulo III: "Derechos y Obligaciones").

Anexo II - Ley de Prevención de Riesgos Laborales

En las siguientes Fichas Prácticas podrás profundizar en la labor de organización de la prevención en la empresa:

Anexo III - Funciones y responsabilidades preventivas en una empresa

- ¿Sabías que las instituciones públicas tienen la obligación de promover condiciones que favorezcan la salud laboral? En Andalucía, el Consejo Andaluz de Prevención de Riesgos Laborales ha elaborado el **Plan General de Prevención de Riesgos Laborales de Andalucía**, que puedes visitar en el siguiente enlace:

Plan General de Prevención de Riesgos Laborales de Andalucía

- La Confederación de Empresarios de Andalucía tiene un Portal de Prevención con legislación, vídeos divulgativos, etc.

Portal de Prevención de Riesgos laborales de la cea

- Por si acaso quieres resolver alguna duda, a continuación te señalamos una página donde podrás encontrar un listado de organismos con competencias en materia de prevención de riesgos laborales:

Organismos con competencia en materia de Prevención de Riesgos Laborales

De los siguientes requisitos, señala cuál no se exige para que la empresaria o el empresario asuman la organización de la prevención:

- ☒ Que tenga la titulación de Técnico en Prevención.
- ☐ Que realice su actividad profesional habitualmente en el centro de trabajo.
- ☐ Que haya hecho un curso específico.
- ☐ Que no desarrolle la empresa una actividad peligrosa.

No se exige tal titulación

Recomendaciones

Películas recomendadas

Te recomendamos la siguiente película donde se toca el tema de la entrevista personal, desde un punto de vista distinto:

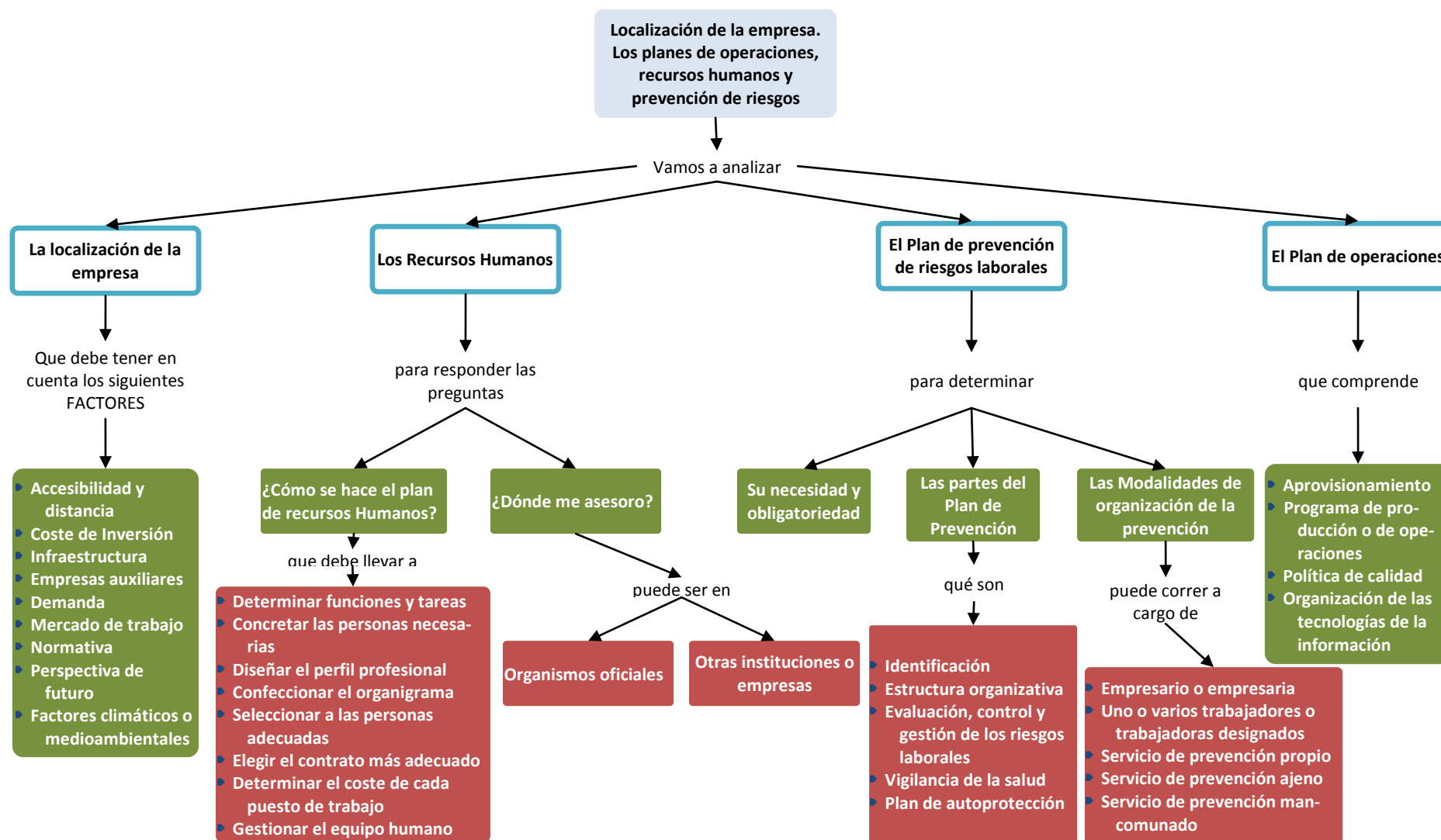
- ✓ **El método Gronhölms**, Director: Marcelo Piñeyro. Carmelo Gómez, Eduardo Noriega, Natalia Verbeke y otros. 2005

Hay una película que ilustra las condiciones laborales de los trabajadores:

- ✓ **Norma Rae** es una película de 1979 dirigida por Martin Ritt. La película ganó los Oscars a la mejor actriz (Sally Field) y a la mejor canción (David Shire y Norman Gimbel por "It Goes Like It Goes"). También fue nominado en los apartados de mejor película y mejor guión adaptado.
- ✓ **"La suerte dormida"** de Ángeles González-Sinde, 2003. con Adriana Ozores (Amparo), Félix Gómez (Agustín), Pepe Soriano (José) y otros. Relata la investigación judicial de un accidente.
- ✓ La **Agencia Europea para la Salud y Seguridad en el Trabajo** ha creado una serie de películas protagonizadas por un divertido personaje de plastilina llamado **Napo** que explica conceptos básicos de salud laboral. Puedes verlas en:

<http://osha.europa.eu/es/campaigns/hw2008/napo/index.html>

Mapa Conceptual



ANEXO I - Gestión de la prevención de riesgos laborales en la pequeña y mediana empresa

Plan de prevención de riesgos laborales. Evaluación de riesgos

Tras su revisión, el apartado 1 del artículo 16 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales establece que "la prevención de riesgos laborales deberá integrarse en el sistema general de la empresa, tanto en el conjunto de sus actividades como en todos los niveles jerárquicos de ésta a través de la implantación y aplicación de un Plan de prevención de riesgos laborales. Este Plan de prevención de riesgos laborales deberá incluir la estructura organizativa, las responsabilidades, las funciones, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para realizar la acción de prevención de riesgos en la empresa, en los términos que reglamentariamente se establezcan.

Los instrumentos esenciales para la gestión y aplicación del plan de prevención de riesgos, que podrán ser llevados a cabo por fases de forma programada, son la evaluación de riesgos laborales y la planificación de la actividad preventiva".

En este tema se va a tratar el primero de los instrumentos, es decir, la evaluación de riesgos, y en temas posteriores se verá el segundo, la planificación preventiva.

La evaluación de riesgos es la actividad fundamental que la Ley establece que debe llevarse a cabo inicialmente y cuando se efectúen determinados cambios, para poder detectar los riesgos que puedan existir en todos y cada uno de los puestos de trabajo de la empresa y que puedan afectar a la seguridad y salud de los trabajadores. Esta evaluación es responsabilidad de la Dirección de la empresa, aunque debe consultarse a los trabajadores o a sus representantes sobre el método empleado para realizarla; teniendo en cuenta que éste deberá ajustarse a los riesgos existentes y al nivel de profundización requerido. Para empezar, es recomendable examinar los accidentes, enfermedades y demás daños derivados del trabajo que hayan acontecido en los últimos años y de los que se tenga constancia.

El objetivo fundamental de la evaluación es minimizar y controlar debidamente los riesgos que no han podido ser eliminados, estableciendo las medidas preventivas pertinentes y las prioridades de actuación en función de las consecuencias que tendría su materialización y de la probabilidad de que se produzcan.

La evaluación de riesgos es una actividad que debe ser realizada por personal debidamente cualificado y su procedimiento de actuación debe ser consultado con los representantes de los trabajadores.

Criterios de actuación

La evaluación de riesgos es una tarea que debe ser llevada a cabo por personas que tengan la formación legalmente requerida y que sean trabajador designado por la Dirección de la empresa o formen parte del Servicio de prevención propio o ajeno. Tal actividad debiera realizarse con la participación del personal expuesto a los riesgos con la finalidad de recoger su opinión y poder contrastar con lo observado. Aunque la actividad evaluadora sea realizada por un servicio de prevención ajeno, es importante que una persona de la empresa esté implicada en el seguimiento y control de tal actividad. El análisis de riesgos antes del inicio de cualquier actividad debería ser reflexión obligada y base consustancial de la propia calidad del trabajo a realizar y difícilmente ello puede ser transferido a personal ajeno. La reunión inicial del mando intermedio con sus trabajadores para verificar que éstos conocen los riesgos a los que pueden estar expuestos y las medidas preventivas a adoptar en una nueva actividad o tarea es algo básico para evitar accidentes, fallos y errores. La evaluación inicial tiene valor cuando va asociada a la planificación preventiva y se convierte en un elemento de gestión

ante los riesgos identificados o que puedan surgir ante posibles cambios. La reglamentación establece que la evaluación inicial deberá ser revisada ante cualquiera de las siguientes circunstancias:

- ✓ Cuando se introduzca algún cambio en las condiciones de trabajo, tanto en la organización como en la introducción de nuevas tecnologías, productos, equipos, etc.
- ✓ Cuando se produzcan daños en la salud de los trabajadores o se aprecie que las medidas de prevención son inadecuadas o insuficientes. Página 2
- ✓ Si legalmente hay establecida una periodicidad de evaluación para determinados riesgos, o se ha llegado a ese acuerdo entre la empresa y los representantes de los trabajadores.

En todo caso es aconsejable que periódicamente (cada 2 o 3 años) se proceda a su actualización.

Se tendrán en cuenta siempre, en la evaluación de riesgos, aquellos que puedan afectar a trabajadores especialmente sensibles como son los menores, las mujeres embarazadas y los minusválidos.

En la evaluación de riesgos deberían considerarse tres fases: Preparación, Ejecución y Registro documental.

- ✓ Preparación
Habrá que determinar:
 - ➔ Quién va a realizar la evaluación (el servicio de prevención si existe, los trabajadores designados, etc.) y proporcionarle la formación, la información y los medios para llevarla a cabo de manera eficaz.
 - ➔ Cómo va a realizarla, qué procedimiento va a seguir, qué plazo tiene para concluirla, etc.
 - ➔ Qué mecanismos de control va a aplicar para comprobar que la evaluación realizada es operativa y eficaz.
- ✓ Ejecución
Habrá que revisar con especial atención:
 - ➔ Las instalaciones, las máquinas, los equipos, las herramientas y los productos empleados.
 - ➔ El entorno del lugar de trabajo.
 - ➔ La formación del personal y las pautas de comportamiento a la hora de realizar las tareas.
 - ➔ La adecuación de las medidas preventivas y de los controles existentes.
- ✓ Registro documental

En la última fase ya se habrá concluido la actividad en el lugar de trabajo, teniendo que registrar documentalmente todo lo observado en los diferentes puestos y tareas analizadas para facilitar el seguimiento por quien corresponda.

En aquellos puestos en los que deban adoptarse medidas preventivas o de control, éstas deberán quedar debidamente registradas especificando de qué puesto de trabajo o tarea se trata, qué riesgos existen, a qué trabajadores afecta, cuáles han sido los resultados de la evaluación y cuáles son las medidas preventivas que deben adoptarse con indicación de plazos y responsables. Deberá comprobarse que dichas medidas se llevan a cabo en los plazos establecidos y que resultan eficaces.

Una vez concluida la evaluación se deberán mostrar los resultados a los trabajadores afectados para que estén debidamente informados sobre los riesgos existentes y las medidas que deben adoptar para evitarlos. Para ello sería recomendable disponer de las correspondientes hojas informativas por puesto de trabajo o tarea.

El método de evaluación a aplicar, cuando no esté expresamente determinado por algún reglamento específico, como el del ruido, será acorde con métodos o criterios como: Guías del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo y del Ministerio de Sanidad y Consumo, así como de Instituciones competentes de las CC.AA., Normas UNE, Normas Internacionales y Guías de entidades de reconocido prestigio.

El Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo (INSHT) tiene publicado el texto "Evaluación de las condiciones de trabajo en PYMES" para facilitar la detección, la evaluación y el control de posibles deficiencias.

Registros documentales

✓ Reglamentarios

Plan de prevención de riesgos laborales (art. 16 LPRL y 23 RSP).

- ➔ Evaluación de los riesgos para la seguridad y salud en el trabajo, incluido el resultado de los controles periódicos de las condiciones de trabajo y de la actividad de los trabajadores (art. 16 y 23 LPRL y capítulo II RSP).
- ➔ Procedimientos de evaluación de carácter general y específicos aplicados (art. 5 y 7 RSP).
- ➔ Certificados de calibración de equipos utilizados en mediciones, cuando éstas hayan sido realizadas con medios propios.
- ➔ Certificados de la calificación de los técnicos que han realizado la evaluación (art. 4 y capítulo VI RSP).
- ➔ Revisiones de actualización de la evaluación de riesgos (art. 16 LPRL y art. 6 RSP).

En el cuadro mostrado a continuación del cuestionario de autoevaluación se presenta una ficha de seguimiento y control de acciones correctoras. Ello es importante, a fin de velar para que las medidas a adoptar, surgidas de las diferentes actividades, como la investigación de accidentes, revisiones de seguridad, sugerencias de los trabajadores, etc., se apliquen en plazo y de la manera acordada.

No se ha incluido ejemplo de procedimiento de evaluación de riesgos, porque no se ha considerado necesario ante la diversidad de procedimientos existentes, algunos de ellos referenciados anteriormente.

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN: Evaluación de riesgos			
REQUISITOS	JUSTIFICACIONES		
1. La empresa tiene implantado un plan de prevención de riesgos laborales	SI	NO	Es obligatoria la implantación de un plan de prevención, que incluya todos los apartados establecidos en la LPRL.
2 La evaluación de riesgos se ha realizado en todos los puestos de trabajo y tareas de la empresa.	SI	NO	Es obligatorio hacer una evaluación de riesgos inicial para la seguridad y salud de los trabajadores, teniendo en cuenta su actividad (art. 16 LPRL y art. 4 RSP).
3 Se han realizado las evaluaciones de riesgos específicos que afectan a personal sensible (mujeres embarazadas, minusválidos y menores).	SI	NO	La evaluación de riesgos deberá determinar el grado y la duración de la exposición de trabajadoras embarazadas, de jóvenes menores de 18 años y de minusválidos, antes de su incorporación a la empresa (art. 25, 26 y 27 LPRL y art. 4 RSP).
4 Se ha aplicado una metodología idónea a los diferentes riesgos existentes, publicada por institución de reconocido prestigio.	SI	NO	Se deberán utilizar métodos o criterios recogidos en: Guías del INSHT, del Ministerio de Sanidad y Consumo, Normas UNE así como de instituciones competentes de las CCAA, normas internacionales, etc. (art. 5 RSP).
5 La Dirección ha consultado a los trabajadores o a sus representantes sobre la metodología para llevar a cabo la evaluación.	SI	NO	La elección del método debe ser consultada con los trabajadores (art. 3 del RSP) y su elección se hará en función de los parámetros que se vayan a analizar, tipos de riesgos y características de la empresa.

6 Se ha revisado la evaluación de riesgos inicial como consecuencia de cambios de cualquier tipo en los puestos de trabajo o por producirse daños para la salud de los trabajadores.	SI	NO	Es preciso que la evaluación se actualice cuando cambien las condiciones de trabajo. En todo caso se revisará, si fuera necesario, con ocasión de los daños para la salud que se hayan producido. También deberá revisarse cuando así lo establezca una disposición específica (art. 16 LPRL y art. 6 RSP).
7 Se ha designado la persona o equipo competente que va a llevar a cabo la evaluación de riesgos.	SI	NO	Es necesario establecer quién será el encargado y responsable de llevar a cabo la evaluación de riesgos y que disponga de la formación legalmente requerida (art. 4 RSP y cap.VI RSP).
8 Se ha contado con la participación de mandos y trabajadores directamente expuestos a los riesgos en la realización de la evaluación.	SI	NO	Es importante que se cuente también con la opinión de los trabajadores, cuya experiencia puede aportar información valiosa que enriquecerá la evaluación (art. 5 RSP).
9 Se dispone de todos los medios materiales necesarios para realizar una correcta evaluación (equipos de medición, ensayo, etc.).	SI	NO	Es necesario que se disponga de los equipos de ensayo y medición necesarios ante los riesgos que lo requieran (art. 9 RSP).
10 Se han contemplado en la evaluación los riesgos específicos de la actividad, así como los aspectos relativos a instalaciones y equipos, entorno de trabajo, comportamiento humano y elementos de gestión y control de los riesgos.	SI	NO	La evaluación debe contemplar los diferentes factores de riesgo que potencialmente por el tipo de actividad pueden generar daños (art. 16 LPRL y art. 4 RSP).
11 Existe un registro documental de la evaluación realizada.	SI	NO	El empresario deberá elaborar y conservar a disposición de la autoridad laboral la documentación relativa a la evaluación de riesgos para la seguridad y salud en el trabajo (art. 23 LPRL y art. 7 RSP).
12 La evaluación tiene en cuenta las posibles situaciones de emergencia y riesgo grave e inminente que sean razonablemente previsibles.	SI	NO	El empresario debe adoptar las medidas y dar las instrucciones necesarias para actuar en situaciones de emergencia, que evidentemente han de estar debidamente analizadas y previstas (art. 21 LPRL).
13 Todos los miembros de la empresa conocen los resultados de la evaluación.	SI	NO	Los trabajadores tienen derecho a conocer los resultados de la evaluación de su puesto de trabajo para de este modo saber a qué riesgos están expuestos y cómo prevenirlos (art.18 LPRL).
14 Se procura que los mandos intermedios y responsables de los procesos analicen los riesgos que puedan generarse en las tareas a realizar antes de su inicio.	SI	NO	Es muy conveniente que los mandos con sus trabajadores reflexionen conjuntamente y transmitan las precauciones que se deban tomar en las tareas a realizar, especialmente si estas conllevan riesgos.

RESULTADO DE LA VALORACIÓN

Muy deficiente

☐

Deficiente

☐

Mejorable

☐

Correcta

☐

FICHA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE ACCIONES CORRECTORAS									
Área/Puesto de Trabajo: _____					Unidad funcional: _____				
Responsable Unidad: _____					Periodo: _____				
ACCIÓN CORRECTORA	ORIGEN	RESPONSABLE DE IMPLANTACIÓN	Fecha de realización		CONTROL DE LA EFICACIA DE LAS MEDIDAS CORRECTORAS				
			Prevista	Real	¿Realizado?		Fecha	Responsable	Observaciones
					SI	NO			

Anexo II - CAPÍTULO III Derechos y obligaciones

Artículo 14: Derecho a la protección frente a los riesgos laborales

1. Los trabajadores tienen derecho a una protección eficaz en materia de seguridad y salud en el trabajo.

El citado derecho supone la existencia de un correlativo deber del empresario de protección de los trabajadores frente a los riesgos laborales.

Este deber de protección constituye, igualmente, un deber de las Administraciones públicas respecto del personal a su servicio.

Los derechos de información, consulta y participación, formación en materia preventiva, paralización de la actividad en caso de riesgo grave e inminente y vigilancia de su estado de salud, en los términos previsto en la presente Ley, forman parte del derecho de los trabajadores a una protección eficaz en materia de seguridad y salud en el trabajo.

2. En cumplimiento del deber de protección, el empresario deberá garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores a su servicio en todos los aspectos relacionados con el trabajo. A estos efectos, en el marco de sus responsabilidades, el empresario realizará la prevención de los riesgos laborales mediante la integración de la actividad preventiva en la empresa y la adopción de cuantas medidas sean necesarias para la protección de la seguridad y la salud de los trabajadores, con las especialidades que se recogen en los artículos siguientes en materia de plan de prevención de riesgos laborales, evaluación de riesgos, información, consulta y participación y formación de los trabajadores, actuación en casos de emergencia y de riesgo grave e inminente, vigilancia de la salud, y mediante la constitución de una organización y de los medios necesarios en los términos establecidos en el capítulo IV de esta Ley.

El empresario desarrollará una acción permanente de seguimiento de la actividad preventiva con el fin de perfeccionar de manera continua las actividades de identificación, evaluación y control de los riesgos que no se hayan podido evitar y los niveles de protección existentes y dispondrá lo necesario para la adaptación de las medidas de prevención señaladas en el párrafo anterior a las modificaciones que puedan experimentar las circunstancias que incidan en la realización del trabajo.

3. El empresario deberá cumplir las obligaciones establecidas en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
4. Las obligaciones de los trabajadores establecidas en esta Ley, la atribución de funciones en materia de protección y prevención a trabajadores o servicios de la empresa y el recurso al concierto con entidades especializadas para el desarrollo de actividades de prevención complementarán las acciones del empresario, sin que por ello le eximan del cumplimiento de su deber en esta materia, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercitar, en su caso, contra cualquier otra persona.
5. El coste de las medidas relativas a la seguridad y la salud en el trabajo no deberá recaer en modo alguno sobre los trabajadores.

Artículo 15: Principios de la acción preventiva

1. El empresario aplicará las medidas que integran el deber general de prevención previsto en el artículo anterior, con arreglo a los siguientes principios generales:
 - a. Evitar los riesgos
 - b. Evaluar los riesgos que no se puedan evitar
 - c. Combatir los riesgos en su origen
 - d. Adaptar el trabajo a la persona, en particular en lo que respecta a la concepción de los puestos de trabajo, así como a la elección de los equipos y los métodos de trabajo y de producción, con miras, en particular, a atenuar el trabajo monótono y repetitivo y a reducir los efectos del mismo en la salud

- e. Tener en cuenta la evolución de la técnica
 - f. Sustituir lo peligroso por lo que entrañe poco o ningún peligro
 - g. Planificar la prevención, buscando un conjunto coherente que integre en ella la técnica, la organización del trabajo, las condiciones de trabajo, las relaciones sociales y la influencia de los factores ambientales en el trabajo
 - h. Adoptar medidas que antepongan la protección colectiva a la individual
 - i. Dar las debidas instrucciones a los trabajadores
2. El empresario tomará en consideración las capacidades profesionales de los trabajadores en materia de seguridad y de salud en el momento de encomendarles las tareas.
 3. El empresario adoptará las medidas necesarias a fin de garantizar que sólo los trabajadores que hayan recibido información suficiente y adecuada puedan acceder a las zonas de riesgo grave y específico.
 4. La efectividad de las medidas preventivas deberá prever las distracciones o imprudencias no temerarias que pudiera cometer el trabajador. Para su adopción se tendrán en cuenta los riesgos adicionales que pudieran implicar determinadas medidas preventivas, las cuales sólo podrán adoptarse cuando la magnitud de dichos riesgos sea substancialmente inferior a la de los que se pretende controlar y no existan alternativas más seguras.
 5. Podrán concertar operaciones de seguro que tengan como fin garantizar como ámbito de cobertura la previsión de riesgos derivados del trabajo, la empresa respecto de sus trabajadores, los trabajadores autónomos respecto a ellos mismos y las sociedades cooperativas respecto a sus socios cuya actividad consista en la prestación de su trabajo personal.

Artículo 16: Plan de prevención de riesgos laborales, evaluación de los riesgos y planificación de la actividad preventiva

1. La prevención de riesgos laborales deberá integrarse en el sistema general de gestión de la empresa, tanto en el conjunto de sus actividades como en todos los niveles jerárquicos de ésta, a través de la implantación y aplicación de un plan de prevención de riesgos laborales a que se refiere el párrafo siguiente.
Este plan de prevención de riesgos laborales deberá incluir la estructura organizativa, las responsabilidades, las funciones, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para realizar la acción de prevención de riesgos en la empresa, en los términos que reglamentariamente se establezcan.
2. Los instrumentos esenciales para la gestión y aplicación del plan de prevención de riesgos, que podrán ser llevados a cabo por fases de forma programada, son la evaluación de riesgos laborales y la planificación de la actividad preventiva a que se refieren los párrafos siguientes:
 - a. El empresario deberá realizar una evaluación inicial de los riesgos para la seguridad y salud de los trabajadores, teniendo en cuenta, con carácter general, la naturaleza de la actividad, las características de los puestos de trabajo existentes y de los trabajadores que deban desempeñarlos. Igual evaluación deberá hacerse con ocasión de la elección de los equipos de trabajo, de las sustancias o preparados químicos y del acondicionamiento de los lugares de trabajo. La evaluación inicial tendrá en cuenta aquellas otras actuaciones que deban desarrollarse de conformidad con lo dispuesto en la normativa sobre protección de riesgos específicos y actividades de especial peligrosidad. La evaluación será actualizada cuando cambien las condiciones de trabajo y, en todo caso, se someterá a consideración y se revisará, si fuera necesario, con ocasión de los daños para la salud que se hayan producido.
Cuando el resultado de la evaluación lo hiciera necesario, el empresario realizará controles periódicos de las condiciones de trabajo y de la actividad de los trabajadores en la prestación de sus servicios, para detectar situaciones potencialmente peligrosas.
 - b. Si los resultados de la evaluación prevista en el párrafo a) pusieran de manifiesto situaciones de riesgo, el empresario realizará aquellas actividades preventivas necesarias para eliminar o reducir y controlar tales riesgos.

Dichas actividades serán objeto de planificación por el empresario, incluyendo para cada actividad preventiva el plazo para llevarla a cabo, la designación de responsables y los recursos humanos y materiales necesarios para su ejecución.

El empresario deberá asegurarse de la efectiva ejecución de las actividades preventivas incluidas en la planificación, efectuando para ello un seguimiento continuo de la misma.

Las actividades de prevención deberán ser modificadas cuando se aprecie por el empresario, como consecuencia de los controles periódicos previstos en el párrafo a) anterior, su inadecuación a los fines de protección requeridos.

- 3 Cuando se haya producido un daño para la salud de los trabajadores o cuando, con ocasión de la vigilancia de la salud prevista en el artículo 22, aparezcan indicios de que las medidas de prevención resultan insuficientes, el empresario llevará a cabo una investigación al respecto, a fin de detectar las causas de estos hechos.

Artículo 17: Equipos de trabajo y medios de protección

- 1 El empresario adoptará las medidas necesarias con el fin de que los equipos de trabajo sean adecuados para el trabajo que deba realizarse y convenientemente adaptados a tal efecto, de forma que garanticen la seguridad y la salud de los trabajadores al utilizarlos.

Cuando la utilización de un equipo de trabajo pueda presentar un riesgo específico para la seguridad y la salud de los trabajadores, el empresario adoptará las medidas necesarias con el fin de que:

- a. La utilización del equipo de trabajo quede reservada a los encargados de dicha utilización.
 - b. Los trabajos de reparación, transformación, mantenimiento o conservación sean realizados por los trabajadores específicamente capacitados para ello.
- 2 El empresario deberá proporcionar a sus trabajadores equipos de protección individual adecuados para el desempeño de sus funciones y velar por el uso efectivo de los mismos cuando, por la naturaleza de los trabajos realizados, sean necesarios.

Los equipos de protección individual deberán utilizarse cuando los riesgos no se puedan evitar o no puedan limitarse suficientemente por medios técnicos de protección colectiva o mediante medidas, métodos o procedimientos de organización del trabajo.

Artículo 18: Información, consulta y participación de los trabajadores

1. A fin de dar cumplimiento al deber de protección establecido en la presente Ley, el empresario adoptará las medidas adecuadas para que los trabajadores reciban todas las informaciones necesarias en relación con:

- a. Los riesgos para la seguridad y la salud de los trabajadores en el trabajo, tanto aquellos que afecten a la empresa en su conjunto como a cada tipo de puesto de trabajo o función.
- b. Las medidas y actividades de protección y prevención aplicables a los riesgos señalados en el apartado anterior.

c. Las medidas adoptadas de conformidad con lo dispuesto en el artículo 20 de la presente Ley. En las empresas que cuenten con representantes de los trabajadores, la información a que se refiere el presente apartado se facilitará por el empresario a los trabajadores a través de dichos representantes; no obstante, deberá informarse directamente a cada trabajador de los riesgos específicos que afecten a su puesto de trabajo o función y de las medidas de protección y prevención aplicables a dichos riesgos.

2. El empresario deberá consultar a los trabajadores, y permitir su participación, en el marco de todas las cuestiones que afecten a la seguridad y a la salud en el trabajo, de conformidad con lo dispuesto en el capítulo V de la presente Ley.

Los trabajadores tendrán derecho a efectuar propuestas al empresario, así como a los órganos de participación y presentación previstos en el capítulo V de esta Ley, dirigidas a la mejora de los niveles de protección de la seguridad y la salud en la empresa.

Artículo 19: Formación de los trabajadores

1. En cumplimiento del deber de protección, el empresario deberá garantizar que cada trabajador reciba una formación teórica y práctica, suficiente y adecuada, en materia preventiva, tanto en el momento de su contratación, cualquiera que sea la modalidad o duración de ésta, como cuando se produzcan cambios en las funciones que desempeñe o se introduzcan nuevas tecnologías o cambios en los equipos de trabajo.

La formación deberá estar centrada específicamente en el puesto de trabajo o función de cada trabajador, adaptarse a la evolución de los riesgos y a la aparición de otros nuevos y repetirse periódicamente, si fuera necesario.

2. La formación a que se refiere el apartado anterior deberá impartirse, siempre que sea posible, dentro de la jornada de trabajo o, en su defecto, en otras horas pero con el descuento en aquélla del tiempo invertido en la misma. La formación se podrá impartir por la empresa mediante medios propios o concertándola con servicios ajenos, y su coste no recaerá en ningún caso sobre los trabajadores.

Artículo 20: Medidas de emergencia

El empresario, teniendo en cuenta el tamaño y la actividad de la empresa, así como la posible presencia de personas ajenas a la misma, deberá analizar las posibles situaciones de emergencia y adoptar las medidas necesarias en materia de primeros auxilios, lucha contra incendios y evacuación de los trabajadores, designando para ello al personal encargado de poner en práctica estas medidas y comprobando periódicamente, en su caso, su correcto funcionamiento. El citado personal deberá poseer la formación necesaria, ser suficiente en número y disponer del material adecuado, en función de las circunstancias antes señaladas.

Para la aplicación de las medidas adoptadas, el empresario deberá organizar las relaciones que sean necesarias con servicios externos a la empresa, en particular en materia de primeros auxilios, asistencia médica de urgencia, salvamento y lucha contra incendios, de forma que quede garantizada la rapidez y eficacia de las mismas.

Artículo 21: Riesgo grave e inminente

1. Cuando los trabajadores estén o puedan estar expuestos a un riesgo grave e inminente con ocasión de su trabajo, el empresario estará obligado a:
 - a. Informar lo antes posible a todos los trabajadores afectados acerca de la existencia de dicho riesgo y de las medidas adoptadas o que, en su caso, deban adoptarse en materia de protección.
 - b. Adoptar las medidas y dar las instrucciones necesarias para que, en caso de peligro grave, inminente e inevitable, los trabajadores puedan interrumpir su actividad y, si fuera necesario, abandonar de inmediato el lugar de trabajo. En este supuesto no podrá exigirse a los trabajadores que reanuden su actividad mientras persista el peligro, salvo excepción debidamente justificada por razones de seguridad y determinada reglamentariamente.
 - c. Disponer lo necesario para que el trabajador que no pudiera ponerse en contacto con su superior jerárquico, ante una situación de peligro grave e inminente para su seguridad, la de otros trabajadores o la de terceros a la empresa, esté en condiciones, habida cuenta de sus conocimientos y de los medios técnicos puestos a su disposición, de adoptar las medidas necesarias para evitar las consecuencias de dicho peligro.
2. De acuerdo con lo previsto en el apartado 1 del artículo 14 de la presente Ley, el trabajador tendrá derecho a interrumpir su actividad y abandonar el lugar de trabajo, en caso necesario, cuando considere que dicha actividad entraña un riesgo grave e inminente para su vida o su salud.
3. Cuando en el caso a que se refiere el apartado 1 de este artículo el empresario no adopte o no permita la adopción de las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores, los representantes legales de éstos podrán acordar, por mayoría de sus miembros, la paralización de la actividad de los trabajadores afectados por dicho riesgo. Tal acuerdo será co-

municado de inmediato a la empresa y a la autoridad laboral, la cual, en el plazo de veinticuatro horas, anulará o ratificará la paralización acordada.

El acuerdo a que se refiere el párrafo anterior podrá ser adoptado por decisión mayoritaria de los Delegados de Prevención cuando no resulte posible reunir con la urgencia requerida al órgano de representación del personal.

4. Los trabajadores o sus representantes no podrán sufrir perjuicio alguno derivado de la adopción de las medidas a que se refieren los apartados anteriores, a menos que hubieran obrado de mala fe o cometido negligencia grave.

Artículo 22: Vigilancia de la salud

1. El empresario garantizará a los trabajadores a su servicio la vigilancia periódica de su estado de salud en función de los riesgos inherentes al trabajo.

Esta vigilancia sólo podrá llevarse a cabo cuando el trabajador preste su consentimiento. De este carácter voluntario sólo se exceptuarán, previo informe de los representantes de los trabajadores, los supuestos en los que la realización de los reconocimientos sea imprescindible para evaluar los efectos de las condiciones de trabajo sobre la salud de los trabajadores o para verificar si el estado de salud del trabajador puede constituir un peligro para el mismo, para los demás trabajadores o para otras personas relacionadas con la empresa o cuando así esté establecido en una disposición legal en relación con la protección de riesgos específicos y actividades de especial peligrosidad.

En todo caso se deberá optar por la realización de aquellos reconocimientos o pruebas que causen las menores molestias al trabajador y que sean proporcionales al riesgo.

2. Las medidas de vigilancia y control de la salud de los trabajadores se llevarán a cabo respetando siempre el derecho a la intimidad y a la dignidad de la persona del trabajador y la confidencialidad de toda la información relacionada con su estado de salud.
3. Los resultados de la vigilancia a que se refiere el apartado anterior serán comunicados a los trabajadores afectados.
4. Los datos relativos a la vigilancia de la salud de los trabajadores no podrán ser usados con fines discriminatorios ni en perjuicio del trabajador.

El acceso a la información médica de carácter personal se limitará al personal médico y a las autoridades sanitarias que lleven a cabo la vigilancia de la salud de los trabajadores, sin que pueda facilitarse al empresario o a otras personas sin consentimiento expreso del trabajador.

No obstante lo anterior, el empresario y las personas u órganos con responsabilidades en materia de prevención serán informados de las conclusiones que se deriven de los reconocimientos efectuados en relación con la aptitud del trabajador para el desempeño del puesto de trabajo o con la necesidad de introducir o mejorar las medidas de protección y prevención, a fin de que puedan desarrollar correctamente su funciones en materia preventiva.

5. En los supuestos en que la naturaleza de los riesgos inherentes al trabajo lo haga necesario, el derecho de los trabajadores a la vigilancia periódica de su estado de salud deberá ser prolongado más allá de la finalización de la relación laboral, en los términos que reglamentariamente se determinen.
6. Las medidas de vigilancia y control de la salud de los trabajadores se llevarán a cabo por personal sanitario con competencia técnica, formación y capacidad acreditada.

Artículo 23: Documentación

1. El empresario deberá elaborar y conservar a disposición de la autoridad laboral la siguiente documentación relativa a las obligaciones establecidas en los artículos anteriores:
 - a. Plan de prevención de riesgos laborales, conforme a lo previsto en el apartado 1 del artículo 16 de esta ley.
 - b. Evaluación de los riesgos para la seguridad y la salud en el trabajo, incluido el resultado de los controles periódicos de las condiciones de trabajo y de la actividad de los trabajadores, de acuerdo con lo dispuesto en el párrafo a) del apartado 2 del artículo 16 de esta ley.

- c. Planificación de la actividad preventiva, incluidas las medidas de protección y de prevención a adoptar y, en su caso, material de protección que deba utilizarse, de conformidad con el párrafo b) del apartado 2 del artículo 16 de esta ley.
 - d. Práctica de los controles del estado de salud de los trabajadores previstos en el artículo 22 de esta Ley y conclusiones obtenidas de los mismos en los términos recogidos en el último párrafo del apartado 4 del citado artículo.
 - e. Relación de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales que hayan causado al trabajador una incapacidad laboral superior a un día de trabajo. En estos casos el empresario realizará, además, la notificación a que se refiere el apartado 3 del presente artículo.
2. En el momento de cesación de su actividad, las empresas deberán remitir a la autoridad laboral la documentación señalada en el apartado anterior.
 3. El empresario estará obligado a notificar por escrito a la autoridad laboral los daños para la salud de los trabajadores a su servicio que se hubieran producido con motivo del desarrollo de su trabajo, conforme al procedimiento que se determine reglamentariamente.
 4. La documentación a que se hace referencia en el presente artículo deberá también ser puesta a disposición de las autoridades sanitarias al objeto de que éstas puedan cumplir con lo dispuesto en el artículo 10 de la presente Ley y en el artículo 21 de Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.

Artículo 24: Coordinación de actividades empresariales

1. Cuando en un mismo centro de trabajo desarrollen actividades trabajadores de dos o más empresas, éstas deberán cooperar en la aplicación de la normativa sobre prevención de riesgos laborales. A tal fin, establecerán los medios de coordinación que sean necesarios en cuanto a la protección y prevención de riesgos laborales y la información sobre los mismos a sus respectivos trabajadores, en los términos previstos en el apartado 1 del artículo 18 de esta Ley.
2. El empresario titular del centro de trabajo adoptará las medidas necesarias para que aquellos otros empresarios que desarrollen actividades en su centro de trabajo reciban la información y las instrucciones adecuadas, en relación con los riesgos existentes en el centro de trabajo y con las medidas de protección y prevención correspondientes, así como sobre las medidas de emergencia a aplicar, para su traslado a sus respectivos trabajadores.
3. Las empresas que contraten o subcontraten con otras la realización de obras o servicios correspondientes a la propia actividad de aquéllas y que se desarrollen en sus propios centros de trabajo deberán vigilar el cumplimiento por dichos contratistas y subcontratistas de la normativa de prevención de riesgos laborales.
4. Las obligaciones consignadas en el último párrafo del apartado 1 del artículo 41 de esta Ley serán también de aplicación, respecto de las operaciones contratadas, en los supuestos en que los trabajadores de la empresa contratista o subcontratista no presten servicios en los centros de trabajo de la empresa principal, siempre que tales trabajadores deban operar con maquinaria, equipos, productos, materias primas o útiles proporcionados por la empresa principal.
5. Los deberes de cooperación y de información e instrucción recogidos en los apartados 1 y 2 serán de aplicación respecto de los trabajadores autónomos que desarrollen actividades en dichos centros de trabajo.
A continuación texto añadido por la [Ley 54/2003](#):
6. Las obligaciones previstas en este artículo serán desarrolladas reglamentariamente.

Artículo 25: Protección de trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos

1. El empresario garantizará de manera específica la protección de los trabajadores que, por sus propias características personales o estado biológico conocido, incluidos aquellos que tengan reconocida la situación de discapacidad física, psíquica o sensorial, sean especialmente sensibles a los riesgos derivados del trabajo. A tal fin, deberá tener en cuenta dichos aspectos en las eva-

luaciones de los riesgos y, en función de éstas, adoptará las medidas preventivas y de protección necesarias.

Los trabajadores no serán empleados en aquellos puestos de trabajo en los que, a causa de sus características personales, estado biológico o por su discapacidad física, psíquica o sensorial debidamente reconocida, puedan ellos, los demás trabajadores u otras personas relacionadas con la empresa ponerse en situación de peligro o, en general, cuando se encuentren manifiestamente en estados o situaciones transitorias que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo.

2. Igualmente, el empresario deberá tener en cuenta en las evaluaciones los factores de riesgo que puedan incidir en la función de procreación de los trabajadores y trabajadoras, en particular por la exposición a agentes físicos, químicos y biológicos que puedan ejercer efectos mutagénicos o de toxicidad para la procreación, tanto en los aspectos de la fertilidad, como del desarrollo de la descendencia, con objeto de adoptar las medidas preventivas necesarias.

Artículo 26: Protección de la maternidad

1. La evaluación de los riesgos a que se refiere el artículo 16 de la presente Ley deberá comprender la determinación de la naturaleza, el grado y la duración de la exposición de las trabajadoras en situación de embarazo o parto reciente a agentes, procedimientos o condiciones de trabajo que puedan influir negativamente en la salud de las trabajadoras o del feto, en cualquier actividad susceptible de presentar un riesgo específico. Si los resultados de la evaluación revelasen un riesgo para la seguridad y la salud o una posible repercusión sobre el embarazo o la lactancia de las citadas trabajadoras, el empresario adoptará las medidas necesarias para evitar la exposición a dicho riesgo, a través de un adaptación de las condiciones o del tiempo de trabajo de la trabajadora afectada.

Dichas medidas incluirán, cuando resulte necesario, la no realización de trabajo nocturno o de trabajo a turnos.

Modificado por [Ley Orgánica 3/2007](#).

2. Cuando la adaptación de las condiciones o el tiempo de trabajo no resultase posible, o a pesar de tal adaptación, las condiciones de un puesto de trabajo pudieran influir negativamente en la salud de la trabajadora embarazada o del feto, y así lo certifiquen los Servicios Médicos del Instituto Nacional de la Seguridad Social o de las Mutuas, en función de la Entidad con la que la empresa tenga concertada la cobertura de los riesgos profesionales, con el informe del médico del Servicio Nacional de Salud que asista facultativamente a la trabajadora, ésta deberá desempeñar un puesto de trabajo o función diferente y compatible con su estado. El empresario deberá determinar, previa consulta con los representantes de los trabajadores, la relación de los puestos de trabajo exentos de riesgos a estos efectos.

El cambio de puesto o función se llevará a cabo de conformidad con las reglas y criterios que se apliquen en los supuestos de movilidad funcional y tendrá efectos hasta el momento en que el estado de salud de la trabajadora permita su reincorporación al anterior puesto.

En el supuesto de que, aun aplicando las reglas señaladas en el párrafo anterior, no existiese puesto de trabajo o función compatible, la trabajadora podrá ser destinada a un puesto no correspondiente a su grupo o categoría equivalente, si bien conservará el derecho al conjunto de retribuciones de su puesto de origen.

3. Si dicho cambio de puesto no resultara técnica u objetivamente posible, o no pueda razonablemente exigirse por motivos justificados, podrá declararse el paso de la trabajadora afectada a la situación de suspensión del contrato por riesgo durante el embarazo, contemplada en el artículo 45.1.d) del Estatuto de los Trabajadores, durante el período necesario para la protección de su seguridad o de su salud y mientras persista la imposibilidad de reincorporarse a su puesto anterior o a otro puesto compatible con su estado.

Modificado por [Ley Orgánica 3/2007](#).

4. Lo dispuesto en los números 1 y 2 de este artículo será también de aplicación durante el período de lactancia natural, si las condiciones de trabajo pudieran influir negativamente en la salud de

la mujer o del hijo y así lo certifiquen los Servicios Médicos del Instituto Nacional de la Seguridad Social o de las Mutuas, en función de la Entidad con la que la empresa tenga concertada la cobertura de los riesgos profesionales, con el informe del médico del Servicio Nacional de Salud que asista facultativamente a la trabajadora o a su hijo. Podrá, asimismo, declararse el pase de la trabajadora afectada a la situación de suspensión del contrato por riesgo durante la lactancia natural de hijos menores de nueve meses contemplada en el artículo 45.1.d) del Estatuto de los Trabajadores, si se dan las circunstancias previstas en el número 3 de este artículo.

5. Las trabajadoras embarazadas tendrán derecho a ausentarse del trabajo, con derecho a remuneración, para la realización de exámenes prenatales y técnicas de preparación al parto, previo aviso al empresario y justificación de la necesidad de su realización dentro de la jornada de trabajo.

Artículo 27: Protección de los menores

1. Antes de la incorporación al trabajo de jóvenes menores de dieciocho años, y previamente a cualquier modificación importante de sus condiciones de trabajo, el empresario deberá efectuar una evaluación de los puestos de trabajo a desempeñar por los mismos, a fin de determinar la naturaleza, el grado y la duración de su exposición, en cualquier actividad susceptible de presentar un riesgo específico al respecto, a agentes, procesos o condiciones de trabajo que puedan poner en peligro la seguridad o la salud de estos trabajadores.

A tal fin, la evaluación tendrá especialmente en cuenta los riesgos específicos para la seguridad, la salud y el desarrollo de los jóvenes derivados de su falta de experiencia, de su inmadurez para evaluar los riesgos existentes o potenciales y de su desarrollo todavía incompleto.

En todo caso, el empresario informará a dichos jóvenes y a sus padres o tutores que hayan intervenido en la contratación, conforme a lo dispuesto en la [letra b\) del artículo 7 del texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores](#), aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, de los posibles riesgos y de todas las medidas adoptadas para la protección de su seguridad y salud.

2. Teniendo en cuenta los factores anteriormente señalados, el Gobierno establecerá las limitaciones a la contratación de jóvenes menores de dieciocho años en trabajos que presenten riesgos específicos.

Artículo 28: Relaciones de trabajo temporales, de duración determinada y en empresas de trabajo temporal

1. Los trabajadores con relaciones de trabajo temporales o de duración determinada, así como los contratados por empresas de trabajo temporal, deberán disfrutar del mismo nivel de protección en materia de seguridad y salud que los restantes trabajadores de la empresa en la que prestan sus servicios.

La existencia de una relación de trabajo de las señaladas en el párrafo anterior no justificará en ningún caso una diferencia de trato por lo que respecta a las condiciones de trabajo, en lo relativo a cualquiera de los aspectos de la protección de la seguridad y la salud de los trabajadores.

La presente Ley y sus disposiciones de desarrollo se aplicarán plenamente a las relaciones de trabajo señaladas en los párrafos anteriores.

2. El empresario adoptará las medidas necesarias para garantizar que, con carácter previo al inicio de su actividad, los trabajadores a que se refiere el apartado anterior reciban información acerca de los riesgos a los que vayan a estar expuestos, en particular en lo relativo a la necesidad de cualificaciones o aptitudes profesionales determinadas, la exigencia de controles médicos especiales o la existencia de riesgos específicos del puesto de trabajo a cubrir, así como sobre las medidas de protección y prevención frente a los mismos.

Dichos trabajadores recibirán, en todo caso, una formación suficiente y adecuada a las características del puesto de trabajo a cubrir, teniendo en cuenta su cualificación y experiencia profesional y los riesgos a los que vayan a estar expuestos.

3. Los trabajadores a que se refiere el presente artículo tendrán derecho a una vigilancia periódica de su estado de salud, en los términos establecidos en el artículo 22 de esta Ley y en sus normas de desarrollo.
4. El empresario deberá informar a los trabajadores designados para ocuparse de las actividades de protección y prevención o, en su caso, al servicio de prevención previsto en el artículo 31 de esta Ley de la incorporación de los trabajadores a que se refiere el presente artículo, en la medida necesaria para que puedan desarrollar de forma adecuada sus funciones respecto de todos los trabajadores de la empresa.
5. En las relaciones de trabajo a través de empresas de trabajo temporal, la empresa usuaria será responsable de las condiciones de ejecución del trabajo en todo lo relacionado con la protección de la seguridad y la salud de los trabajadores. Corresponderá, además, a la empresa usuaria el cumplimiento de las obligaciones en materia de información previstas en los apartados 2 y 4 del presente artículo.

La empresa de trabajo temporal será responsable del cumplimiento de las obligaciones en materia de formación y vigilancia de la salud que se establecen en los apartados 2 y 3 de este artículo. A tal fin, y sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo anterior, la empresa usuaria deberá informar a la empresa de trabajo temporal, y ésta a los trabajadores afectados, antes de la adscripción de los mismos, acerca de las características propias de los puestos de trabajo a desempeñar y de las cualificaciones requeridas.

La empresa usuaria deberá informar a los representantes de los trabajadores en la misma de la adscripción de los trabajadores puestos a disposición por la empresa de trabajo temporal. Dichos trabajadores podrán dirigirse a estos representantes en el ejercicio de los derechos reconocidos en la presente Ley.

Artículo 29: Obligaciones de los trabajadores en materia de prevención de riesgos

1. Corresponde a cada trabajador velar, según sus posibilidades y mediante el cumplimiento de las medidas de prevención que en cada caso sean adoptadas, por su propia seguridad y salud en el trabajo y por la de aquellas otras personas a las que pueda afectar su actividad profesional, a causa de sus actos y omisiones en el trabajo, de conformidad con su formación y las instrucciones del empresario.
2. Los trabajadores, con arreglo a su formación y siguiendo las instrucciones del empresario, deberán en particular:
 - a. Usar adecuadamente, de acuerdo con su naturaleza y los riesgos previsibles, las máquinas, aparatos, herramientas, sustancias peligrosas, equipos de transporte y, en general, cualesquiera otros medios con los que desarrollen su actividad.
 - b. Utilizar correctamente los medios y equipos de protección facilitados por el empresario, de acuerdo con las instrucciones recibidas de éste.
 - c. No poner fuera de funcionamiento y utilizar correctamente los dispositivos de seguridad existentes o que se instalen en los medios relacionados con su actividad o en los lugares de trabajo en los que ésta tenga lugar.
 - d. Informar de inmediato a su superior jerárquico directo, y a los trabajadores designados para realizar actividades de protección y de prevención o, en su caso, al servicio de prevención, acerca de cualquier situación que, a su juicio, entrañe, por motivos razonables, un riesgo para la seguridad y la salud de los trabajadores.
 - e. Contribuir al cumplimiento de las obligaciones establecidas por la autoridad competente con el fin de proteger la seguridad y la salud de los trabajadores en el trabajo.
 - f. Cooperar con el empresario para que éste pueda garantizar unas condiciones de trabajo que sean seguras y no entrañen riesgos para la seguridad y la salud de los trabajadores.
3. El incumplimiento por los trabajadores de las obligaciones en materia de prevención de riesgos a que se refieren los apartados anteriores tendrá la consideración de incumplimiento laboral a los efectos previstos en el [artículo 58.1 del Estatuto de los Trabajadores](#) o de falta, en su caso,

conforme a lo establecido en la correspondiente normativa sobre régimen disciplinario de los funcionarios públicos o del personal estatutario al servicio de las Administraciones públicas. Lo dispuesto en este apartado será igualmente aplicable a los socios de las cooperativas cuya actividad consista en la prestación de su trabajo, con las precisiones que se establezcan en sus Reglamentos de Régimen Interno.

Anexo III - Funciones y Responsabilidades Preventivas en una Empresa

La prevención de riesgos laborales, según la legislación vigente, debe integrarse en el conjunto de actividades y decisiones de la empresa, sea cual sea la modalidad legal de organización preventiva elegida (propio empresario, trabajador designado o servicio de prevención propio, mancomunado o ajeno). Esto supone su inclusión en la organización existente, siendo el modelo más eficaz el que se integra en la propia organización productiva, logrando que directivos, técnicos, mandos y trabajadores asuman las responsabilidades que tienen en la materia. Sobre un modelo típico de empresa se definen a continuación, a título de ejemplo, las principales funciones que debería asumir cada nivel jerárquico. En esta primera parte presentamos las funciones de la dirección, de los responsables de las diferentes unidades funcionales y de los mandos intermedios de la empresa. En la segunda parte abordaremos las funciones de los trabajadores, los trabajadores designados, los delegados de prevención y el comité de seguridad y salud. La señal (*) indica las actuaciones recogidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales (PRL).

Dirección

- Garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores a su cargo (*).
- Desarrollar la política preventiva de la empresa y definir los compromisos y objetivos concretos anuales.
- Asignar los recursos necesarios, tanto humanos como materiales, para conseguir los objetivos establecidos. (*)
- Establecer la estructura organizativa necesaria y obligatoria para la realización de las actividades preventivas que le encomienda la Ley de PRL (*), integrándola en la organización existente.
- Especificar en el organigrama general de la empresa las funciones preventivas que debe desarrollar cada uno de sus miembros, definiéndolas por escrito, velando por su cumplimiento y asignando las responsabilidades propias de cada nivel jerárquico, de forma clara e inequívoca.
- Consultar a los trabajadores en la adopción de decisiones que puedan afectar a la seguridad, la salud y las condiciones de trabajo. (*)
- Promover y participar en reuniones periódicas para analizar y discutir temas de seguridad y salud y procurar tratar también estos temas en las reuniones normales de trabajo.
- Realizar auditorías internas y revisiones periódicas de la política preventiva.
- Participar en las actividades preventivas incluidas en los procedimientos establecidos.
- Visitar periódicamente los lugares de trabajo para estimular comportamientos eficientes, detectar deficiencias y demostrar interés por su solución.
- Reconocer a las personas los logros obtenidos en relación con los objetivos y con las actuaciones preventivas realizadas.

Responsables de las diferentes unidades funcionales

- Cumplir y hacer cumplir los objetivos preventivos generales establecidos, desarrollando los objetivos específicos de su unidad.
- Impulsar, coordinar y controlar las actuaciones preventivas y las medidas que deben adoptarse en los plazos establecidos.
- Apoyar a los mandos intermedios de su unidad funcional y asegurar su formación en prevención.
- Cooperar con las distintas unidades funcionales de la empresa, a fin de evitar duplicidad o contradicción de actuaciones.
- Promover y participar en la elaboración de procedimientos de trabajo en aquellas tareas críticas que se realicen normal u ocasionalmente en su área funcional.
- Integrar la Seguridad y la Salud Laboral con la Calidad y el Medio Ambiente en las reuniones de trabajo y en los procedimientos de actuación.
- Revisar periódicamente las condiciones de trabajo de su ámbito de actuación.

- Participar en la investigación de los accidentes y en sus soluciones preventivas.

Mandos intermedios

- Participar en la elaboración de los procedimientos e instrucciones de los trabajos que se realicen en su área de competencia y velar por el cumplimiento de los mismos a fin de que todo trabajo se realice con las debidas condiciones de seguridad y salud laboral.
- Informar a los trabajadores sobre los riesgos existentes en su lugar de trabajo y las medidas de prevención.
- Formar a los trabajadores para la realización segura de las tareas y detectar las deficiencias al respecto.
- Planificar y organizar los trabajos de su ámbito, integrando los aspectos preventivos.
- Analizar los trabajos que se realizan y prestar especial atención a los posibles nuevos riesgos que puedan surgir para su eliminación o minimización.
- Investigar los accidentes e incidentes ocurridos en su área de trabajo y aplicar las medidas preventivas necesarias para evitar su repetición.
- Aplicar en la medida de sus posibilidades las medidas preventivas y sugerencias de mejora que propongan sus trabajadores.
- Transmitir a sus colaboradores interés por sus condiciones de trabajo y reconocer sus actuaciones y sus logros. - Aplicar en el plazo previsto las medidas preventivas acordadas en su ámbito de actuación.

Más información en la NTP nº 565-2000 Sistema de gestión preventiva: organización y definición de funciones preventivas.

TEMA 5

ÍNDICE

Introducción	- 2 -
Selección de Inversiones	- 3 -
Gasto e Inversión	- 4 -
Fuentes de Financiación	- 5 -
Recursos Propios	- 5 -
Recursos Ajenos	- 6 -
Subvenciones y Bonificaciones	- 7 -
¿Qué costes tendrá mi empresa? Análisis de Costes	- 9 -
Costes Fijos, Costes variables y Coste Total	- 9 -
Costes Directos y Costes Indirectos	- 10 -
¿Y cuándo recupero la inversión? Umbral de Rentabilidad	- 12 -
EJEMPLO:	- 12 -
¿Podremos hacer Frente a los Pagos? La Previsión de Tesorería	- 14 -
¿Pérdidas o beneficios? La Cuenta de Resultados Previsional	- 15 -
¿Qué tenemos y qué debemos? El Balance de Situación	- 17 -
ACTIVO	- 17 -
PASIVO	- 17 -
El Fondo de Maniobra	- 17 -
Suspensión de pagos	- 18 -
Quiebra	- 18 -
Fondo de Maniobra	- 18 -
Los Ratios	- 20 -
Ratios de Rentabilidad	- 20 -
Ratios Financieros	- 21 -
Problemas Financieros más frecuentes	- 23 -
Lecturas recomendadas	- 24 -
Películas Recomendadas	- 24 -
Mapa Conceptual	- 1 -
Anexo I - plan de inversiones	- 26 -
Inversiones en Activos fijos	- 26 -
Inmovilizado material	- 26 -
Inmovilizado inmaterial	- 27 -
Gastos amortizables	- 27 -
Inmovilizado financiero	- 28 -
Inversión en capital circulante	- 28 -
Activo circulante	- 28 -
Pasivo circulante	- 28 -
Anexo II - ¿CÓMO SE HALLA LA FÓRMULA DEL PUNTO MUERTO?	- 29 -

EL PLAN DE INVERSIONES Y EL PLAN FINANCIERO

Caso práctico

Marta y Luis se han conocido en el Ciclo de Grado Medio de Cocina y Gastronomía, al terminar el mismo quieren crear su propia empresa y de esta manera ser más independientes en su trabajo. Llevan madurando la idea de abrir un restaurante de comida rápida desde hace un tiempo. Una tarde se reúnen para empezar a darle forma a su proyecto. Les surgen algunas dudas en torno al mismo.

¿Dónde abrirlo? ¿Qué menús ofrecer? ¿A qué clientes dirigirse? ¿Cómo darse a conocer?...

Todas estas cuestiones las tienen más o menos claras. Tras varios días de trabajo su proyecto va tomando forma, pero les surgen nuevas preguntas:

¿Cuánto dinero van a necesitar? ¿De dónde lo van a sacar? ¿Podrán pagar a tiempo a todo el mundo? ¿Van a ganar lo suficiente? ¿Merecerá económicamente la pena el esfuerzo?

Están hechos un lío, deciden repasar el tema del Módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora que estudiaron en el Ciclo y que trata sobre estas cuestiones, puede que así salgan de dudas. A medida que avanzan empiezan a ver las cosas algo más claras, y recuerdan conceptos como **Inversión**, **Coste**, **Financiación**, **Tesorería**, **Beneficio**, **Balance**, **Ratio**. Poco a poco el rompecabezas comienza a resolverse, cada término adquiere un significado propio, las ideas comienzan a tomar forma. Su proyecto contará con varias herramientas claves para determinar la viabilidad del mismo **El Plan de Inversiones y El Plan Financiero**, este último incluirá la **Cuenta de Pérdidas y Ganancias**, los **Balances** y el **Plan de Tesorería**.

Introducción

Para gestionar económicamente tu empresa necesitas elaborar distintos documentos que contendrán planes y actuaciones, que te facilitarán dicha tarea. De su correcto diseño, desarrollo y control dependerá, en buena medida, la viabilidad de tu proyecto. Necesitarás diseñarlos de forma realista, teniendo en cuenta todos los factores que puedan afectarlos (externos e internos), posteriormente debes establecer los mecanismos necesarios para que los planes puedan implementarse adecuadamente y por último te hará falta establecer los controles para corregir las posibles desviaciones y valorar su efectividad. Básicamente deberás elaborar:

a) El Plan de Inversiones. En él nos plantearemos:

- ✓ ¿Qué bienes serán necesarios para el funcionamiento de tu empresa (inmovilizado)? ¿Cuánto costarán? ¿Cuánto tiempo van a durar?
- ✓ ¿Qué gastos inicialmente deberemos realizar para comenzar la actividad económica (los llamados Gastos de Constitución y de Primer Establecimiento)?
- ✓ ¿Qué stock de materias primas y material fungible necesitaremos inicialmente?
- ✓ ¿Qué cantidad de dinero será necesaria para la puesta en marcha?

Por tanto, tendrás que calcular qué recursos económicos te harán falta para llevar a cabo dichas inversiones y gastos, y si vas a necesitar pedir un préstamo o buscar socios que aporten capital.

b) El Plan Financiero. Este se compondrá a su vez de:

- ✓ **La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.** Estimarás los ingresos y los gastos (costes) de tu empresa en su funcionamiento. Calcularás con antelación si vas a obtener un beneficio económico o no. Sabrás si estás obteniendo una rentabilidad adecuada a tu trabajo e inversiones.
- ✓ **Los Balances. (De Situación, Previsional)** Te permitirán conocer la situación patrimonial de tu empresa, es decir qué tiene y qué debe.
- ✓ **Plan de Tesorería.** Te permitirá hacer una estimación de los cobros y pagos que tendrás que ir haciendo, permitiéndote así anticiparte a una posible falta de liquidez.

En la página web de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaría General de Industria, puedes obtener información de las distintas fuentes de financiación para las PYMES.

<http://www.ipyme.org/es-ES/Financiacion/Paginas/FinanciacionPyme.aspx>

Además de las inversiones iniciales las empresas realizan otras inversiones a lo largo de su andadura. Inversiones en Inmovilizado Financiero e Inversiones en Capital Circulante.

Inversiones Posteriores IPYME

Selección de Inversiones

Caso práctico

El primer paso que tienen que dar **Marta y Luis** es decidir qué bienes y servicios deberán adquirir para poner en funcionamiento su restaurante. Por una parte deberán comprar una serie de bienes materiales necesarios para su actividad, por ejemplo, necesitarán planchas, hornos y utillaje de cocina para preparar sus elaboraciones, refrigeradores y congeladores para mantener los alimentos, además hay que adquirir vajillas, cuberterías, estanterías, aparadores, mesas y sillas para poder atender a los clientes. Se va a hacer imprescindible contar con un ordenador y un buen programa de gestión.

Se dan cuenta también, que necesitarán realizar una serie de desembolsos económicos para poner en marcha el negocio. Tendrán gastos de Notaría y Registro para constituir la empresa. En cuanto al local que han decidido alquilar, van a necesitar depositar una fianza y pagar el alquiler por adelantado, también han pensado acometer una pequeña reforma para adaptarlo a sus necesidades y redecorar el local.

Después de mucho trabajo y discusiones parece que la decisión está tomada y el capítulo de inversiones iniciales está resuelto, han elaborado una lista de sus necesidades y han conseguido valorarla económicamente. Pero **Marta** le comenta a **Luis** que no han tenido en cuenta la necesidad de disponer de un stock inicial de materias primas y productos terminados para poder abrir el negocio. Hay que comprar desde carne y harina a refrescos y café. Necesitan resolver esta última cuestión para conocer cuánto dinero van a necesitar para poder poner en marcha la empresa.

Marta y Luis también son conscientes de que van a necesitar tener dinero en metálico para poder hacer frente a los primeros gastos, hasta que comiencen a vender sus productos y lleguen los ingresos.

Necesitan hacer una estimación de cuánto dinero van a necesitar para poder empezar con su negocio.

Todas las empresas, en su tráfico habitual, compran bienes y adquieren servicios. Algunos de ellos se consumirán por la propia empresa o se incorporarán al proceso productivo y llegarán al consumidor final, es decir no permanecerán en la empresa, es lo que se conoce como **gasto**. Otros por el contrario sí se quedarán en la empresa de forma permanente, ya que son imprescindibles para desarrollar la actividad de la empresa, es lo que se conoce como **inversión**.

Por ejemplo, si dentro de la actividad que realiza tu empresa se considera que es necesaria la adquisición de un vehículo para el reparto de las mercancías a los clientes, dicha adquisición supondrá una inversión, ya que permanecerá en la empresa. Sin embargo el consumo de gasoil, las revisiones, el seguro o el cambio de neumáticos los vas a considerar gastos, ya que no permanecen en la empresa.

Señala si los siguientes conceptos, constituyen un gasto o una inversión. Introduce G si es gasto o I si es inversión.

Alquiler del local.

Salarios del personal empleado.

Compra de maquinaria.

Electricidad.

Compra de un ordenador.

Compra de materias primas.

G

G

I

G

I

G

"Invertir en conocimientos produce siempre los mejores intereses."

(Benjamin Franklin)

Gasto e Inversión

Para iniciar tu proyecto empresarial necesitas hacer una estimación inicial de los desembolsos económicos que deberán realizarse. Distinguirás entre:

- ✓ **Inversión:** es un desembolso de capital para adquirir un bien que será usado por la empresa y que no será vendido, y permanecerá en la misma. Por ejemplo: terrenos, muebles, edificios, vehículos de transporte,...
- ✓ **Gasto:** todo desembolso económico que no se considere inversión. Por ejemplo: recibos de teléfono, de luz, de agua,...

Dentro de lo que suponen dichos desembolsos debes distinguir entre:

- a) **Inmovilizado Material.** Bienes tangibles duraderos que compra tu empresa y permanecen en la misma durante varios años, siendo necesarios para su funcionamiento. Los considerarás una inversión, unos ejemplos:
 - ✓ Terrenos y locales (compra).
 - ✓ Instalaciones y maquinaria.
 - ✓ Herramientas y utillaje.
 - ✓ Mobiliario y enseres.
 - ✓ Ordenadores (Hardware).
 - ✓ Vehículos.
- b) **Inmovilizado Inmaterial.** Igual que el caso anterior, pero aquí los bienes son intangibles, entre ellos;
 - ✓ Patentes y marcas.
 - ✓ Canon de franquicias.
 - ✓ Fianzas y depósitos.
 - ✓ Programas Informáticos (Software).
- c) **Gastos de Constitución y Primer Establecimiento.** Algunos los tratarás como una inversión y otros como un gasto. Por ejemplo:
 - ✓ Gastos de Abogados, Notarios y Registros.
 - ✓ Impuestos y Licencias.
 - ✓ Estudios de Mercado.
 - ✓ Promoción y Publicidad de la nueva actividad.
- d) **Gastos de Circulante.** Si bien este grupo de gastos tiene la consideración contable de gasto corriente del primer ejercicio, para muchas empresas va a ser necesario obtener financiación inicial para cubrirlos, ya que al no haber comenzado aún la actividad, no se han producido ingresos. Entre ellos puedes considerar:
 - ✓ Alquiler de local.
 - ✓ Compra de materias primas y productos terminados
 - ✓ Papelería y material de oficina.
 - ✓ Cualquier otro gasto necesario.
 - ✓ Provisión de fondos de tesorería, dinero en efectivo que se ha de tener en la caja o en el banco para poder hacer frente a los gastos diarios que se van a ir produciendo, desde el pago al contado a proveedores, a cualquier otro gasto que pueda surgir y que requiera un desembolso inmediato de dinero.

Existe un nuevo Plan General de Contabilidad que ha variado sustancialmente el tratamiento contable de los Gastos de Constitución y los Gastos de Primer Establecimiento. Los primeros tienen el tratamiento de inversión y se imputan como parte del Patrimonio Neto de la empresa y los otros se consideran gastos y van a la Cuenta de Pérdidas y Ganancias del primer año.

Puedes ampliar esta información en [esta página](#).

Fuentes de Financiación

Caso práctico

Tras hacer muchos números, **Marta y Luis** se dan cuenta de que van a necesitar más dinero que el que tenían previsto para poner en marcha su restaurante. Han vuelto a hablar con el banco, pero el préstamo inicial que les van a conceder no es suficiente para cubrir todas sus necesidades económicas, y no se puede ampliar.

Tras mucho meditarlo han decidido comentar su idea con **Verónica y Matías**, otros dos compañeros que estudiaron con ellos el Ciclo. De esta forma podrían conseguir más financiación para el proyecto y también aumentaría el número de socios, quizá hasta podrían crear una Cooperativa en lugar de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, tal y como tenían previsto en un principio.

Se reúnen todos y tras exponerles su proyecto, Verónica y Matías parecen encantados con la idea: ¡Una empresa propia en la que trabajar juntos, aportando ideas y esfuerzo! ¡Ser sus propios jefes!

Parece que el problema de financiación puede resolverse y entre las aportaciones económicas de todos ellos y el préstamo del banco van a poder comenzar su aventura.

"Lo demás es lo de menos."

(Jean Alba)

Los recursos económicos necesarios para comenzar con tu actividad económica se pueden obtener de diferentes Fuentes de Financiación. Dependiendo del origen de las mismas, puedes distinguir entre:

- ✓ **Recursos Propios** que son aquellos que tú aportas como empresario o empresaria o de los socios y socias de tu empresa.
- ✓ **Recursos Ajenos**, este tipo de recurso es ofertado por un tercero ajeno a tu empresa, normalmente a cambio de un beneficio (interés), suelen ser Entidades Financieras como los Bancos o Cajas de Ahorro.
- ✓ **Subvenciones y Bonificaciones**. Las Administraciones Públicas y en algunos casos alguna institución privada, tienen una serie de programas que facilitan recursos económicos para tu empresa.

La diferencia entre una Subvención y una Bonificación, es que la Subvención es una entrega de dinero cumpliendo unos ciertos requisitos, y la Bonificación es un descuento en el pago de una obligación (Fiscal, de Seguridad Social).

Recursos Propios

Como empresario o empresaria deberás desembolsar parte de las cantidades económicas necesarias para poner en funcionamiento tu empresa. Si actúas como un empresario o empresaria individual estas aportaciones las realizarás en solitario, pero en el caso de que crees cualquier tipo de sociedad, seréis cada uno de los socios y socias quienes dependiendo de vuestro grado de participación las realizaréis.

La búsqueda de socios puedes hacerla entre conocidos y amigos, aunque existen otras posibilidades:

- ✓ **Business Angels** que son inversores particulares que están o han estado vinculados con el mundo de la empresa, y tiene deseos de invertir en pymes con buena proyección de futuro, y que en algunas ocasiones también pueden aportar sus conocimientos y experiencia.
- ✓ **Venture Capital (Sociedades de Capital Riesgo)**, suelen ser entidades financieras que aportan temporalmente capital a otras empresas, y que una vez que se consolida la situación económica de las mismas, retiran la inversión. En algunos casos se trata de empresas que sólo buscan un beneficio, y en otros se trata de entidades creadas por Instituciones Públicas, por ejemplo las Comunidades Autónomas, que buscan fomentar la actividad económica de una región, comarca o sector.

Encontrarás información útil de este tipo de socios en:

<http://www.esban.com/>
<http://www.invercaria.es/lsp/home.htm>

La búsqueda de socios se conoce como las tres "EFES"

- ✓ Entre familiares (Family).
- ✓ Entre amigos (Friends).
- ✓ Entre tontos (Fools).

Fuentes de financiación: family, friends & fools

Existen productos financieros como las cuentas ahorro empresa, que permiten al futuro empresario o empresaria ahorrar años antes de iniciar su actividad, obteniendo interesantes ventajas fiscales:

Parasaber.com

Busca la afirmación incorrecta:

- ☐ Los Business Angels son inversores particulares.
- ☐ Las Sociedades de Capital Riesgo pueden inversores institucionales.
- ☐ Los Business Angels se convierten en socios de la empresa.
- ☒ **Las Sociedades de Capital Riesgo son socios permanentes.**

Este tipo de sociedades sólo actúan como socios temporales, una vez se consolida la situación económica se retiran y recogen beneficios

Recursos Ajenos

Puede que como empresario o empresaria no dispongas de los recursos económicos necesarios para comenzar tu actividad económica, también es frecuente que en el transcurso de la vida de tu empresa sea necesario que recurras a financiación externa para afrontar nuevas inversiones o gastos. La salud financiera de tu empresa requiere un adecuado equilibrio entre los recursos propios y los ajenos, siendo necesario que lleves un control del mismo.

Dentro de las posibilidades que ofrece el mercado financiero hoy en día, puedes elegir entre:

a) Financiación basada en dinero prestado.

- ✓ **Préstamos.** Son cantidades de dinero que una entidad financiera facilita a la empresa, con la condición de ser devuelta en un periodo de tiempo pactado, a cambio de un tipo de interés. Este tipo de interés puede ser fijo, es decir no varía, independientemente de lo que pase con la situación económica general (tipo de interés, inflación), o variable, se suele fijar un porcentaje sobre un referencial (euribor + 1). Suele tener que pagarse una cantidad en concepto de comisión de apertura, y en caso de devolver el dinero anticipadamente suele haber otra comisión de cancelación. En ocasiones se solicitan avales o garantías para asegurar el pago de la deuda.

b) Financiación basada en alquileres.

- ✓ **Leasing.** La empresa en lugar de comprar un bien lo alquila pagando todos los meses la cantidad pactada. Transcurrido el tiempo acordado si a la empresa le interesa adquirir el bien pagará el valor residual del mismo y se convertirá en su propietaria.
- ✓ **Renting.** Es otra modalidad de alquiler de bienes, pero además de utilizarlo, la empresa recibe el servicio de mantenimiento del mismo. Por ejemplo en el caso que la empresa hiciese un renting con un coche, dispondría del uso del mismo por un alquiler mensual, que incluiría las revisiones, las averías, los seguros, los cambios de ruedas etc.

c) Financiación basada en los proveedores.

- ✓ **Proveedores.** A veces al invertir en bienes de equipo, son los propios proveedores los que se encargan de facilitar la financiación a la empresa, mediante la venta a plazos u otras condi-

ciones que faciliten el pago. También es frecuente en el día a día aplazar los pagos a los proveedores y suministradores de los bienes consumibles.

- ✓ **Créditos.** Son cantidades de dinero que se ponen a disposición de la empresa en una cuenta corriente (por ejemplo de un banco), para que ésta las retire cuando las necesite. Suelen existir distintos tipos de interés dependiendo de si la empresa ha hecho uso del crédito (ha retirado dinero) o no. Se pueden devolver las cantidades dispuestas en cualquier momento, sin que existan comisiones o gastos de cancelación. Nunca debe utilizarse para realizar inversiones.
- ✓ **Descubierto Bancario.** Es lo que comúnmente se conoce como números rojos, consiste en disponer de más dinero de lo que se tiene en el Banco. Es la forma más cara de financiación, ya que se pagan unos intereses muy altos. Se debe evitar a toda costa.

Debes conocer la diferencia entre un préstamo personal y un préstamo hipotecario.

El personal normalmente se solicita para disponer de dinero a corto plazo y se establecen garantías personales del solicitante, mientras que el hipotecario se solicita normalmente para la compra de una vivienda o local, es a más largo plazo y la garantía es el propio bien inmueble adquirido.

Las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR) son Entidades Financieras sin ánimo de lucro, que avalan a las PYMES que necesitan garantizar un préstamo o crédito ante un Banco o Caja de Ahorros y que de otra forma sería difícil para ellas acceder a esta financiación.

Su ámbito de actuación puede ser territorial (por Autonomías) o sectorial.

En caso de que la empresa avalada incumpla con su obligación de devolver el dinero, será la SGR la que se haga cargo del pago.

Puedes obtener más información en la siguiente página web:

CESGAR (Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca) <http://www.cesgar.es/index2.htm>

En la página web del Instituto de Crédito Oficial, podrás encontrar distintas líneas de financiación para empresas:

ICO: <http://www.ico.es/web/contenidos/home/home.html>

Subvenciones y Bonificaciones

¿Qué tipos de ayudas, de entre las que puede recibir tu empresa, conviene que distingas? Veámoslo a continuación.

- ✓ **Subvenciones.** Las distintas Administraciones Públicas (Europeas, Estatales, Autonómicas y Locales) y en menor medida algunas instituciones privadas, disponen de fondos destinados a fomentar y desarrollar determinadas actividades. Éstos se canalizan hacia las empresas en forma de subvenciones. Una subvención es una cantidad de dinero que se concede a una empresa a fondo perdido, es decir, sin que se tenga que devolver, pero que debe destinarse a una actividad concreta y que hay que justificar.

Hay subvenciones que pretenden impulsar el desarrollo local, las hay que quieren aumentar la presencia de jóvenes y mujeres en el mundo laboral, otras pretenden modernizar un determinado sector productivo, en algunos casos lo que se quiere es fomentar la Investigación y Desarrollo.

- ✓ **Bonificaciones.** A diferencia de las subvenciones, este tipo de apoyo económico, requiere la existencia de una obligación económica de la empresa hacia la Administración que la otorga. Hay bonificaciones que suponen descuentos en las cuotas que el empresario o empresaria debe hacer a la Seguridad Social, otras veces los descuentos se aplican al pago de los impuestos que las empresas deben hacer a una determinada Administración. Pero al igual que las Subvenciones,

su existencia responde a la voluntad de una Administración para fomentar una determinada actividad o favorecer a un determinado colectivo.

A veces es laborioso conocer todas las posibilidades que existen en cuanto a subvenciones y bonificaciones, las oficiales se publican en los diferentes Diarios Oficiales de cada Administración (DOUE, BOE, BOJA, Boletines Oficiales Provinciales *(Boletines Oficiales donde se publican leyes y normas. Acrónimos de Diario Oficial de la Unión Europea, Boletín Oficial del Estado, Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.)*) y para solicitarlas deberás presentar la documentación que justifique que cumples con las condiciones para acceder a las mismas.

Hoy en día una potente herramienta para que localices subvenciones es Internet, pero debido a la complejidad del tema han surgido empresas especializadas en buscar subvenciones.

Encontrarás información sobre empresas "busca Subvenciones":

Cinco Días
Subvenciona

Una subvención es....

- ☐ Un préstamo a una empresa.
- ☐ Una línea de crédito.
- ☐ Una cantidad a fondo perdido que se concede a una empresa.
- ☒ **Un descuento en las cuotas a la Seguridad Social.**

Las subvenciones son cantidades a fondo perdido, que conceden las Administraciones Públicas y algunas instituciones privadas a las empresas.

¿Qué costes tendrá mi empresa? Análisis de Costes

Caso práctico

Marta, Luis, Verónica y Matías han solventado las primeras dificultades económicas que se les presentaban, al menos sobre el papel. Parece que van a tener suficiente dinero para abrir el restaurante de sus sueños. Pero **Matías** no deja de insistir con sus dudas, le da vueltas a los números y por todas partes ve problemas, le da miedo que el negocio tenga más gastos de los que están calculando o que éstos se descontrolen y al final no haya beneficio. Entre los cuatro deciden hacer un estudio más a fondo sobre este tema.

Verónica propone que primero analicen el total de los gastos que tendrán inevitablemente todos los meses, hagan lo que hagan, cosas como el alquiler, el teléfono, el agua, los gastos de personal y Seguridad Social. Después propone que habrá que calcular los gastos que variarán dependiendo de la cantidad de comidas que vendan, cosas como el pan, la carne, los refrescos, el café. Entre todos comienzan a elaborar este estudio que **Luis** llama de Análisis de Costes.

Tu empresa en su actividad puede realizar una serie de gastos de distinta naturaleza. Sin pretender ser completa la siguiente clasificación, puedes hacerte una idea de los distintos gastos de tu empresa en el futuro.

- ✓ **Gastos Generales:** Alquileres, seguros, limpieza, electricidad, agua.
- ✓ **Costes administrativos:** Ordenadores, programas informáticos, material de oficina.
- ✓ **Gastos de Personal:** Salarios y Seguridad Social de los trabajadores y trabajadoras.
- ✓ **Gastos de Fabricación:** Compra de materias primas y mercaderías, mantenimiento de la maquinaria, energía.
- ✓ **Gastos de Comercialización y Distribución:** Gastos de publicidad, promociones, transporte, almacén.
- ✓ **Gastos Financieros:** Intereses de los préstamos, comisiones bancarias.
- ✓ **Amortizaciones** (Proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Por ejemplo, el valor de una máquina se distribuye entre el número de años que va a durar, y ese valor anual se considera un gasto): Parte proporcional de una inversión que se incluye en un ejercicio económico.

Para que tengas el control económico y financiero de la situación de tu empresa y poder gestionarla, es necesario que sepas en qué se aplican los gastos, convirtiéndose así en lo que denominamos coste.

Podemos definir coste como el valor de los bienes y servicios empleados por la empresa para desarrollar su actividad productiva, es por tanto el valor monetario de los factores de producción. Hablaremos de coste cuando se ha consumido un bien o servicio por parte de la empresa en el desarrollo de su actividad, mientras no se produzca dicho consumo hablaremos de gasto.

Compra sólo lo necesario, no lo conveniente. Lo innecesario, aunque cueste sólo un céntimo, es caro."
(Séneca)

Busca la afirmación correcta:

- ☐ Los costes son inversiones.
- ☒ **Los gastos se transforman en costes al consumirse.**
- ☐ Los costes son gastos menores.
- ☐ Un gasto y un coste es lo mismo.

Mientras no se produzca el consumo de un factor de producción, se va a considerar gasto, cuando se consuma en el proceso se va a considerar coste.

Costes Fijos, Costes variables y Coste Total

¿Son todos los costes iguales? ¿Cómo puedes clasificar los costes de tu empresa?

Una de las clasificaciones tradicionales que puedes emplear para analizar los costes de tu empresa es la siguiente:

- ✓ **Costes Fijos (CF).** También llamados costes estructurales, ya que son los gastos que la empresa necesita para seguir funcionando, independientemente de que tengan más o menos producción. Son gastos, por tanto, que no varían. Un ejemplo sería el gasto del alquiler del local de un restaurante, el gasto es fijo mes a mes, no varía con un aumento o una disminución de las ventas.
- ✓ **Costes Variables (CV).** Estos costes sí van a ir relacionados con la producción, al aumentar ésta aumentan y al disminuir disminuyen. Un ejemplo es la tela que utiliza una empresa en la fabricación de pantalones vaqueros, al aumentar el número de pantalones que producen hay que comprar más tela, al disminuir la producción de pantalones hay que comprar menos tela.
- ✓ **Coste Total (CT).** Es el coste resultante de sumar los Costes Fijos más los Costes Variables.

$$CT = CF + CV$$

Si sabemos que una empresa produce 100 unidades de un producto y que tiene los siguientes gastos:

- ✓ € de alquiler del local.
- ✓ 50 € de gastos de teléfono.
- ✓ 100 € de gastos de electricidad.
- ✓ 3.000 € de gastos de personal.
- ✓ 50 € de gastos en materias primas, por cada unidad que produce.

Solución

- ✓ Los Costes Fijos son:

$$1.000 + 50 + 100 + 3000 = 4.150 \text{ €}$$

- ✓ Los Costes Variables totales son:

$$50 \times 100 = 5.000 \text{ €}$$

- ✓ El Coste Total es:

$$4.150 + 5.000 = 9.150 \text{ €}$$



Busca la afirmación correcta:

- ☐ El Coste Total es la suma de los Costes Fijos.
- ☐ El Coste Total es la suma de los Costes Variables.
- ☐ El Coste Total es la resta de los Costes Fijos menos los variables.
- ☒ El Coste Total es la suma de los Costes Fijos más los Costes Variables.

el Coste Total de una empresa son la totalidad de sus costes, los Fijos más los Variables

Costes Directos y Costes Indirectos

También puedes clasificar los costes, atendiendo a los siguientes criterios

- ✓ **Costes directos.** Son aquellos gastos que se pueden imputar a un producto o a un servicio de la empresa. Por ejemplo en el restaurante, se preparan 100 hamburguesas diarias y se puede determinar la cantidad y el precio exacto del pan, la carne, la lechuga y las salsas que utilizan, con lo que se puede calcular el precio exacto para cada hamburguesa.
- ✓ **Costes Indirectos.** Son los costes que se pueden imputar a más de un producto o servicio, por lo que no se puede saber que cantidad del gasto se consume en cada uno de ellos, se utilizan diferentes criterios para intentar determinar qué parte de ese gasto se imputa al producto o servicio. Así es muy difícil saber, en el ejemplo anterior, qué parte del precio que se paga por el alquiler del local corresponde a las hamburguesas y qué parte a las pizzas.

Señala el tipo de coste en que incurre un restaurante en los siguientes conceptos. (F o V en la primera columna, según sea Fijo o Variable. D o I en la segunda columna, según sea Directo o Indirecto)

Concepto	Tipo de Coste	
	¿(F)ijo o (V)ariable?	¿(D)irecto o (I)ndirecto?
El sueldo del cocinero	F	I
El gas que se usa en las cocinas	V	I
El Seguro de responsabilidad civil del restaurante.	F	I
El alquiler del local del restaurante.	F	I
La harina especial para hacer los pasteles.	V	D

Además de las clasificaciones de costes que hemos estudiado, existen otras muchas, que atienden a diferentes criterios:

Otras clasificaciones de costes

¿Y cuándo recupero la inversión? Umbral de Rentabilidad

Caso práctico

Luis y Matías están un poco preocupados, han estado hablando entre ellos y se les plantea una duda:

¿Cuánto tendrán que vender para obtener beneficio? ¿Cuántas comidas hay que servir para empezar a ganar dinero?

Están hechos un lío, han intentado hacer varios cálculos pero no saben cómo resolver el problema que se han planteado. En una de las reuniones preparatorias que están teniendo, les comentan la cuestión a **Marta y Verónica**. Al principio se quedan un poco perplejas, no se habían planteado el tema. Tras discutir un rato, **Verónica** recuerda que esta pregunta tiene una respuesta con el concepto de Punto Muerto que estudiaron en el Módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora.

Deciden ponerse a trabajar para despejar las dudas que tienen. Al principio les cuesta un poco encontrar los datos que necesitan, deciden repartirse las tareas para ser más eficaces. Cada uno de ellos trabaja arduo en su cometido. Tras recoger los datos necesarios, comienzan a hacer los cálculos. Por fin llegan a una respuesta que les saca de dudas, ya saben cuánto tendrán que vender para empezar a ganar dinero.

Tu empresa necesita conocer cuándo comenzará a ganar dinero con su actividad, es decir a partir de qué punto sus Ventas y sus Costes Totales van a ser iguales, en ese momento su **beneficio es cero**, y con la siguiente unidad vendida empezarás a obtener Rentabilidad. De esta forma podrás determinar la cantidad mínima de unidades que tiene que vender la empresa para que ésta ni pierda ni gane. Es lo que se conoce como **Punto Muerto** o **Umbral de Rentabilidad**.

Punto Muerto → Beneficio = 0 → Costes = Ventas

Para poder calcular el número de unidades que hay que vender para llegar a este Umbral de Rentabilidad, necesitas conocer todos los Costes en los que incurre tu empresa (tanto los Fijos como los Variables) y el Precio de Venta de cada unidad vendida. Si tu empresa trabaja con más de un producto será necesario que calcules el Precio Medio y los Costes Variables Medios por Unidad, sin que necesites hacer ningún cálculo de los Costes Fijos, ya que éstos no variarán.

Para hallar el número de unidades que tienes que vender para que el beneficio sea cero, aplica esta sencilla fórmula:

$$\text{Número de Unidades (N}_0\text{)} = \frac{\text{Costes Fijos (CF)}}{\text{Precio Unitario (PU)} - \text{Costes Variables Unitarios (CVU)}}$$



En el siguiente anexo encontrarás un documento con la explicación de cómo se obtiene la fórmula de cálculo del punto muerto

Anexo II - ¿CÓMO SE HALLA LA FÓRMULA DEL PUNTO MUERTO?

EJEMPLO:

Un restaurante calcula que sus Costes Fijos anuales son de 150.000 €. Además ha calculado que de media el Coste Variable de cada comida es de 10 €, y que están cobrando un Precio por una de esas

comidas de 19 € de media. La Dirección quiere saber cuántas comidas tienen que servirse en un año para que el restaurante empiece a ganar dinero. Aplicando la fórmula que conocemos:

$$N = \frac{CF}{PU - CVU}$$

Tendremos:

$$N = \frac{150.000}{19 - 10} = 16.666'66 \text{ unidades}$$

Por lo tanto deberán vender 16.666'66 comidas para que el Beneficio sea cero y alcanzar así el Umbral de Rentabilidad o Punto Muerto. A partir de la siguiente unidad vendida, la empresa ya tendrá beneficios.

¿Podremos hacer Frente a los Pagos? La Previsión de Tesorería.

Caso práctico

Verónica ha estado hablando con un amigo suyo que tiene una pequeña tienda de ropa. Éste le ha comentado que una de las mayores dificultades a las que se enfrenta, es coordinar bien los pagos y los cobros, teniendo que hacer una buena Previsión de Tesorería para no encontrarse sin dinero con el que pagar los proveedores cuando vencen los plazos.

En la próxima reunión **Verónica** cree que deben tratar este asunto, pero esta vez, se va a preparar bien. Después de repasar este tema, hace una buena estimación de los cobros y pagos del primer año de negocio, y los calcula mes a mes. De esta forma puede conocer si hay algún desfase de liquidez en algún momento. Va a poder hacer una buena presentación a sus socios de su Plan de Tesorería, les tiene que convencer de la necesidad que tienen de hacer este tipo de previsiones.

Tu empresa, para mantener su actividad, realizará una serie de compras que le supondrá realizar los correspondientes pagos. También se producirán cobros a su favor por las ventas de sus productos y otros tipos de ingresos financieros. Hay pues entradas y salidas de dinero. Es importante que dichas entradas y salidas estén coordinadas, de manera que la liquidez de tu empresa sea la adecuada, que no te falte dinero para pagar a los proveedores ni que haya un exceso de dinero en la Caja o en el Banco.

Mes a mes tendrás que reflejar en una tabla todas las entradas y salidas de dinero previstas (cobros y pagos), para así calcular la liquidez de tu empresa. Es lo que se conoce como Previsión de Tesorería, Presupuesto de Caja o Proyecciones de cash flow (flujo de caja. Es el movimiento de la Tesorería (pagos y cobros de una empresa)).

Tendrás que realizar una previsión de la liquidez de tu empresa, el resultado de la misma puede darte varias situaciones:

- ✓ **Déficit de Tesorería.** Vas a necesitar más dinero del disponible para hacer frente a los pagos. Con esta previsión puedes negociar un préstamo o un crédito anticipadamente, y obtener unas condiciones más ventajosas. En otro caso entrarás en impagados o descubiertos bancarios, y en el peor de los casos en Suspensión de Pagos.
- ✓ **Superávit de Tesorería.** Por el contrario, vas a tener un exceso de liquidez, tu empresa tiene mucho dinero en el Banco o en la Caja. Deberás realizar algún tipo de inversión financiera para conseguir rentabilizar ese remanente.
- ✓ **Equilibrio de Tesorería.** Sería la situación ideal, los cobros y los pagos están ajustados, pero dispondrás de un pequeño superávit sin que haya un exceso de liquidez, para hacer frente a los pagos imprevistos.

Puedes encontrar más información y modelos sobre la Previsión de Tesorería en:
Cámara de Comercio de Madrid

"No es menos virtud el conservar lo adquirido que el ganarlo. En lo último el azar tiene gran parte, en aquello todo es obra de la habilidad."

(Ovidio)

¿Pérdidas o beneficios? La Cuenta de Resultados Previsional

Caso práctico

Poco a poco el proyecto del restaurante va tomando forma, los problemas con los números se están resolviendo y parece que todo encaja. Pero falta conocer realmente si el proyecto es viable desde el punto de vista económico.

¿Habrá beneficios? ¿Cuánto dinero ganarán?

Marta, recordando lo aprendido en el Ciclo, ha elaborado una Cuenta de Resultados Previsional, ha intentado ser realista con la estimación de Ingresos y Gastos. Les muestra su estudio al resto de sus socios, y salvo unos pequeños ajustes, todos están de acuerdo. Hechas estas correcciones, si las previsiones se cumplen, el resultado va a ser magnífico, van a obtener beneficios suficientes para recuperar las inversiones y repartirse un sustancioso dividendo.

Una vez que hayas calculado los desembolsos iniciales de tu empresa (Gastos de Primer Establecimiento y de Constitución) conviene que realices una simulación de los resultados que se espera que obtenga tu empresa en los primeros años de su andadura. Normalmente se suelen proyectar los resultados a tres años. Para ello se elabora una Cuenta de Resultados Previsional, en definitiva una previsión de la **Cuenta de Pérdidas y Ganancias**, donde se reflejarán los ingresos y los gastos esperados, pudiendo así calcular el beneficio.

Tienes que estimar todos los ingresos y todos los gastos que esperas obtener durante cada uno de esos ejercicios, mensual, trimestral o anualmente. Suelen elaborarse en al menos tres escenarios diferentes:

- ✓ **Escenario Esperado**, que contempla el 100% de la previsión de ventas y resto de ingresos.
- ✓ **Escenario Favorable**, con un aumento porcentual de ventas y de los ingresos (10%, 20%...) con el consiguiente aumento proporcional de los gastos variables.
- ✓ **Escenario Desfavorable**, igual que en el caso anterior pero con un descenso de las ventas e ingresos.

Los conceptos que conformaran tu Cuenta de Resultados Previsional básicamente son:

- ✓ **Ingresos**; Que estarán fundamentalmente constituidos por las ventas, ingresos atípicos, subvenciones e ingresos financieros.
- ✓ **Gastos**; Separando los Gastos de Explotación de los Gastos Financieros e Impuestos.
- ✓ **Beneficio**; Calculando el Beneficio antes de Intereses e Impuestos (**BAII**), el Beneficio antes de Impuestos (**BAI**) y el Beneficio Después de Impuestos (**BDI**).

Puedes encontrar más información y modelos sobre la Cuenta de Resultados Previsional en:
Cámara de Comercio de Madrid

Un ejemplo sencillo de cómo podría confeccionarse una tabla para una Cuenta de Resultados Previsional es el siguiente:

	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Ventas					
Otros ingresos					
Subvenciones					
Ingresos Financieros					
Total Ingresos					
Compras					
Salarios					
Transporte					

Suministros					
Publicidad					
Arrendamientos					
Limpieza					
Reparaciones					
Amortizaciones					
Total Gastos					
Beneficio BAI					
Gastos financieros					
Beneficio BAI					
Impuestos					
Beneficio BDII					

¿Qué tenemos y qué debemos? El Balance de Situación

Caso práctico

En una nueva reunión los cuatro socios repasan todos los números que han estado haciendo. **Verónica** les pregunta cuál va a ser su situación patrimonial, al principio hay un poco de sorpresa, pero **Matías** recuerda que ese tema se resolvía elaborando un **Balance**, de manera que de un golpe de vista podrán saber qué es lo que la empresa tiene, el **Activo** (en él se incluirán los derechos y bienes que tendrá el restaurante), y qué es lo que la empresa debe, el **Pasivo** (aquí se incluirá la manera de financiar el restaurante con los fondos aportados por los socios y los préstamos y deudas). Menos mal que entre los cuatro van resolviendo todas las dudas que aparecen.

El Balance es un documento que representa la situación patrimonial de tu empresa en un momento dado. En él se representa el Activo (bienes y derechos) y el Pasivo (obligaciones) de la misma. Si tu empresa está en una situación financiera correcta, el Activo debe ser igual al Pasivo.

Las principales partidas del Balance de Situación se descomponen como sigue:

ACTIVO

- a) **Inmovilizado.** En el mismo hay partidas (cuentas) que reflejan bienes o derechos que van a pertenecer a la empresa durante un periodo largo de tiempo. Aparecerán en el Balance actual y probablemente en los sucesivos, son en definitiva inversiones a largo plazo. Puedes distinguir entre:
 - ✓ **Inmovilizado Inmaterial**, compuesto por Derechos o Bienes Intangibles (Patentes, Marcas).
 - ✓ **Inmovilizado Material**, formado por bienes tangibles (Máquinas, locales, vehículos).
- b) **Activo Circulante.** En el mismo se reflejan aquellos bienes y obligaciones que permanecen en la empresa por periodos inferiores al año. Hay tres grupos principales:
 - ✓ **Existencias.** Bienes necesarios para la actividad habitual de la empresa (materias primas, productos elaborados).
 - ✓ **Realizable.** Derechos sobre clientes y deudores, son deudas a nuestro favor pendientes de ser cobradas (clientes, deudores).
 - ✓ **Tesorería.** El dinero en efectivo que dispone la empresa (Bancos, Caja).

PASIVO

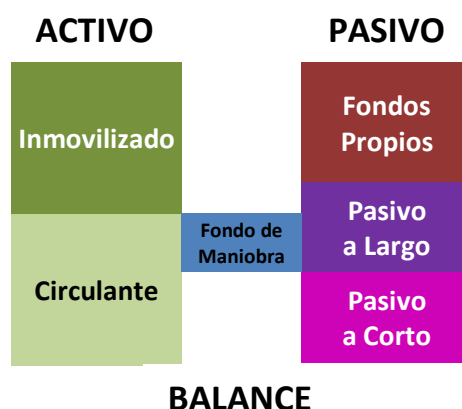
- a) **Fondos propios (Neto Patrimonial).** Son los fondos aportados por los socios y socias de la empresa y los beneficios no repartidos.
- b) **Acreedores a largo plazo (Pasivo a Largo).** Son las deudas que la empresa tiene con terceros, cuyo vencimiento es superior al año. (Préstamos y Obligaciones a largo plazo).
- c) **Acreedores a corto plazo (Pasivo a Corto).** Éstas son, sin embargo, las deudas que tiene la empresa con vencimientos inferiores al año. (deudas a proveedores y a acreedores a corto plazo).

El Fondo de Maniobra

La representación gráfica del Balance de tu empresa debería ser más o menos como la del esquema de la izquierda.

En el mismo puedes apreciar cómo existe ese equilibrio entre el Activo y el Pasivo, y cómo sus distintos grupos de cuentas están compensados.

Si observas atentamente el gráfico verás que el Inmovilizado está financiado con los Fondos Propios y parte del Pasivo a Largo Plazo, es decir, los elementos que van a permanecer mucho tiempo en la empresa se han pagado



con recursos de los socios y socias y el dinero obtenido en préstamos que todavía no hay que pagar.

Si te fijas en el Activo Circulante verás que se financia con parte del Pasivo a Largo Plazo y con todo el Pasivo a Corto Plazo, así se dispone de un colchón para no tener que pagar a los acreedores inmediatamente, es lo que se conoce como **Fondo de Maniobra**. Que se halla con esta fórmula:

$$\text{FONDO DE MANIOBRA} = \text{ACTIVO CIRCULANTE} - \text{PASIVO A CORTO PLAZO}$$

El Fondo de Maniobra debe ser superior a cero, dependiendo de la actividad de tu empresa esta cifra será mayor o menor. En otro caso podrías entrar en **Suspensión de Pagos** (*cuando una empresa, temporalmente, no puede hacer frente a sus pagos. Se dicta, también, por un juez*), ya que no tendrías liquidez inmediata para pagar las deudas a corto plazo.

También podría suceder que tu Activo fuese inferior a tu Pasivo, esta es la peor de las situaciones, tu empresa no tendría liquidez ni ahora ni en el futuro para pagar sus deudas. Es lo que se conoce como **Quiebra** (*cuando una empresa no puede hacer frente a sus deudas. Se dicta por un juez*).

En los siguientes documentos encontrarás más información sobre la Suspensión de pagos, la Quiebra y el Fondo de Maniobra.

Suspensión de pagos

Se produce cuando la empresa no dispone de dinero en efectivo a corto plazo para hacer frente a sus deudas. Contablemente existe esta situación, cuando en la empresa hay un Fondo de Maniobra Negativo, es decir, cuando el **Activo Circulante es menor que el Pasivo a Corto**, ya que tendrá que pagar obligaciones y no tiene efectivo ni posibilidades de obtenerlo en el corto plazo. Está financiando inversiones a largo plazo del Inmovilizado (por ejemplo un local, que permanece en la empresa muchos años) con deuda a pagar en menos de un año.

Quiebra

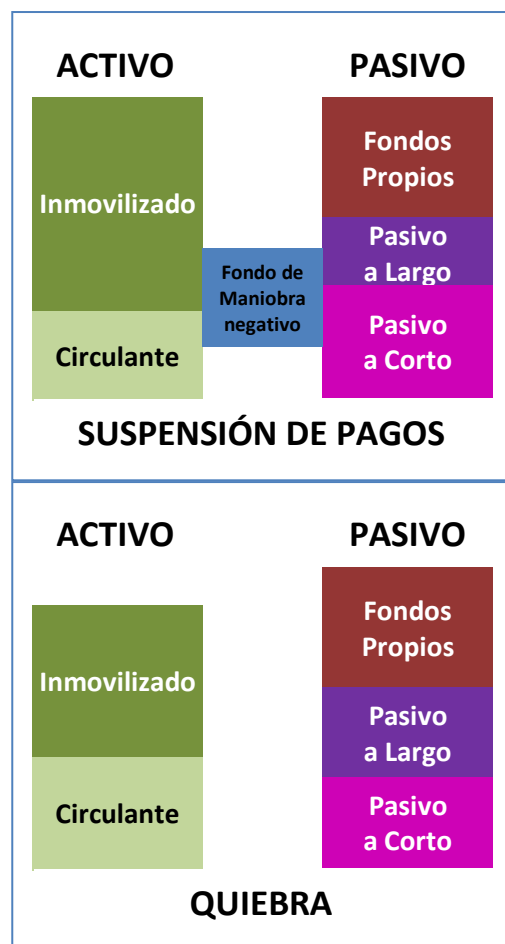
Se produce cuando las **deudas** que tiene la empresa son **superiores a sus bienes y derechos**. Llegará un momento en que la empresa no pueda hacer frente a esos pagos y tampoco tendrá posibilidades de hacerlo en un futuro. Hay un Procedimiento Judicial para liquidar las deudas de la empresa y establecer un orden de prioridad en el pago a los acreedores, es lo que se conoce como **Concurso de Acreedores**.

Fondo de Maniobra

Ejemplo.

Sabemos que una empresa que tiene:

- ✓ **En su Activo.**
 - 5000 euros de local.
 - 2000 euros de existencias.
 - 500 euros de caja.
- ✓ **En su Pasivo.**
 - 4000 euros de fondos propios.
 - 2000 euros de préstamos a largo.
 - 1500 euros de proveedores.



Solución

El Activo Circulante es **2.000 € + 500 € = 2.500 €** (*existencias más caja*)

El Pasivo a Corto es **1.500 €** (*proveedores*)

El Fondo de Maniobra será **2.500 € - 1.500 € = 1.000 €** (*activo circulante menos pasivo a corto*)

Puedes encontrar más información sobre el Fondo de Maniobra en este vídeo:

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=amSm45tw8ik

Busca la afirmación correcta:

El Fondo de Maniobra es el Activo Circulante menos el Pasivo a Corto Plazo.



El Fondo de Maniobra es el Activo Circulante más el Pasivo a Corto Plazo.



El Fondo de Maniobra es el Activo menos el Pasivo.



El Fondo de Maniobra es el Inmovilizado menos los Fondos Propios.

El Fondo de Maniobra es el Activo Circulante menos el Pasivo a Corto Plazo, y sirve para saber cómo se está financiando el Activo Circulante.

Los Ratios

Caso práctico

Marta, Luis, Verónica y Matías tienen todos los números hechos, las previsiones para el restaurante son magníficas, han conseguido la financiación que necesitan, han elaborado un Balance Inicial, al que **Verónica** llama Previsional y otro para el final del primer ejercicio. La Cuenta de Resultados que han elaborado arroja beneficios. Parece que todo va a salir bien.

Luis les pregunta si realmente están seguros de que es rentable y si financieramente van a actuar de manera correcta. **Marta** recuerda que algo de esto estudiaron en el Ciclo, era el tema de los Ratios, haciendo un poco de memoria y consultando sus apuntes y libros consigue refrescar sus conocimientos. Después, entre todos se ponen a calcular algunos Ratios sobre las previsiones que han hecho y salen de dudas. Menos mal, todo cuadra, los números que obtienen les indican que la situación va a ser muy buena.

Un Ratio es la relación o proporción que se establece entre dos cantidades. En el caso de los Ratios Financieros se relacionarán distintos elementos del Balance y/o la Cuenta de Resultados. Son, en definitiva, fórmulas que deben obtener un resultado determinado (normalmente comprendido entre ciertos valores o porcentajes). Gracias a estos Ratios puedes conocer si la situación económico-financiera de tu empresa está equilibrada y por tanto si es la adecuada.

Seré rico en la medida en que mis ingresos sean superiores a mis gastos y mis gastos sean iguales a mis deseos.

(Anónimo)

Ratios de Rentabilidad

Van a comparar los beneficios obtenidos por la empresa con otras magnitudes económicas de la misma, se expresan en porcentajes, para conocer así la rentabilidad. Algunos de los más utilizados son:

✓ Rentabilidad Económica

Es la rentabilidad económica obtenida en relación con la inversión total de la empresa. Se compara el Activo Total de la empresa con el BAI (Beneficio Antes de Intereses e Impuestos).

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Beneficio Antes Intereses e Impuestos (BAI)}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

✓ Rentabilidad Financiera:

Es la rentabilidad obtenida en relación con los recursos aportados por los socios. Se comparan los Fondos Propios con el BAI (Beneficio antes de Impuestos).

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Beneficio Antes de Impuestos (BAI)}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$

✓ Rentabilidad sobre Ventas:

Es la rentabilidad obtenida en relación con las Ventas. Se comparan las Ventas Totales con el BAI (Beneficio antes de Intereses e Impuestos).

$$\text{Rentabilidad Sobre Ventas} = \frac{\text{Beneficio Antes de Intereses e Impuestos (BAI)}}{\text{Ventas Totales}} \times 100$$

El único sitio donde el éxito llega antes que el trabajo es en el diccionario.

(Vidal Sassoon)

Busca la afirmación correcta:

- ☐ El Coste Total es la suma de los Costes Fijos.
- ☐ El Coste Total es la suma de los Costes Variables.

El Coste Total es la resta de los Costes Fijos menos los variables

El Coste Total es la suma de los Costes Fijos más los Costes Variables .

el Coste Total de una empresa son la totalidad de sus costes, Fijos más Variables.

Ratios Financieros

¿Qué son los ratios financieros? ¿Para qué nos sirven?

Nos dan una idea sobre la situación financiera de la empresa. Hay multitud de ellos, pero los más utilizados son:

✓ Solvencia

Se compara el todo el Activo de la empresa con el Pasivo a Largo Plazo y Pasivo a Corto Plazo (Fondos Ajenos). Su valor debe estar entre 2,5 y 1,5 (si se acercase a 1 la empresa estaría en quiebra)

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo}}{\text{Pasivo}} = 1,5 < , > 2,5$$

✓ Liquidez

Se comparan el Activo Circulante, con el Pasivo a Corto Plazo de la empresa. Su valor debe estar entre 0,7 y 1 (si fuese inferior podría haber problemas con algún pago, y si fuese superior habría un exceso de recursos económicos sin producir rentabilidad).

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo a Corto Plazo}} = 0,7 < , > 1$$

Si al Activo Circulante le restásemos las Existencias y lo comparásemos con el Pasivo a Corto Plazo, obtendríamos un Ratio conocido como **Test Ácido**.

✓ Tesorería

Se compara el Disponible (Caja y Bancos), con el Pasivo a Corto Plazo de la empresa. Su valor debe estar entre 0,1 y 0,3 (si fuese inferior podría haber problemas con algún pago, y si fuese superior habría un exceso de dinero)

$$\text{Tesorería} = \frac{\text{Disponible}}{\text{Pasivo a Corto Plazo}} = 0,1 < , > 0,3$$

Puedes encontrar más información sobre todo tipo de Ratios en:
Universidad Autónoma de Madrid

Veamos un ejemplo:

Una empresa que tiene:

- ✓ En su Activo.
 - 5.000 euros de local.
 - 1.000 euros de existencias.
 - 1.000 de cobros pendientes a clientes
 - 500 euros de caja.
- ✓ En su Pasivo.
 - 4.000 euros de fondos propios.
 - 2.000 euros de préstamos a largo.
 - 1.500 euros de proveedores.

Cálculo y análisis de los Ratios de Solvencia, Liquidez y Tesorería, con estos datos, analiza su situación.

- ✓ El Ratio de Solvencia es:

Activo / Pasivo

$$7.500 / 3.500 = 2,14$$

Tiene un buen nivel de solvencia

✓ El Ratio de Liquidez es:

Activo Circulante / Pasivo a Corto

$$2.500 / 1.500 = 1,66$$

Tiene un exceso de liquidez, cuando cobre a sus clientes debería invertir parte de ese dinero en algún producto financiero para obtener rentabilidad

✓ El Ratio de Tesorería es:

Disponible / Pasivo a Corto

$$500 / 1.500 = 0,33$$

Está un poquito alta, aunque es aceptable

Problemas Financieros más frecuentes

Caso práctico

Marta, Luis, Verónica y Matías ya están listos para afrontar el inicio de la actividad de su empresa. Si todo va como han previsto no tendrán problemas económicos.

*Pero Luis quiere repasar todos los escenarios que pueden presentarse y les habla de posibles problemas y soluciones de **Rentabilidad, Liquidez o Solvencia**.*

En la vida de tu empresa puedes encontrarte con dificultades de tipo económico y financiero que pueden hacerla pasar por momentos difíciles o que incluso pongan en peligro la continuidad de la misma.

Para evitar este tipo de situaciones tienes que conocer su situación contable y financiera. Y deberás actuar anticipándote a los posibles problemas para encontrar soluciones eficaces. Deberás tener cuidado con la aparición de las siguientes situaciones:

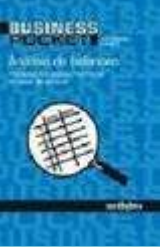
- A. **Problemas de Rentabilidad.** La empresa puede estar manteniendo un volumen de ventas aceptable, no tener problemas en el ajuste de cobros y pagos y tener asegurada su solvencia a medio y largo plazo, pero no obtener unos beneficios suficientes que compensen la inversión y el trabajo realizados. Se puede dar en situaciones como éstas:
 - ✓ **Aumento de los Costes Fijos o Variables.** Sin que se produzcan caídas en las ventas puede haber un aumento de los costes, que reduzca la rentabilidad (aumento en el precio de las materias primas, energía...). Será necesario mejorar la productividad o disminuir costes.
 - ✓ **Aumento de los Gastos Financieros.** También pueden aumentar estos costes (Por ejemplo por una subida de los tipos de interés) Habrá que refinanciar la deuda, buscando alternativas más ventajosas.
- B. **Problemas de Liquidez.** Aunque las ventas vayan bien y la empresa sea sólida desde el punto de vista patrimonial, puede haber desajustes entre los cobros y los pagos, produciéndose impagos a los proveedores o entidades financieras. Podría llegarse a la situación de Suspensión de Pagos. Algunos casos:
 - ✓ **Aumento del Crédito a Clientes. Problemas de impagos.** Se pueden buscar fórmulas de cobro anticipado, como el factoring o las líneas de descuento de letras. Aumentar las partidas de provisión para impagos.
 - ✓ **Aumento de Inventario.** Aumentará la financiación necesaria para mantener el stock y los gastos de almacén. Será necesario dar salida a esos productos, dinamizando sus ventas.
 - ✓ **Disminución del Crédito de Proveedores.** Se pueden buscar nuevas fórmulas de financiación como el confirming.
 - ✓ **Disminución del Activo Circulante.** Tal y como vimos anteriormente, producirá una disminución del Fondo de Maniobra, habrá que buscar fórmulas para aumentar este activo.
 - ✓ **Aumento del Endeudamiento a Corto.** Igual que en el caso anterior, se produce una disminución del Fondo de Maniobra. Puede mejorar la situación pasando parte de esta deuda a largo plazo, pero sin llegar a comprometer el futuro de la empresa.
- C. **Problemas de Solvencia.** Ésta es la peor de las situaciones, la empresa tiene más deudas (Pasivo) que bienes (Activo), puede producirse una Quiebra que lleve su desaparición.
 - ✓ **Alto Endeudamiento a Largo.** Un alto endeudamiento a largo plazo puede suponer estar financiando actividades actuales con deudas a pagar en un tiempo largo. Puede comprometer el futuro de la empresa, si llegados los vencimientos, no se puede hacer frente a los pagos. Se puede intentar sustituir ese endeudamiento ajeno con aportaciones extraordinarias de los socios (Recursos Propios).
 - ✓ **Descapitalización por Falta de Ventas.** El patrimonio de la empresa está financiando los costes fijos y gastos financieros, esta situación de no corregirse puede llevar a la quiebra.

El hombre que no comete errores usualmente no hace nada.

(Edward J. Phelps)

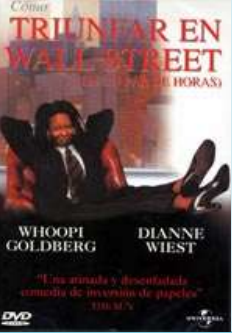
Lecturas recomendadas

Hay una extensa bibliografía sobre los temas que hemos tratado en esta unidad, puedes ampliar tus conocimientos leyendo alguno de estos libros:

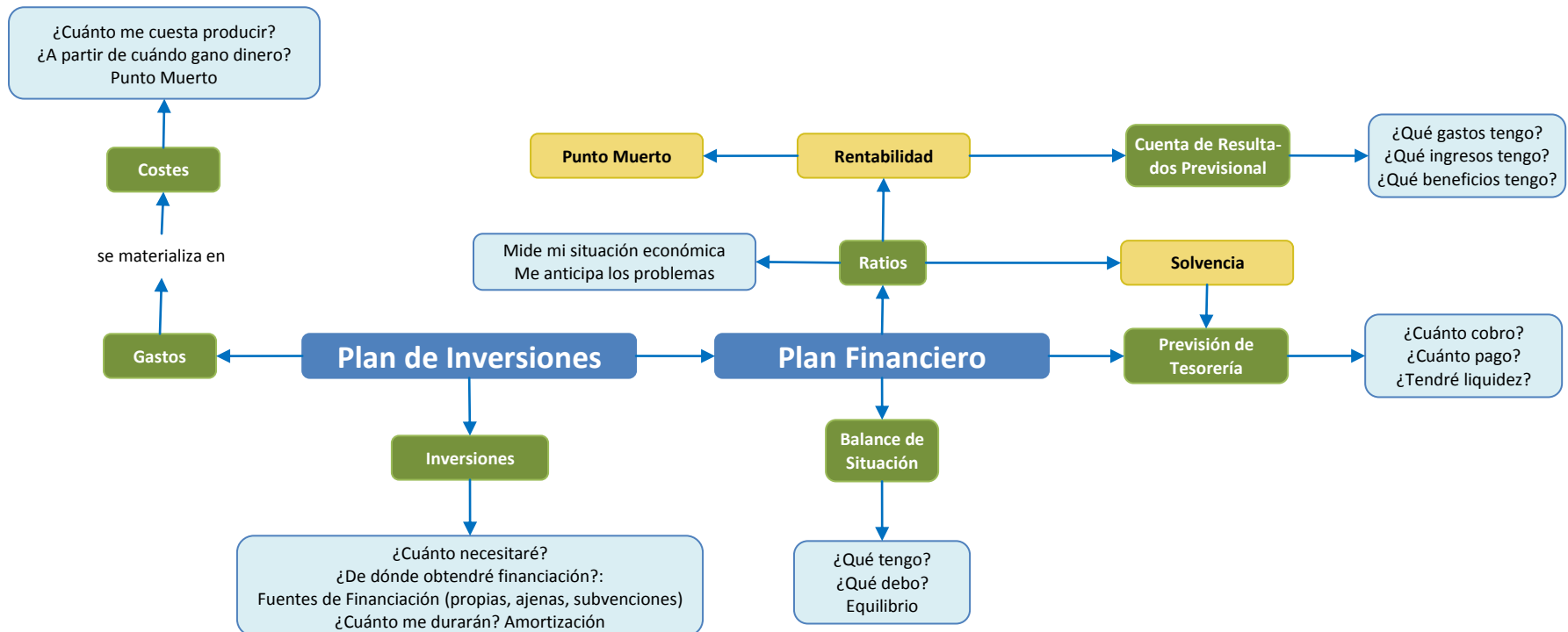
	"Costes basados en el tiempo invertido por actividad". Autores; Robert Kaplan y Steven Anderson. Editorial Deusto. El método ABC es un instrumento ideal para la gestión de los recursos de la empresa. Sin embargo, las encuestas de personal que requiere su implementación a gran escala a menudo resultan extraordinariamente caras y laboriosas. En esta obra excepcional se presenta una versión mejorada de este instrumento que soluciona de un plumazo estos problemas: el método de costes basados en el tiempo invertido por actividad.
	"Manual de financiación para Pymes y profesionales: cómo financiar tu actividad y no morir en el intento" Autor; Ángel Luis Vázquez Torres. Ediciones experiencia 2003. Este libro nos presenta de una manera muy amena, las distintas opciones que se le presentan al empresario o empresaria para poder obtener financiación en sus proyectos. Da claves sobre cómo negociar con las entidades financieras. Se acompaña de CD con herramientas financieras.
	"Análisis de Balances" Autor; José Manuel Chapado. Editorial Netbiblo 2008. De manera sencilla y didáctica este libro da las claves para comprender y analizar un balance. Pertenece a la colección de la misma editorial "Business Pocket" en la que podremos encontrar otros libros que nos ayuden a comprender mejor los aspectos financieros de la empresa.

Películas Recomendadas

Puedes ver varias películas relacionadas con el mundo de las finanzas, son enfoques diferentes a una temática común. Sería bueno que las comentases en el foro.

	Cómo Triunfar en Wall Street. Dirigida por Donald Petrie y protagonizada por Whoopi Goldberg, Dianne Wiest. Divertida comedia en la que una ejecutiva emplea métodos poco ortodoxos para hacer tratos y triunfar en el mundo de los negocios.
	Enron, los tipos que estafaron a América. Dirección Alex Gibney; basado en el libro de Peter Elkind y Bethany McLean. Este Documental está basado en el best seller que escribieron dos periodistas de la revista Fortune, narra una de las mayores quiebras de una Compañía Financiera en la historia de la de los Estados Unidos.

Mapa Conceptual



Anexo I - plan de inversiones

Este punto refleja la decisión de invertir en una empresa, y se plasmará en el destino que se dará a unos fondos financieros para obtener una serie de recursos necesarios para la realización de un determinado proceso productivo.

Inversiones en Activos fijos

Al hablar en este punto de Plan de Inversiones hay que hacer referencia a lo que se denomina de forma genérica activos fijos, que constituyen una inversión a largo plazo y es una parte de la inversión global de la empresa.

La primera decisión de tipo estratégico que hay que plantearse es la ubicación, considerada en muchos casos vital para la viabilidad de un proyecto y que condicionará en el futuro el desarrollo del mismo.

En ocasiones, y dependiendo de la actividad, no tiene especial relevancia la ubicación.

En otras ocasiones, las características técnicas del producto, la naturaleza del servicio, la tecnología y otras muchas razones hacen que la localización de la empresa sea un problema importante. A veces son decisiones de las Administraciones (subvenciones, infraestructuras, etc.), las que condicionan la localización de la empresa.

Entre los factores de localización que hay que valorar están los siguientes:

- ✓ La proximidad con el mercado objetivo
- ✓ La cercanía a las materias primas
- ✓ Coste de transporte
- ✓ Oferta de mano de obra cualificada
- ✓ Existencia de buenas vías de comunicación
- ✓ Nivel de equipamiento de la zona
- ✓ Posibilidad de tener empresas auxiliares en las proximidades
- ✓ Previsión de futuras ampliaciones

Una vez determinada la localización de la empresa, habrá que determinar la naturaleza y características de los activos inmovilizados necesarios para el desarrollo de la actividad.

La empresa no se enfrenta a una sola alternativa de inversión, sino a varias con características diversas, por lo que es necesario un estudio de las características técnicas, coste de adquisición, gastos operativos, vida técnica, etc.

Otra de las decisiones a realizar en este apartado es determinar si se deben adquirir los bienes nuevos o usados. Para la elección deben tenerse en cuenta tres factores: el precio, las condiciones de utilización y las posibles subvenciones por la adquisición de activos nuevos.

También hay que plantearse si es preferible comprar o alquilar los diferentes conceptos del activo. Esta decisión tiene un carácter económico financiero, que incluye consideraciones de carácter fiscal. No conviene olvidar en este tema, el componente estratégico de optar por tener la propiedad de los bienes o únicamente el derecho de uso de los mismos.

La estructura de los activos fijos que conforman la empresa, ya sean nuevos o usados, es la siguiente:

Inmovilizado material

Son inversiones que realizará la empresa y que se materializarán en bienes muebles o inmuebles tangibles que no se destinarán a la venta o transformación.

Tendrán un período de duración superior a un año y su deterioro o contribución al proceso productivo se materializará a través de las amortizaciones anuales (a excepción de los terrenos).

Dentro de este capítulo estarían:

- ✓ Terrenos
- ✓ Edificaciones y construcciones:
 - Trabajos de planificación, ingeniería del proyecto y dirección facultativo
 - Traídas y acometidas de servicios
 - Urbanización y obras exteriores
 - Oficinas y laboratorios
 - Servicios sociales y sanitarios del personal
 - Almacenes de materias primas
 - Edificios de producción
 - Edificios de servicios industriales
 - Almacenes de productos terminados
 - Otras construcciones
- ✓ Instalaciones:
 - Instalaciones eléctricas en general y especiales
 - Instalaciones de climatización. Generadores térmicos. Instalaciones de G.L.P., etc.
 - Instalaciones de agua en general y especiales
 - Instalaciones de seguridad e higiene
 - Equipos de medida y control
 - Otras instalaciones internas
- ✓ Maquinaria y herramientas:
 - Maquinaria de proceso
 - Herramienta y utillaje
- ✓ Elementos de transporte interior
- ✓ Mobiliario y equipamiento
- ✓ Equipos informáticos y de procesamiento de la información
- ✓ Elementos de transporte
- ✓ Otros inmovilizados materiales

Inmovilizado inmaterial

Son inversiones o elementos patrimoniales intangibles que tiene la empresa con carácter estable y que son susceptibles de ser valorados económicamente.

Dentro de este capítulo los más frecuentes son:

- ✓ Gastos de investigación y desarrollo
- ✓ concesiones administrativas
- ✓ Propiedad industrial
- ✓ Fondo de comercio
- ✓ Aplicaciones informáticas
- ✓ Derechos de traspaso

Gastos amortizables

Son aquellos gastos en que se incurre hasta el comienzo de la actividad. Forman parte de ellos los gastos de primer establecimiento y los gastos de constitución. Tienen consideración de gastos plurianuales y por lo tanto susceptibles de ser amortizados anualmente.

Los más comunes son los de los abogados, notarios, registros, etc. ligados a la constitución de la personalidad jurídica de la empresa.

Inmovilizado financiero

Lo constituye fundamentalmente:

- ✓ Inversiones financieras permanentes
- ✓ Fianzas y depósitos
- ✓ Inversiones financieras en empresas del grupo

Inversión en capital circulante

La inversión vinculada al ciclo de explotación de la empresa se denomina capital circulante, y determina el volumen de recursos financieros que un proyecto necesita tener de forma permanente para hacer frente a las exigencias del proceso productivo.

Período de maduración es el tiempo que transcurre entre la adquisición de las materias primas y el cobro del producto de las ventas, y determina con otros factores el volumen de fondos necesarios para el capital circulante.

También se puede decir que el capital circulante es el activo circulante menos el pasivo circulante.

Las partidas que suelen conceptuarse como circulante destacan:

Activo circulante

- ✓ Caja y bancos
- ✓ Clientes, deudores y efectos a cobrar
- ✓ Existencias de materia prima
- ✓ Existencias de productos semielaborados
- ✓ Existencias de productos terminados
- ✓ Inversiones financieras a corto plazo

Pasivo circulante

- ✓ Proveedores y acreedores
- ✓ Efectos a pagar
- ✓ Anticipo de clientes
- ✓ Préstamos a corto
- ✓ Impuestos a pagar

Anexo II - ¿CÓMO SE HALLA LA FÓRMULA DEL PUNTO MUERTO?

Los Ingresos (I) de una empresa se calculan multiplicando el número de Unidades Vendidas (N) por el Precio (P) de las mismas

$$I = N \times P$$

Los Costes Variables Totales (CVT) son el resultado de multiplicar los Costes Variables Unitarios (CVU) por el número de Unidades vendidas (N)

$$CVT = CVU \times N$$

Los Costes Totales (CT) son la suma de los Costes Fijos (CF) y los Costes Variables Totales (CVT)

$$CT = CF + CVT$$

El Beneficio (B) de una empresa, se calcula restándole a los Ingresos (I) los Costes Variables Totales (CVT)

$$B = I - CT$$

Si queremos hallar el Punto Muerto, el beneficio será igual a cero, con lo que los Ingresos (I) son iguales a los Costes Totales (CT)

$$CT = I$$

Por tanto si sustituimos los Costes Totales y los Ingresos por sus respectivas fórmulas

$$CF + CVT = N \times P$$

Y si a su vez sustituimos los Costes Variables Totales por su fórmula

$$CF + (CVU \times N) = N \times P$$

Podemos decir que los Costes Fijos son

$$CF = (N \times P) - (CVU \times N)$$

Que es lo mismo que

$$CF = N (P - CVU)$$

Con lo que el número de Unidades que hay que vender para que el Beneficio sea cero es

$$N = \frac{CF}{P - CVU}$$

TEMA 6

ÍNDICE

¿Qué estudiaremos en este tema?	- 1 -
¿Qué significa tener personalidad jurídica? ..	- 1 -
¿Tienen personalidad jurídica las empresas? ...	- 1 -
La clasificación jurídica de las empresas	- 2 -
¿Cómo clasifica el Derecho a las empresas? ..	- 2 -
¿Cómo elegir la forma jurídica que más nos conviene?.....	- 2 -
¿Qué factores debemos considerar para elegir la forma jurídica?.....	- 3 -
La empresa individual.....	- 3 -
¿Cómo responde el cónyuge del empresario o empresaria?	- 4 -
Requisitos para ser empresario o empresaria individual	- 4 -
Explicamos los requisitos	- 5 -
La comunidad de bienes y la sociedad civil	- 7 -
Características de las comunidades de bienes y de las sociedades civiles.....	- 7 -
La sociedad de responsabilidad limitada.....	- 8 -
La sociedad limitada nueva empresa. SLNE.....	- 9 -
Trámites de constitución de una SLNE.....	- 9 -
La Sociedad Anónima	- 10 -
Ventajas e inconvenientes de la Sociedad Anónima.....	- 11 -
LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS DEPORTIVAS. SAD.....	- 11 -
LAS GRANDES S.A. COTIZAN EN BOLSA	- 11 -
Empresas de economía social	- 12 -
¿Qué tipos de empresas de economía social debemos considerar?	- 12 -
La sociedad laboral	- 13 -
La sociedad cooperativa.....	- 14 -
Comenzamos con los trámites.....	- 16 -
¿Cómo son los trámites?	- 17 -
Trámites de constitución de sociedades	- 18 -
Certificación negativa de denominación social- 19 -	
Depósito del capital en la entidad financiera. - 21 -	
Elaboración de los Estatutos de la sociedad y otorgamiento de escritura pública de constitución	- 21 -
Liquidación y pago del I.T.P.A.J.D.	- 22 -
Solicitud del código de Identificación Fiscal (CIF).....	- 23 -
Inscripción en el Registro Mercantil de la provincia.....	- 23 -
Trámites de puesta en marcha	- 24 -
En la agencia estatal tributaria. Trámites fiscales.....	- 25 -
Trámites fiscales	- 26 -
En la Seguridad Social	- 27 -
Trámites laborales	- 29 -
1. En la administración laboral	- 29 -
2. En las oficinas de empleo. Servicio Público de Empleo Estatal (SEPES).	- 30 -
En el Ayuntamiento (Administración local) - 30 -	
1. Licencia de Apertura	- 30 -
2. Licencia de obras.	- 31 -
3. Tributos locales.	- 31 -
Trámites relativos a compra de local de negocio- 31 -	
A) Compra de local:.....	- 31 -
Trámites relativos a arrendamiento de local de negocio	- 32 -
B) Arrendamiento de local.	- 32 -
Otros trámites: Registro de la propiedad industrial.....	- 32 -
1. En el Registro de la Propiedad Industrial....	- 32 -
Otros trámites: Registro mercantil	- 33 -
2. En el Registro Mercantil	- 33 -
Otros trámites: Solicitud del libro de reclamaciones.....	- 33 -
3. Solicitud del Libro de Reclamaciones.....	- 33 -
4. Para terminar	- 33 -
Películas recomendadas.....	- 34 -
Webs recomendadas	- 34 -
ANEXO I - Trámites específicos.....	- 36 -
ANEXO II - Trámites Medioambientales	- 38 -
ANEXO III - Curiosidades sobre la Seguridad Social	- 41 -
ANEXO IV - Libros obligatorios	- 43 -

CLASIFICACIÓN JURÍDICA DE LAS EMPRESAS Y TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN

¿Qué estudiaremos en este tema?

En este tema responderemos a cuestiones como las siguientes:

¿Qué requisitos exige la ley para crear una empresa? ¿Qué significa ser autónomo? ¿Montamos la empresa nosotros solos o mejor en compañía? ¿Qué significan las siglas SA, SL, Soc. Coop., CB? Si alguien decide crear una empresa con otros, si monta una sociedad, ¿para quién son los beneficios? ¿Y las pérdidas? ¿Qué se puede aportar? ¿Dinero? ¿Bienes? ¿Trabajo? ¿Qué son las cooperativas o las sociedades laborales?

El estudio de la **clasificación jurídica de las empresas** supone analizar lo que dicen las leyes sobre las formas que pueden adoptar. Para ello, nos centraremos en la figura del **empresario o empresaria**, que es quien tiene personalidad jurídica.

¿Qué significa tener personalidad jurídica?

El Derecho entiende que la **personalidad jurídica** (*capacidad para actuar como sujetos de derecho, esto es, capacidad para ser titular de derechos y obligaciones: Por ejemplo: comprar o vender bienes, contraer obligaciones mediante un contrato, ejercitar acciones judiciales, ...*) es la capacidad para ser sujeto titular de derechos y obligaciones reconocidos por las normas jurídicas. Todas las personas físicas (los humanos "de carne y hueso") tenemos personalidad jurídica; desde que nacemos hasta que morimos tenemos derechos y obligaciones: derecho a la vida, a la integridad, a la libertad de expresión, a tener una nacionalidad... la obligación de ser inscritos en el registro civil, de pagar impuestos.... Pero, **¿sólo nosotros tenemos personalidad jurídica?**

No, esta capacidad también se reconoce a las denominadas **personas jurídicas** (*titular de derechos y obligaciones por sí misma e independientemente de las personas que la componen*), es decir, a entidades (formadas por personas físicas) titulares de derechos y obligaciones legales. Son ejemplos de personas jurídicas un ayuntamiento, una ONG, una universidad,...

¿Tienen personalidad jurídica las empresas?

Para comenzar diremos que el **Código de Comercio**, que es una norma muy importante en la regulación de las empresas y sus relaciones, reconoce **dos tipos de empresarios**:

- ✓ La **empresa individual**: El titular es una persona física, propietario exclusivo de su empresa.
- ✓ La **sociedad o empresario social**: es una persona jurídica la que asume la titularidad del negocio.

Analizaremos también en este tema los **trámites** y gestiones que la ley exige para la creación de cada una de las formas jurídicas. Intentaremos responder a preguntas como las siguientes: ¿Qué gestiones tengo que hacer para que mi empresa sea legal? ¿En qué consiste cada trámite? ¿Dónde, cuándo y cómo se realiza? ¿Quién me puede ayudar? ¿Qué puedo hacer de forma telemática? ¿Cómo evitar irregularidades y posibles sanciones de la Administración? ¿Cuánto me cuesta la tramitación?

En el caso del **empresario o empresaria individual**, el titular, la persona que la constituye, tiene personalidad jurídica porque es una persona física. No es necesaria ninguna tramitación especial para su constitución como empresa.

¿Qué ocurre con las sociedades? Las sociedades son creaciones artificiales y por tanto, para tener personalidad jurídica independiente de las personas físicas que la integran, necesitan de una serie de requisitos y trámites administrativos que se denominan **trámites de constitución**.

Finalmente analizaremos esos **trámites de constitución**.

La clasificación jurídica de las empresas

Caso práctico

Encarna, Rafa, Teresa y Manolo van a montar una empresa en su localidad. Saben que una alternativa para encontrar un trabajo es la de convertirse en emprendedores y crear su propia empresa. Han elegido una idea de negocio rentable y analizado la forma de venderla en el mercado.

Elaboraron también el plan de operaciones, conocen las necesidades materiales y de personal, el coste del proyecto y la forma de financiarlo. Deben decidir ahora la forma jurídica que darán a su proyecto.

¿Cómo clasifica el Derecho a las empresas?

A continuación presentamos un esquema de la clasificación jurídica de las empresas que desarrollaremos a lo largo del tema.



Tratamos el tema de la personalidad jurídica, pero hemos incluido una afirmación errónea ¿Cuál es?

- ☐ El Derecho entiende que la personalidad jurídica es la capacidad para ser sujeto titular de derechos y obligaciones reconocidos por las normas jurídicas.
- ☐ Todas las personas físicas tenemos personalidad jurídica.
- ☒ **Sólo las personas físicas son titulares de derechos y obligaciones.**
- ☐ Las sociedades son creaciones artificiales y por tanto, para tener personalidad jurídica necesitan de una serie de requisitos y trámites administrativos que se denominan trámites de constitución.
- ☐ Las sociedades tienen personalidad jurídica cuando realizan los trámites de constitución.

Las empresas legalmente constituidas y con personalidad jurídica, también tienen derechos y obligaciones.

¿Cómo elegir la forma jurídica que más nos conviene?

El proceso para la toma de esta decisión debe ser el siguiente:

- ✓ Analizar nuestros objetivos, necesidades y circunstancias.
- ✓ Estudiar las formas jurídicas existentes.
- ✓ Elegir aquella que nos resulte más conveniente y hacer la tramitación pertinente.
- ✓ Evaluar nuestra decisión a lo largo de la vida de la empresa, por si es necesario cambiarla bien porque no haya sido la decisión acertada, bien porque nuestras circunstancias se hayan modificado.

¿Qué factores debemos considerar para elegir la forma jurídica?

Resumiendo, podemos señalar los siguientes:

- ✓ El **capital** necesario para la constitución de la empresa o las posibilidades económicas de las personas emprendedoras.
- ✓ El número de **personas** que participen en el proyecto empresarial.
- ✓ La **responsabilidad** que se está dispuesto a asumir. ¿Se responde de las posibles deudas con todo el patrimonio o se quiere limitar la responsabilidad, por ejemplo, al capital que se aporta?
- ✓ El **tamaño** de la empresa.
- ✓ Las **relaciones** que mantienen los socios y socias entre sí. Puede haber socios o socias que aporten capital, otros que aporten trabajo, hay sociedades que se basan en las relaciones personales de los socios y socias y otras en las que lo único importante es la aportación de capital.
- ✓ La **distribución de poder** y la forma de **gestión**.
- ✓ El **tipo de actividad** a ejercer. Por ejemplo, banca, seguros, agencias de viaje y otros exigen por ley constituir una sociedad mercantil.
- ✓ La complejidad de la **tramitación**.
- ✓ **Aspectos fiscales de la empresa**. ¿Qué forma jurídica nos permite pagar menos impuestos?
- ✓ Las posibles **ayudas, incentivos y subvenciones** del Estado.
- ✓ La **imagen** que queramos dar al exterior. Por ejemplo, una sociedad da una imagen de mayor tamaño y solvencia que una empresa individual.

¿Con quién iniciarías tu aventura emprendedora?

Entra en el siguiente enlace y encontrarás un simulador de forma jurídica. Analiza las cinco preguntas en las que se basa, son algunos de los criterios de elección de forma jurídica que se han expuesto anteriormente.

Simulador de forma jurídica

http://documentos.060.es/060_empresas/simuladorFormaJuridica.html

La empresa individual

Caso práctico

La empresa de nuestro supuesto no podrá ser una empresa individual porque son varias las personas que emprenden la actividad.

Rafa hasta ahora sí lo ha sido porque terminó un Ciclo de Informática y desde entonces se dedicó a la reparación y mantenimiento de ordenadores. Hizo una inversión, trabajó para sí mismo; al principio con algunas pérdidas, pero luego obteniendo los suficientes beneficios como para poder vivir holgadamente. Si el negocio le hubiera ido mal tendría que haber respondido con sus bienes (la casa que ha comprado, el coche, el dinero del banco, ...).

Una de las formas jurídicas más frecuentes es la de **empresa individual**. Una sola persona física aporta el capital y para ella son también los beneficios. Además, en contrapartida, el empresario o empresaria responde del cumplimiento de los compromisos y deudas de los que es titular, no sólo con el capital aportado, sino también con todos sus bienes presentes y futuros. Por todo ello, es frecuente que esta persona realice actividades directivas e incluso que trabaje en la empresa.

Esta forma empresarial es recomendable cuando la persona emprendedora inicia su actividad, tal vez con mucha ilusión pero con pocos recursos. ¿Por qué? **¿Qué ventajas presenta la empresa individual?:**

- ✓ La constitución es sencilla, barata y rápida.
- ✓ No se exige la aportación de un capital inicial mínimo.
- ✓ No es necesaria la participación de otras personas.
- ✓ Está sujeto al Impuesto Sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), que es un impuesto progresivo, es decir, tributa a Hacienda según se gana.
- ✓ Se estima que es recomendable para empresas que prevean un beneficio neto anual inferior a unos **50.000 euros**

Pero si la empresa se consolida, desea crecer o hacer inversiones más arriesgadas, debemos recordar que la responsabilidad es ilimitada y que hay sociedades en las que sólo se responde con el patrimonio de la empresa.

- ✓ Hay más de tres millones de empresas individuales en España.
- ✓ Las personas empresarias trabajan unas 7 horas más a la semana que las personas asalariadas.
- ✓ La edad media de los empresarios y empresarias individuales es de 43 años. Un 30% son mujeres.

¿Cómo responde el cónyuge del empresario o empresaria?

El Derecho Civil español reconoce, principalmente, dos tipos de regímenes económicos matrimoniales:

- ✓ El régimen de separación de bienes.
- ✓ El régimen de gananciales.

En el supuesto del Régimen de separación de bienes cada cónyuge es propietario de sus propios bienes (bienes privativos), por lo que los bienes que posea el cónyuge del empresario o empresaria no se verán afectados por sus actividades empresariales.

Es frecuente que los empresarios o empresarias individuales opten por este régimen para que el riesgo de su actividad sólo recaiga en su propio patrimonio.

Pero el Régimen de gananciales es el más frecuente en nuestra sociedad actual. Por él se hacen comunes para el marido y la mujer las ganancias o beneficios obtenidos por cualquiera de ellos (que serán bienes gananciales), y que les serán repartidos por la mitad al disolverse el matrimonio.

Por lo tanto, en el Régimen de Gananciales, quedan afectados al pago de las posibles deudas contraídas como resultado de las actividades mercantiles los bienes privativos del empresario o empresaria y los bienes comunes del matrimonio adquiridos por los beneficios obtenidos de tales actividades.

De esta forma, si el titular de la empresa individual es una persona casada:

- ✓ Podrá vender o gravar sus bienes propios o adquiridos por actividad empresarial sin necesidad del consentimiento del cónyuge.
- ✓ Los bienes gananciales sólo podrán quedar sujetos a la actividad empresarial si el cónyuge del comerciante presta su consentimiento, expreso o presunto. Es presunto cuando, sabiendo el cónyuge no comerciante que su cónyuge desarrolla una actividad empresarial, no se oponga expresamente a ello.
- ✓ Respecto a los bienes propios del cónyuge no comerciante se exige consentimiento ya sea presunto o expreso.

Busca la afirmación incorrecta.

- ☐ Para el Derecho tiene mucha importancia el empresario o la empresaria, porque es titular de los derechos y obligaciones que contrae la empresa.
- ☐ Uno de los criterios para elegir la forma jurídica de la empresa es el número de personas que invierten en la actividad.
- ☐ El código de comercio establece que hay dos tipos de empresas: la empresa individual y la sociedad.
- ☒ Una vez elegida la forma jurídica de nuestra empresa no se puede modificar.

Requisitos para ser empresario o empresaria individual

¿Cuáles son los requisitos que la ley exige para ser empresario individual? Están en el siguiente cuadro.

Requisitos legales para ser Empresa individual

1.- Es una **persona física** con **capacidad legal**.

2.- Realiza una actividad económica como **profesional y habitualmente**

3.- Actúa en **nombre propio**

4.- Puede poner libremente el nombre a su empresa

5.- No tiene obligación de inscribirse en el Registro Mercantil

6.- Debe darse de alta en el **Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social**

Busca la respuesta incorrecta. El empresario o empresaria individual...

- ☐ Tiene capacidad legal y libre disposición de sus bienes.
- ☐ Es mayor de edad.
- ☐ No tiene prohibido ejercer el comercio por el cargo que ocupa.
- ☒ **Es una persona jurídica.**
- ☐ Es una de las formas jurídicas de empresa que reconoce el Derecho.

El empresario o empresaria individual son personas físicas.

Si una persona monta una empresa sola y con poco capital, ¿qué le recomiendas?

- ☐ Una cooperativa.
- ☐ Una comunidad de bienes.
- ☐ Una sociedad anónima. Si no tiene socios ni socias, no parece lo más adecuado.
- ☒ **Una empresa individual.**

Explicamos los requisitos

Explicamos algunos de los requisitos que debes cumplir parar ser empresario o empresaria individual.

- ✓ **Es una persona física con capacidad legal.**
Las personas físicas tienen capacidad legal al alcanzar la mayoría de edad, siempre y cuando tengan libre disposición de sus bienes. Pero, ¿Qué personas no tienen libre disposición de sus bienes?
- ✓ Las **incapacitadas judicialmente** como consecuencia de deficiencias de carácter físico o psíquico grave.
- ✓ Las declaradas judicialmente pródigos.
- ✓ Las declaradas judicialmente en quiebra.

A todas estas personas se las considera incapaces para ser empresa de forma personal, tienen limitada su capacidad de obrar y sus actos son nulos.

Excepcionalmente, se puede suplir la falta de capacidad de personas menores y de las incapacitadas, que podrán ejercer el comercio a través del representante legal; por ejemplo, en la pregunta de autoevaluación podrás encontrar el caso de un niño que hereda el negocio de sus padres.

La ley también contempla determinados supuestos referidos a personas que, aún teniendo capacidad legal, tienen la prohibición de comerciar debido a su cargo o profesión y en determinado ámbito territorial. Son, por ejemplo, las personas que ocupan el cargo de juez, magistrado, fiscal, subdelegado del gobierno, corredor de bolsa... Si estas personas violasen la prohibición de comerciar, los actos que realizaran continuarían siendo válidos, pero serían sancionadas.

✓ **Realiza una actividad empresarial como profesional y de forma habitual.**

El empresario o empresaria individual tiene en la empresa su profesión, su medio de vida, y no de forma esporádica sino duradera en el tiempo. Recuerdo un compañero que cada vez que venía de su pueblo nos vendía vino, queso y aceite. Seguro que obtenía alguna ganancia, pero no por ello tenemos que considerarlo un empresario individual.

✓ **Ejerce su actividad en nombre propio.**

El empresario o empresaria asume los derechos y obligaciones derivados de su actividad y responde ante terceras personas con sus propios bienes y de forma ilimitada. No son comerciantes los o las representantes legales o los trabajadores y trabajadoras de una empresa, pues ejercen su actividad por cuenta del titular.

Determina cuál de las siguientes personas puede ser considerado empresario o empresaria individual teniendo en cuenta sólo las circunstancias del supuesto que te damos en cada opción.

- ☒ **Brígida Aranda, huérfana, menor de edad, que hereda el negocio de sus padres.**
- ☐ Guillermo Romera, representante legal de Brígida.
- ☐ Un magistrado del Tribunal Supremo.
- ☐ Silverio Díaz, por ser donante de sangre.
- ☐ Eva Ros, vende su casa y obtiene unos beneficios de 12.000 euros en relación al precio de compra.
- ☐ Tomás Núñez, declarado judicialmente pródigo y que pretende montar una heladería.
- ☐ La sociedad "Y".
- ☐ Arturo López, comercial de la empresa DIPSA.

Se trata de una excepción a la regla de la mayoría de edad, actúa a través de sus representantes legales. Esto es así por el principio de conservación de la empresa, de esta forma se continúa la actividad y los puestos de trabajo que en ella existan

La comunidad de bienes y la sociedad civil

Caso práctico

Encarna, Rafa, Teresa y Manolo no quieren montar una sociedad civil, pues aunque los trámites son sencillos y económicos, no les convence el tipo de responsabilidad, porque es personal e ilimitada.

Existen dos tipos de sociedades que se parecen mucho entre sí y también a la empresa individual. Se trata de las comunidades de bienes y de las sociedades civiles.

- ✓ **La comunidad de bienes** se crea como consecuencia de la explotación de una propiedad común por sus propietarios y propietarias. Así, la comunidad de bienes existe cuando: "La propiedad de una cosa o derecho pertenece proindiviso a varias personas". Por ejemplo una explotación agrícola o una fábrica que heredan varios hermanos o hermanas y deciden explotarla conjuntamente.
La razón social o denominación de la empresa puede ser cualquier nombre añadiendo "comunidad de bienes" o las siglas "C.B."
- ✓ **La sociedad civil** es "un contrato por el cual dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria con ánimo de partir entre sí las ganancias".
La denominación social es libre añadiendo las siglas "SC" o "sociedad civil".
La pregunta de autoevaluación de este apartado se basa en un supuesto de una sociedad civil.

Carlos e Ignacio, con poco capital y mucha ilusión, deciden poner en marcha una empresa de atención domiciliar a menores. Ambos trabajarán en la empresa, pondrán sus coches a disposición de la misma y aportarán un capital de 1000 euros cada uno. Al inicio de la actividad, y hasta que la empresa se consolide y obtenga beneficios la forma jurídica que eligen es la de sociedad civil. A continuación detallamos algunas de las características de la empresa, pero hay una que no es correcta. ¿Cuál?

- ☐ Carlos e Ignacio actúan en nombre propio frente a su clientela.
- ☐ Los socios y socias responden con su patrimonio personal y de forma ilimitada de las deudas a las que la sociedad no pueda hacer frente.
- ☒ **La creación de la sociedad civil es costosa, larga y muy complicada.**
- ☐ La empresa no tiene personalidad jurídica. Los socios y socias actúan como si fueran empresarios o empresarias individuales.
- ☐ La empresa se llamará "Carlos Ros e Ignacio Díaz sociedad civil".
- ☐ Se dan de alta en la Seguridad Social en el régimen de autónomos.

Una de las ventajas de la sociedad civil es su fácil y económica tramitación. La creación de la sociedad civil es costosa, larga y muy complicada

Características de las comunidades de bienes y de las sociedades civiles

A continuación te presentamos las principales características de las comunidades de bienes y de las sociedades civiles.

- ✓ No tienen personalidad jurídica y por tanto actúan a través de las personas físicas que la integran.
- ✓ Se constituyen por al menos **dos personas**.
- ✓ No se exige capital inicial mínimo.
- ✓ Los derechos y obligaciones de los comuneros y comuneras y de los socios y socias son proporcionales a sus cuotas de participación.
- ✓ Sus pactos se mantienen secretos y cada quien **actúa en nombre propio** frente a terceros.
- ✓ A falta de pruebas, se presume que las participaciones son iguales.
- ✓ **No se exige formalidad alguna**, bastará con que dos o más personas lleguen a ese acuerdo.
- ✓ En todo caso, a falta de otros pactos, se rige por las disposiciones del **Código Civil**.

- ✓ Ante las deudas que contraiga la empresa, responde el patrimonio comunal en primer lugar, y si fuera insuficiente, **responden los comuneros, comuneras, socias o socios de forma personal (con sus bienes) e ilimitada (sea cual sea la cuantía de la deuda)**.
- ✓ A efectos fiscales y de Seguridad Social las personas que las integran funcionan como empresarios y empresarias individuales.
- ✓ No precisan de ningún **trámite específico para su constitución** porque sus titulares son las personas físicas que las constituyen.

La sociedad de responsabilidad limitada

Caso práctico

Encarna, Rafa, Teresa y Manolo han decidido crear una sociedad limitada, los criterios que han tenido en cuenta para tomar esta decisión son los siguientes:

- ✓ El objetivo de los promotores: crear sus propios puestos de trabajo.
- ✓ La intención de no involucrar su patrimonio personal en la marcha del negocio y el deseo de limitar la responsabilidad.
- ✓ La aportación al capital social de 1.000 euros por socio o socia.



Al principio se preocuparon un poco con los trámites, pero recibieron mucha ayuda de la Administración, a través de la Ventanilla Única y de la asociación de empresarios y empresarias de su ciudad.

¿Por qué las sociedades limitadas son las más frecuentes? ¿Cuáles son sus **características**?:

- a) Pueden estar integradas por una o más personas. Si sólo es una, se llama **unipersonal**.
- b) El **capital social**:
 - ✓ Está constituido por **participaciones sociales** nominativas, del mismo valor, indivisibles y acumulables. Íntegramente desembolsadas en el momento de constituir la sociedad.
 - ✓ No puede ser inferior a **3.005,06 euros**.
 - ✓ Se puede aportar en metálico o con bienes pero no se admite la aportación de trabajo o servicios.
- c) Los socios y socias que deseen **transmitir** su participación social deben antes solicitar el consentimiento de la sociedad y ofrecer dicha participación al resto de los socios y socias o a la sociedad por si desean adquirirlas (*derecho de tanteo*). De esta forma, los **socios y socias controlan la propiedad de la empresa** y pueden restringir o impedir la entrada de nuevas personas a la sociedad.
- d) La razón social debe ir siempre acompañada de las siglas **S. L. o S.R.L.**
- e) La responsabilidad del socio o socia se limita al capital aportado a la sociedad.
- f) Sus órganos de gobierno son:
 - ✓ La **Junta General de Socios** (aprueba las cuentas anuales, nombra y destituye a los administradores, aprueba aumentos y reducciones de capital, etc.)
 - ✓ El **Consejo de Administración o Administrador** único.
- g) El Administrador de la sociedad ha de estar obligatoriamente dado de alta en el **Régimen Especial de Autónomos** de la Seguridad Social. Los socios y socias que trabajan para la sociedad en labores no directivas estarán dados de alta en el **Régimen General de la Seguridad Social**.
- h) Tributan por el Impuesto sobre Sociedades.

La sociedad limitada es una sociedad capitalista cuyo capital, que no puede ser inferior a 3.005,06 euros, está constituido por participaciones sociales iguales, indivisibles y acumulables y la responsabilidad de sus socios está limitada a su aportación a la sociedad.

NO TAN LIMITADAS...

- ✓ La limitación de la responsabilidad al capital aportado dificulta la consecución de **créditos** sin disponer del aval personal de los socios, lo cual significa que la responsa-

bilidad no es del todo limitada ya que se debe **responder personalmente**, como avalistas, de las posibles deudas de la empresa.

- ✓ Los **administradores o miembros del consejo de administración** de las sociedades limitadas y anónimas pueden responder con todo su patrimonio personal de las deudas de la sociedad con Hacienda, con la Seguridad Social o como consecuencia de una mala gestión. (Pueden tener incluso responsabilidad penal).

Hemos recogido algunas de las características de la sociedad limitada, pero hay una que no es cierta. ¿Cuál?

- ☐ El capital inicial mínimo no puede ser inferior a aproximadamente 3.000 euros.
- ☐ La responsabilidad de los socios y socias se limita al capital aportado.
- ☐ Una sociedad limitada puede tener sólo un socio o socia, se llama entonces unipersonal.
- ☒ **Los socios pueden vender o donar su participación social con total libertad.**

En la sociedad limitada los socios y socias controlan la participación en el capital de la empresa, tienen derecho de compra preferente

La sociedad limitada nueva empresa. SLNE.

¿Sabes que las administraciones públicas fomentan la creación de sociedades limitadas? ¿Por qué? Porque las pequeñas y medianas empresas constituyen el motor de la economía española. Con este objetivo se ha creado un tipo especial de Sociedad Limitada donde se simplifican los trámites al máximo: la **S.L.N.E.**



Sus **características** principales son:

- ✓ Los socios y socias sólo podrán ser **personas físicas**, hasta un máximo de **cinco**. Puede ser unipersonal.
- ✓ El capital social dividido en participaciones, podrá oscilar entre **3.012** y **120.202** euros.
- ✓ La denominación social se compone del nombre y apellidos de uno de los socios o socias, más un código alfanumérico (lo que la hace única e inequívoca) y la leyenda Sociedad Limitada Nueva Empresa o su abreviatura **S.L.N.E.**
- ✓ Los socios poseen una **responsabilidad limitada** respecto a las deudas sociales.
- ✓ Sus **órganos sociales** son más sencillos. Los administradores deben ser obligatoriamente socios o socias.
- ✓ Disfrutan de un modelo de **contabilidad simplificada**.
- ✓ Goza de ciertas **ventajas fiscales** para ayudar a superar los primeros años de actividad.

La Cuenta ahorro-empresa es una figura similar a la cuenta ahorro vivienda, sólo que en este caso las cantidades que los emprendedores y emprendedoras van depositando en el fondo deben destinarse a la constitución de una SLNE, con una duración mínima de dos años y con al menos un local y una persona empleada.

Quienes se decidan por esta figura, que no es incompatible con otras, podrán deducir un 15% de las cantidades depositadas en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

Trámites de constitución de una SLNE

Los **trámites** para crear una Sociedad Limitada Nueva Empresa son básicamente los mismos que para cualquier otro tipo de sociedad con algunas **peculiaridades**:

- ✓ Pueden realizarse por Internet, por vía telemática y en 48 horas.

¡Sólo hay que ir al PAIT,
rellenar el DUE y al notario!
¡Las SLNE se crean en 48
horas!

- ✓ Se formalizan en un único documento, el DUE (Documento Único Electrónico) que recoge toda la información de la empresa evitando acudir al Registro Mercantil, a Hacienda y a la Seguridad Social.
- ✓ Se realizan a través de los Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación que son unas oficinas que pueden depender de las Administraciones Públicas, de entidades públicas y privadas así como de colegios profesionales, organizaciones empresariales y Cámaras de Comercio. También realizan funciones de PAIT los centros de Ventanilla Única Empresariales (VUE).

En la siguiente página puedes encontrar paso a paso los trámites de constitución de las sociedades limitadas nueva empresa.

SLNE Paso a paso <http://www.circe.es/Circe.Publico.Web/Articulo.aspx?titulo=Como+realizar+un+tramite>

- ✓ El sistema de Tramitación Telemática del **CIRCE** (Centro de Información y Red de Creación de Empresas) es un sistema informático de tramitación de expedientes electrónicos que, a través del DUE, lleva a cabo el intercambio de la documentación necesaria para la creación de empresas, aunque actualmente sólo se puede utilizar para sociedades limitadas y SLNE.
- ✓ El **PAIT** tiene una doble misión:
 - ➔ Prestar servicios presenciales de información y asesoramiento a los emprendedores y emprendedoras en la definición y tramitación telemática de sus iniciativas empresariales, así como durante los primeros años de actividad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.
 - ➔ Iniciar el trámite administrativo de constitución de la sociedad a través del Documento Único Electrónico (DUE).

Para encontrar tu PAIT más cercano, puedes consultar en el siguiente enlace:

PAIT <http://www.circe.es/Circe.Publico.Web/Articulo.aspx?titulo=Servicios+que+presta+un+PAIT>

Bernabé montó una empresa de ambulancias hace tres años y funciona muy bien, la asesora le recomienda que separe su patrimonio personal de la marcha de la empresa ¿Qué forma jurídica es la que le propone?

- ☐ Una cooperativa.
- ☒ **Una sociedad Limitada.**
- ☐ Una empresa individual.
- ☐ Una comunidad de bienes.
- ☐ Ninguna de las formas planteadas es adecuada.

La Sociedad Anónima

Caso práctico

Teresa, Manuel, Rafa y Encarna han descartado la **Sociedad Anónima**, pero si en un futuro crecen, abren nuevos centros de trabajo, deciden conquistar nuevos mercados, contratar más personal, etc., necesitarán mucho capital y para obtenerlo tendrán dos opciones:

- ✓ Pedir un **crédito** y pagar intereses.
- ✓ Ampliar el capital de la sociedad a través de aportaciones económicas de otras personas ajenas a las que, a cambio de asumir los posibles riesgos de la actividad, participarán, en proporción a sus aportaciones, en los beneficios de la actividad. Será el momento de **transformarse en una Sociedad Anónima**.



La sociedad anónima es una sociedad capitalista dedicada a actividades empresariales, cuyo capital social, que no puede ser inferior a 60.101,21 euros, está dividido en acciones y en la que los socios y socias tienen una responsabilidad limitada y no personal frente a las deudas sociales. Es la forma jurídica más conveniente para las grandes empresas.

Las **características** que la definen son:

- a) El capital social está dividido en acciones que representan partes alícuotas del capital social y cuya transmisión es libre.
- b) El capital social inicial para su constitución es como mínimo de **60.101,21 €**.
- c) Pueden ser socios y socias de la misma tanto personas físicas como jurídicas.
- d) En la razón social deberá figurar obligatoriamente la indicación "**Sociedad Anónima**" o su abreviatura "**S.A.**"
- e) Pueden estar integradas por uno o más socias o socios. Si es una sola persona, se llamará unipersonal.
- f) Los derechos y deberes de los socios y socias están en función de su aportación al capital social.
- g) Los socios y socias tienen una responsabilidad limitada a su aportación, es decir las deudas de la sociedad no afectan a su patrimonio personal.
- h) Los socios y socias tienen derecho a participar en los beneficios sociales (dividendos), a suscribir de forma preferente las nuevas acciones que emita la sociedad, a asistir y votar en las Juntas de accionistas y a recibir información puntual sobre la sociedad.
- i) Los órganos sociales que la rigen son:
 - ✓ La **Junta general** (formada por la totalidad de socios y socias que por mayoría deliberan y deciden sobre asuntos de su competencia. Cada acción representa un voto, por tanto, los socios y socias que más acciones poseen son los que tienen el control de la sociedad).
 - ✓ Los **Administradores** y el **Consejo de Administración** (cuando la administración se confíe a más de dos personas) que realizan la función ejecutiva de acuerdos y de representación de la sociedad.

Ventajas e inconvenientes de la Sociedad Anónima

¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes de constituirse como sociedad anónima?

- ✓ Las **ventajas** de constituirse en S.A. son :
 - ➔ la posibilidad de financiarse a través de inversores,
 - ➔ la fácil transmisión de las acciones y
 - ➔ la responsabilidad limitada de los socios y socias.
- ✓ Los **inconvenientes** son:
 - ➔ el capital mínimo a aportar,
 - ➔ el poco control del capital al ser libre la transmisión de las acciones,
 - ➔ el estar sometida a auditorías de cuentas y lo complejo de su funcionamiento.

Por todo lo anterior, esta forma jurídica es habitual en grandes empresas que movilizan mucho capital e inadecuada para pequeños negocios.

LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS DEPORTIVAS. SAD

Son un tipo especial de sociedad anónima, lo adoptan determinadas entidades (clubes o equipos profesionales) cuyo objeto social es el desarrollo de algún tipo de deporte en competición de manera profesional en un ámbito estatal. Están obligadas a convertirse en SAD las entidades que participen en competiciones profesionales como 1ª y 2ª división de fútbol y la ACB de baloncesto.

LAS GRANDES S.A. COTIZAN EN BOLSA

Existe un mercado específico de acciones que es la bolsa de valores. La Bolsa es un mercado de capitales organizado, institucionalizado, oficialmente regulado, con unos intermediarios y formas de contratación específicas en el que se realizan operaciones de compra y venta de acciones y obligaciones. Sólo las grandes empresas cotizan en bolsa.

Las sociedades limitadas y las anónimas son sociedades capitalistas. A continuación comparamos ambas sociedades, pero hay una afirmación que no es correcta. ¿Cuál es?

☐ En la sociedad anónima el capital está dividido en acciones -que se pueden transmitir sin muchas restricciones- mientras que en la sociedad limitada se divide en participaciones por lo que la adquisición de la condición de socio o socia es más restringida.

☒ **El capital social inicial mínimo es más cuantioso en la sociedad limitada que en la anónima.**

☐ La responsabilidad en ambos casos es limitada.

☐ Las acciones de una sociedad anónima y las participaciones de una limitada son partes alícuotas del capital de una sociedad capitalista.

Empresas de economía social

"¿Todo por la pasta?"

No necesariamente. Las empresas persiguen de forma directa y prioritaria la obtención de beneficios económicos. Pero en este apartado vamos a tratar de un tipo especial de organizaciones empresariales que vinculan, e incluso supeditan, el logro de estos beneficios a los **valores de la economía social**.

Estos valores son los siguientes:

- ✓ Primacía de las personas sobre el capital.
- ✓ Organización y cultura empresarial con vocación de gestión participativa y democrática.
- ✓ Conjunción de los intereses de los miembros usuarios y del interés general.
- ✓ Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad entre sus miembros.
- ✓ Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos.
- ✓ Aplicación de la mayor parte de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del interés general, de los servicios a los miembros y el desarrollo sostenible.

¿Qué tipos de empresas de economía social debemos considerar?

Las empresas de economía social más importantes son las **sociedades laborales** y las **cooperativas**, de las cuales nos ocuparemos en los siguientes apartados. A continuación definiremos brevemente otras **formas jurídicas relacionadas con la economía social**:

- ✓ **Las sociedades agrarias de transformación (SAT)**: son sociedades civiles con finalidad económico-social en orden a la producción, transformación y comercialización de productos agrícolas, ganaderos o forestales, la realización de mejoras en el medio rural, la promoción y desarrollo agrarios y la prestación de servicios comunes que sirvan a dicha finalidad.
- ✓ **Las mutualidades**: Una mutualidad o mutua es una entidad sin ánimo de lucro cuyos socios y socias, llamados mutualistas, contribuyen a la financiación de la institución con una cuota social. Con el capital acumulado a través de las cuotas sociales de los mutualistas, la institución brinda sus servicios a aquellos socios y socias que los necesiten. Las mutualidades más frecuentes son las de seguros y las de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.
- ✓ **Las fundaciones**: La fundación es una organización con personalidad jurídica y sin ánimo de lucro que, por voluntad de quienes la crearon, tiene afectado su **patrimonio** a la realización de un fin de interés general.
- ✓ **Las empresas de inserción**: La empresa de inserción es aquella sociedad mercantil o sociedad cooperativa legalmente constituida que, debidamente calificada por los organismos autonómicos competentes en la materia, realice una actividad económica cuyo objeto social tenga como fin la integración y formación sociolaboral de personas en situación de **exclusión social** como tránsito al empleo ordinario.
- ✓ **Los centros especiales de empleo**: Organizaciones económicas constituidas para ofrecer formación y empleo a personas con discapacidad.

- ✓ **Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG):** Una organización no gubernamental (ONG) es una entidad de carácter privado, con fines y objetivos humanitarios y sociales definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también de organismos internacionales. Puede adoptar diferentes formas jurídicas (asociación, fundación, cooperativa, etc). Están integradas por voluntarios y voluntarias y se financian a través de diversas fuentes: personas particulares, Estados, organismos internacionales, empresas, otras ONG, etc.

Si quieres más información sobre las empresas de economía social puedes consultar la interesante Web de la Confederación Empresarial Española de la economía social.

CEPES

<http://www.cepes.es/>

El artículo 129.2 de la **Constitución española de 1978** establece: "Los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en la empresa y fomentarán, mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas. También establecerán los medios que faciliten el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción".

La sociedad laboral

Se denominan laborales aquellas sociedades- limitadas o anónimas- en las que más de la mitad del capital social pertenece a los trabajadores y trabajadoras que en ella prestan sus servicios retribuidos de forma directa y personal y cuya relación laboral sea a jornada completa y por tiempo indefinido.

Las sociedades laborales van a tener las características de la Sociedad Limitada o Anónima, en función de la forma que adopten, con las peculiaridades que se exponen a continuación.

Características:

- ✓ La razón social irá acompañada de las siglas "**S.A.L.**" para las sociedades anónimas laborales y de "**S. L. L.**" para las sociedades limitadas laborales.
- ✓ El capital social está dividido en **acciones o participaciones laborales**- en poder de los trabajadores y trabajadoras - y **acciones o participaciones no laborales**.
- ✓ El número mínimo de **socios y socias es de 3**. Ningún socio o socia puede tener más de un tercio del capital social.
- ✓ Existen dos tipos de socios y socias: **los socios y socias trabajadores**- que prestan sus servicios en la empresa por tiempo indefinido y a jornada completa- y **los socios y socias capitalistas**, que poseen la propiedad de acciones o participaciones. Puede haber trabajadores y trabajadoras por cuenta ajena que no sean socios ni socias.
- ✓ El **capital mínimo** para constituirse es de 60.101,21€ en el caso de las sociedades anónimas laborales y de 3.005,06 € para las sociedades limitadas laborales.
- ✓ Necesitan una **calificación laboral del Ministerio de Trabajo** y son registradas en un registro específico.
- ✓ Estas empresas pueden contratar trabajadores y trabajadoras, que no tienen la condición de socios ni socias con limitaciones: Los trabajadores y trabajadoras indefinidos no socios no pueden superar el **15%** de las horas trabajadas anualmente por los socios y socias trabajadores. Si la sociedad tiene menos de 25 trabajadores y trabajadoras, el porcentaje será del 25% como máximo.
- ✓ A la hora de **transmitir las acciones o participaciones** el orden de preferencia es el siguiente: trabajadores y trabajadoras con contrato indefinido no socios, socios y socias trabajadores, socios y socias capitalistas y personas ajenas a la empresa. El objetivo de esta medida es incrementar el número de socios y socias trabajadores.
- ✓ Existe obligación de constituir una reserva especial de al menos el **10% de los beneficios** obtenidos en cada ejercicio.
- ✓ Tributa en el **Impuesto sobre Sociedades** y goza de algunos **beneficios fiscales**.

- ✓ Se basan en el principio de solidaridad entre los socios y socias, y en el principio democrático una persona (socio) un voto.
- ✓ No hay afán de lucro o de obtención de la máxima rentabilidad del capital, los socios y socias aportan capital y trabajo y obtienen una remuneración conjunta en función de la actividad realizada.
- ✓ Libre entrada y salida de socios y socias.
- ✓ El capital es variable. Se constituye por las aportaciones de los socios y socias.
- ✓ En caso de disolución, una parte de las reservas debe destinarse al fondo de educación y obras sociales.

¿Cuándo conviene constituir una sociedad laboral?

Pueden responder a dos situaciones:

- ✓ Transformación de una sociedad mercantil preexistente. Por ejemplo, el caso de una sociedad anónima que atraviesa una grave crisis y, para evitar su desaparición, los trabajadores y trabajadoras pasarán a ser socios-trabajadores para evitar la pérdida de puestos de trabajo, creando una sociedad limitada laboral.
- ✓ Creación de una nueva sociedad con estas características.

Para ampliar información, consulta a CONFESAL (Confederación Empresarial de Sociedades Anónimas Laborales).

CONFESAL

<http://www.confesal.es/>

A continuación detallamos las ventajas de la sociedad limitada nueva empresa, pero hay una afirmación que no es cierta. Márcala.

- ☐ La tramitación es telemática.
- ☐ Tienen algunas ventajas fiscales.
- ☐ La contabilidad es más sencilla.
- ☒ **Son democráticas, cada socio o socia, un voto.**

La existencia de una sociedad laboral puede responder a dos situaciones, que debes marcar.

- ☒ **Transformación de una sociedad mercantil preexistente.**
- ☒ **Creación de una nueva sociedad con estas características.**
- ☐ Necesidad de crear una empresa como autónomo.
- ☐ Tenemos mucho capital y queremos limitar nuestra responsabilidad.

La sociedad laboral surge por la transformación de una sociedad mercantil que ya existía, o porque directamente creemos una nueva sociedad con esta forma jurídica.

La sociedad cooperativa

Para empezar a abrir boca en este apartado, te proponemos que veas este vídeo sobre cooperativas.

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=J9UMJ6U-U28

La cooperativa es una sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para la realización de actividades empresariales, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democrático.

En general, las cooperativas, como empresas de economía social, no pretenden la obtención de lucro, su objetivo es **facilitar a sus miembros empleo o servicios**.

Las características que las definen son:

- ✓ Carácter personalista, las personas y su labor social priman sobre el capital.
- ✓ La razón social va siempre acompañada de la leyenda Sociedad Cooperativa o "S. Coop."
- ✓ Tipos de socios y socias:
 - ➔ **Socios y socias trabajadores** que aportan trabajo.
 - ➔ **Socios y socias inactivos** que lo son a pesar de cesar en la actividad de la sociedad.
 - ➔ **Socios y socias colaboradores** que sólo participan en actividades accesorias.
 - ➔ **Asociados y asociadas** (o adheridos y adheridas) que sólo aportan capital sin realizar actividad alguna en la empresa (su número y el capital que aportan está limitado).
- ✓ **Libre adhesión y baja voluntaria** de los socios y socias. A la persona que pierde la condición de socio o socia se le reembolsarán las aportaciones al capital de la cooperativa.
- ✓ Estructura, gestión y control **democráticos**, todos los y las cooperativistas tienen la misma capacidad de decisión, no depende del capital aportado. Igualdad de derechos y obligaciones.
- ✓ Participación en los beneficios: se denomina "retorno cooperativo", y de él participan en función de las actividades, operaciones, o servicios que hayan realizado.
- ✓ La responsabilidad ante las deudas sociales es limitada salvo que los estatutos dispongan lo contrario.
- ✓ Se deben crear necesariamente, con los resultados procedentes de la actividad:
 - ➔ El **fondo de reserva** obligatorio destinado al desarrollo y garantía de la cooperativa.
 - ➔ El **fondo de educación y promoción** que se dedica a la formación y perfeccionamiento de los socios y socias. Así gran parte de los beneficios se reinvierten en creación y mejora de empleo y en actividades sociales.
- ✓ Tributan fiscalmente en el Impuesto sobre Sociedades y gozan de ventajas fiscales.
- ✓ Los socios y socias pueden cotizar a la Seguridad Social acogiéndose al Régimen General o al de Trabajadores Autónomos.
- ✓ Los órganos de gestión de la cooperativa son:
 - ➔ La **Asamblea General** en la que participan todos los socios y socias (cada socio o socia, un voto). Es el órgano soberano y sus acuerdos son obligatorios,
 - ➔ El **Consejo Rector**, órgano gestor de la cooperativa.
 - ➔ Los **Interventores** que controlan la gestión económica
 - ➔ El **Comité de Recursos** (opcional) resuelve las reclamaciones formuladas por los cooperativistas.

sarahamina.CC-by-nc-sa.[Procedencia](#)**Tipos de cooperativas que la ley reconoce.**

La primera clasificación que vamos a estudiar es la que divide a las cooperativas en cooperativas de primer grado y cooperativas de segundo y ulterior grado. Las primeras, que son las más frecuentes, también se subdividen en otros tipos que veremos a continuación

- a) **Cooperativas de primer grado** formadas por tres socios como mínimo que pueden ser personas físicas o jurídicas (una sociedad, un ayuntamiento...) Pueden ser de muchos tipos, hemos destacado los siguientes:
- ✓ Cooperativas de trabajo asociado. El objetivo de los cooperativistas es crear sus propios puestos de trabajo
 - ✓ Cooperativas de consumidores y usuarios. Por ejemplo un gimnasio utilizado por los /as cooperativistas.
 - ✓ Cooperativas de viviendas. Personas que se asocian para construir sus viviendas.
 - ✓ Cooperativas agrarias. Los productores se asocian para la utilización de maquinaria o venta común de sus productos.

- ✓ Cooperativas de servicios. Por ejemplo, una cooperativa que distribuye medicamentos a los farmacéuticos locales
- ✓ Cooperativas de transportistas. Los taxistas suelen agruparse utilizando esta forma jurídica, también algunas empresas de ambulancias.
- ✓ Cooperativas de seguros. Aseguran a los cooperativistas ante determinadas eventualidades.
- ✓ Cooperativas sanitarias. Aseguran a sus miembros riesgos relacionados con la salud.
- ✓ Cooperativas de crédito. Muchas cajas de ahorro son cooperativas.
- ✓ Cooperativas de enseñanza. Posibilitan el acceso de los jóvenes al conocimiento práctico de técnicas de organización empresarial fomentando la cultura emprendedora.

El programa EJE (Empresa Joven europea) es un proyecto educativo en el cual el alumnado de Educación Secundaria y Ciclos Formativos gestionan una cooperativa de comercio internacional en la que intercambian productos con alumnado de cooperativas de otras regiones o países. EJE cuenta con el reconocimiento de la Comisión Europea como ejemplo de buenas prácticas para el fomento de la cultura emprendedora en el sistema educativo. Encontrarás más información sobre este programa en el siguiente enlace

Empresa Joven Europea

www.valnaloneduca.com

- b) **Cooperativas de Segundo o Ulterior grado**, formadas por varias cooperativas. Por ejemplo, varias cooperativas agrícolas crean una cooperativa de segundo grado para la exportación de sus productos.

Comenzamos con los trámites

Caso práctico

Manolo, Teresa, Encarna y Rafa tienen todo listo para iniciar los trámites de creación de su nueva empresa. ¡Por fin su sueño se va a convertir en realidad! La asociación de empresarios que les asesora en la elaboración del proyecto ha calificado su plan de negocio como **realista y viable** les ha animado a iniciar la actividad. ¡**Van a comenzar con los trámites!** Les han comentado que normalmente las asesorías son las que se encargan de este cometido pero **Teresa**, a la que le encanta la informática y el papeleo, ha visto que algunos se pueden hacer de forma telemática. Si lo hacen ellos se ahorrarán un coste y además conocerán más cosas de los entresijos de su empresa. También es una oportunidad para contactar con gente y dar a conocer su negocio ante diferentes organismos. "¡Nosotros podemos!" -dicen ilusionados a **Enrique**, el técnico que les ayuda en la elaboración del plan de negocio. -"De acuerdo, pero tenemos que hacer una buena planificación e incluir todos esos trámites en el plan de negocio".

Vamos a acompañarles en la constitución y puesta en marcha de una **Sociedad Limitada**. ¿Recuerdas sus características?

Los trámites y gestiones necesarios para la creación de una empresa y las instituciones que llevan a cabo este proceso no son **barreras infranqueables** para la puesta en práctica de nuestra iniciativa. Mediante una actitud abierta a la información y, sobre todo, utilizando un **plan de actuación organizado**, conseguiremos que nuestro proyecto se convierta en realidad y pueda iniciar su actividad.

El proceso de tramitación puede ser realizado por todas las personas que componen la empresa, por algunas de ellas o por representantes legales debidamente acreditados.

Es conveniente **contar con el asesoramiento de profesionales** en la materia -bien privados o públicos- que diariamente se enfrentan a este tipo de cuestiones y cuya experiencia puede ser de gran ayuda. Las Comunidades Autónomas, los ayuntamientos, las Cámaras de Comercio, las universidades,... ofrecen información, asesoramiento e incluso la tramitación de algunos documentos de forma gratuita. Especialmente en el tema de trámites, los más útiles son los Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT) y las Ventanillas Únicas Empresariales (VUE), de los que hablamos en la unidad anterior.



Ventanilla única

La imagen de la izquierda es un enlace donde puedes encontrar la Ventanilla Única más cercana a tu localidad así como la **Ventanilla Única Virtual** que conecta con la página 0.60 del Gobierno de España y que nos ofrece toda la información necesaria para la tramitación de una empresa concreta.

También te pueden ayudar:

- ✓ **Los Agentes locales de empleo** que se encuentran en cada municipio y dan cobertura a un gran número de actuaciones con las que se pretende incentivar la creación de empresas y de empleo, fuente de riqueza y crecimiento de cualquier territorio.
- ✓ En los **Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE)**, organismos que prestan diversos servicios empresariales a emprendedores que tengan una idea de negocio y quieran llevarla a cabo.

¿Cómo son los trámites?

Es frecuente que en los medios de comunicación y revistas especializadas leamos titulares como los siguientes:

¡Los trámites administrativos se pueden realizar ya sin salir de la oficina y en 24 horas!	Los organismos públicos han adaptado sus webs para ofrecer gestiones digitales.
	¿Por qué de forma telemática? Comodidad, rapidez, ausencia de colas, a cualquier hora, menor coste,... Además, es más ecológico porque se consume menos papel.
A través de la VÚE y de los PAIT puedes realizar "on line" todos los trámites de constitución.	

La tendencia actual es la **simplificación** de los trámites y su realización de forma **telemática** (si se dispone de los correspondientes certificados digitales que autentifican la identidad de las personas que constituyen la empresa). El vídeo de la derecha, "crea tu empresa de forma telemática" nos ayuda a ilustrar este párrafo.

Para determinar los trámites concretos que debe realizar una empresa tendremos que tener en cuenta los siguientes factores:

- ✓ La **actividad** a la que nos vamos a dedicar.
- ✓ La **forma jurídica** adoptada.
- ✓ La normativa de cada **Comunidad Autónoma y Ayuntamiento**.
- ✓ Las características de las **personas** que integran la empresa: socios capitalistas, socios trabajadores, trabajadoras y trabajadores por cuenta ajena,...

Los trámites no son iguales para todas las empresas, aunque hay una serie de formalidades que han de ser cumplidas con **carácter general** y que son las que trataremos de analizar en esta unidad.

Hay sectores económicos sometidos a determinadas leyes que obligan a las empresas del sector a realizar **trámites específicos**.

A modo de ejemplo: agencias de viajes, bares, cafeterías, restaurantes y hoteles, establecimientos alimentarios, talleres de reparación, almacenes de sustancias tóxicas o peligrosas, fabricación de productos, climatización y aparatos de presión, construcción, instalaciones y reparaciones eléctricas, madera y corcho, etc.

Por otro lado, hay actividades empresariales que deben someterse a **trámites medioambientales**, como la evaluación del impacto ambiental.

Sobre trámites específicos de algunas actividades empresariales frecuentes.

Trámites específicos

ANEXO I - Trámites específicos

Sobre actividades empresariales que deben realizar trámites medioambientales.

Trámites medioambientales

ANEXO II - Trámites Medioambientales

Algunas informaciones sobre trámites

- ✓ La eliminación de las trabas para crear empresas se debe fundamentalmente a que contribuyen a crear empleo y a la sostenibilidad económica del país.
- ✓ Una de las mayores dificultades que encuentran las personas emprendedoras para crear una empresa es la abundante documentación que se exige.
- ✓ Según los expertos, los trámites pueden costar entre 400 y 2000 euros. Crear una empresa individual cuesta aproximadamente 160 euros, una sociedad limitada unos 500, una anónima unos 800. Pero cada forma jurídica tiene sus ventajas e inconvenientes. Hay que elegir la que mejor se adapte a nuestras características.
- ✓ Las empresas que desarrollan su actividad en Internet, por ejemplo las que se dedican a la compraventa en eBay, están sometidas a los mismos trámites e impuestos que cualquier otra empresa, aunque no tengan una sede física.

En este tema nos centraremos en el estudio de los trámites que deben cumplir las empresas con carácter general, para lo cual tendremos en cuenta que hay dos **tipos de trámites**, que estudiarás más adelante en esta misma unidad:

- ✓ Trámites de constitución
- ✓ Trámites de en marcha la empresa.

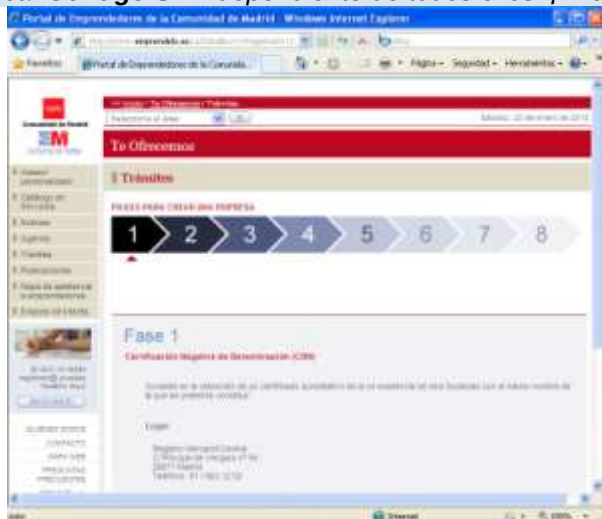
Trámites de constitución de sociedades

Caso práctico

Teresa, Encarna, Manolo y Rafa ya han constituido su empresa y éstos son los pasos que han seguido:

- ✓ Los cuatro socios eligieron tres nombres para su empresa por orden de preferencia. **Teresa** solicitó la **certificación negativa de denominación social** en la Web del Registro Mercantil Central y se la enviaron, la empresa se llamará **Contigo SL**. Este trámite les costó 17 euros.
- ✓ Con la certificación negativa acudieron al banco con el que van a trabajar para depositar los 3.012 euros (qué es el capital social mínimo para la constitución de una SL). El banco les dio el segundo documento: **el justificante bancario** del depósito.
- ✓ Juntos fueron al notario, un conocido de Manolo, con los **estatutos** que elaboraron asesorados por Enrique y con sus dos certificaciones: la negativa de denominación y la bancaria. El notario fue muy amable, leyó muy formalmente el documento, dijo que todo correspondía a Derecho y firmaron solemnemente la **escritura de constitución de la sociedad**. Les dijeron que les costaría entre 250 y 500 euros y les costó 310.
- ✓ **Teresa** sabía que tenía 30 días para pagar el ITPAJD y solicitar el CIF, así que, con la copia de la escritura, la certificación negativa y el resguardo del banco, se acercó a la Administración tributaria de su comunidad autónoma a **pagar el ITPAJD**, rellenó el modelo 600 y pagó 30,12 euros (El 1% del capital social). Después fue a la Delegación de Hacienda del Estado en su provincia para **solicitar el CIF**, rellenó otro impreso, el **modelo 036**.
- ✓ Para el último trámite de constitución, la **inscripción en el Registro Mercantil de la provincia**, **Teresa** llevó una carpeta cargada de documentos: la certificación negativa, el justificante bancario, copia de las escrituras, resguardo de haber pagado el ITPAJD y otro de haber solicitado el CIF. La inscripción y publicación en el Registro Mercantil de la provincia les costó 140 euros.

Todo el equipo está muy orgulloso del trabajo de **Teresa**: ¡Ha constituido una nueva persona jurídica: **Contigo SL** independiente de todos ellos! ¡Y los gastos de tramitación fueron sólo 497,12 euros!



El empresario individual o autónomo apenas tiene trámites de constitución



¿Qué son los trámites de constitución?

Como hemos dicho en el apartado anterior son los requisitos legales necesarios para que una sociedad tenga **personalidad jurídica** propia, **independiente de las personas físicas que la integran**.

En este epígrafe analizaremos estos trámites, pero antes te invitamos a verlos paso a paso:

A continuación analizamos uno a uno y por el orden en el que deben efectuarse, los trámites de constitución generales de una sociedad, esto significa que **para la realización de un trámite, debes llevar la justificación de haber realizado los anteriores**.

Trámites de constitución	1. Certificación negativa de denominación social
	2. Depósito del capital en la entidad financiera
	3. Elaboración de los Estatutos de la sociedad y otorgamiento de escritura pública de constitución
	4. Liquidación y pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD)
	5. Solicitud del código de Identificación Fiscal (CIF)
	6. Inscripción en el Registro Mercantil de la provincia

Certificación negativa de denominación social

¿Cómo se consigue que el nombre o razón social de una sociedad no coincida con el de otras sociedades ya constituidas? Solicitando un documento denominado **certificación negativa de denominación social** que acredita la no existencia de otra sociedad con el mismo nombre que la que se pretende constituir.

Se solicita en el **Registro Mercantil Central** para las Sociedades Mercantiles y en la Dirección General del Instituto de Fomento de la Economía Social para las cooperativas de ámbito nacional (si se trata de una cooperativa de ámbito autonómico, hay que dirigirse al órgano competente).

La certificación negativa se puede obtener personalmente en el RMC, por correo o por vía telemática



Se cumplimenta un impreso oficial en el que se proponen tres nombres por orden de preferencia. El certificado se obtiene en una semana y caduca a los dos meses, cuatro en el caso de las cooperativas, renovable hasta 15 meses.

Algunas condiciones para el nombre o razón social de una sociedad:

- ✓ El nombre debe incluir la **forma jurídica** adoptada o la abreviatura de la misma (S.A., S.L., S. Coop...)
- ✓ Puede estar formado por las **letras del alfabeto** de cualquiera de las lenguas oficiales españolas, también por números.
- ✓ No puede ser el nombre de una **persona o empresa** sin el consentimiento de ésta.
- ✓ Tampoco el nombre puede ser la traducción del de otra empresa, o utilizar las mismas palabras en diferente orden, o utilizar letras con semejanza fonética, o la misma denominación añadiendo o quitando términos, expresiones o artículos.
- ✓ No caben nombres **contrarios a la ley, orden público o buenas costumbres**.
- ✓ **No caben nombres** como España, nombres de comunidades autónomas, provincias o municipios, ni el de órganos de la Administración pública.

El señor Burgos quiere montar una sociedad en Osuna. Le han informado sobre el trámite a realizar para que la denominación de su empresa sea legal, pero se han equivocado en una cosa. Te damos la lista de indicaciones que le han dado, para que marques la que está mal.

- ☐ El trámite se llama certificación negativa de denominación social.
- ☒ **Lo emite el Registro Mercantil de la provincia.**
- ☐ No caben nombres contrarios a la ley, orden público o buenas costumbres.
- ☐ Se proponen tres nombres, ordenados por orden de preferencia.
- ☐ ~Se tramita en el Registro Mercantil Central que tiene su sede en Madrid.

No es el Registro Mercantil de la provincia, sino el Registro Mercantil Central el órgano que emite la certificación negativa de denominación social.

La denominación social de la persona que monta una empresa individual es su nombre legal. Las sociedades civiles y las comunidades de bienes pueden optar por cualquier nombre o denominación sin necesidad de ser registrado, siempre y cuando a esa denominación se le añada "Comunidad de Bienes" (o "C.B.") o "Sociedad Civil" (o S.C.).

Denominación social y marca o nombre comercial pueden no coincidir. La denominación o razón social se usa en las operaciones jurídicas de la sociedad (inscripción en el Registro mercantil, pago de impuestos,...), el nombre comercial lo utiliza la empresa en el mercado (publicidad, rótulos, relaciones con clientes...). Por ejemplo, la empresa INDITEX S.A., es la razón social de la empresa que utiliza nombres comerciales tan conocidos como Zara, Bershka, Massimo Dutti, Oysho, etc.

Si quieres obtener una certificación negativa de denominación social, puedes solicitarla a través de la Web del Registro Mercantil Central. Investiga los servicios que este Registro ofrece.

<http://www.rmc.es>



Sólo una de estas denominaciones es válida para su presentación en el Registro Mercantil Central.

- ☐ Almería S.L.
- ☐ Academia Instituto Nacional de Empleo.
- ☐ Librería Carmen Martín Gaité.
- ☒ Belleza on line SA.

Sí puede utilizarse, ya que aunque está en otra lengua, se compone de letras del alfabeto oficial.

Depósito del capital en la entidad financiera

Sabemos que las sociedades tienen un capital social y que en muchas formas jurídicas se exige un capital social mínimo, pero ¿cómo se justifica la aportación de capital a la sociedad por parte de los socios fundadores?

Mediante un **certificado del banco** que acredita que en una cuenta bancaria a nombre de la sociedad en constitución se ha depositado el capital con el que se constituye.

Con posterioridad, puede utilizarse el dinero ingresado.

- ✓ En las **sociedades limitadas** es necesario desembolsar como mínimo la totalidad del capital social mínimo exigido por la ley: 3.005 euros. En el caso de las **sociedades anónimas** la ley exige el desembolso mínimo del 25 % del capital social. Como el capital social mínimo es de 60.101,21 euros, basta con desembolsar en la cuenta 15.025,30 euros
- ✓ En el caso de tratarse de **aportaciones no dinerarias**, por ejemplo local, ordenadores, etc., deberán hacerse constar en la escritura de constitución de la sociedad.
- ✓ La aportación de capital a la sociedad, al menos al principio, **no debe ser muy elevada**, porque la cuantía del capital social incrementa los costes de constitución, por ejemplo en la Notaría y en la liquidación del ITPAJD.

Si montas una SL, parecerá que tu empresa es más grande, que tienes más experiencia, los clientes tendrán más confianza. Pero los proveedores y los bancos tendrán más recelos en concederte créditos ¿Verdadero o falso?

- ☒ Verdadero. ☐ Falso

Al ser la responsabilidad limitada al capital aportado, los acreedores pueden ver que peligra el pago de su deuda

Una S.L.N.E. puede ser constituida por cuatro personas físicas, con un capital social de 70.000 euros, por medios telemáticos.

- ☒ Verdadero ☐ Falso

El número de socios y socias es de 5 como máximo y el capital social debe estar comprendido entre 3.012 euros y 120.202 euros

Elaboración de los Estatutos de la sociedad y otorgamiento de escritura pública de constitución

¿Dónde se hacen **constar los pactos** que los socios y socias fundadores de una sociedad adopten? ¿Cómo se le da a esos acuerdos un carácter formal y público?

En los denominados **estatutos**.

Los estatutos son las normas, acordadas por los socios y socias fundadores, que van a regir la sociedad. Deben contener **datos** como los siguientes: nombre de la sociedad, identidad de los socios y socias, las aportaciones que cada persona socia realiza al capital social, objeto social (actividad a la

que se dedica), duración y fecha de inicio de la actividad, capital social y forma de división, domicilio, régimen de participación de cada socio o socia, órganos de administración,...

Los estatutos deben tener en cuenta las características que la ley exige para la forma jurídica elegida y además se pueden incluir todos los pactos lícitos que los socios y socias fundadores quieran acordar.

Puedes ver modelos de estatutos en el siguiente enlace:

Modelos de Estatutos

<http://www.tuguialegal.com/formsociedades.htm>

Solicitud de calificación.

Las sociedades cooperativas (no es obligatorio) y las sociedades laborales deben solicitar la calificación de sus estatutos de forma que se compruebe que reúnen todos los requisitos exigidos por la ley para estas formas societarias. Esta solicitud se presenta normalmente ante el Registro de Cooperativas y Sociedades Laborales de la Comunidad Autónoma correspondiente.

Los Estatutos forman parte de la **escritura pública de constitución de la sociedad** que otorga el notario o notaria y que es el acuerdo de constitución de la sociedad firmado por los socios y socias fundadores en presencia del fedatario público.

Las sociedades civiles y las comunidades de bienes pueden constituirse a través de un contrato privado, es decir, no es necesaria la intervención de la notaría, salvo que se aporten bienes inmuebles o derechos reales (derechos sobre las cosas, por ejemplo, que uno de los socios o socias hipoteque su casa por una determinada cantidad que constituye la aportación a la sociedad), en estos casos sí es necesaria la escritura pública.

El notario o notaria certifican la veracidad de que una o varias personas quieren constituir una sociedad, sus Estatutos y principales características.

Notarías:

- ✓ El notario o notaria son funcionarios públicos cuya función es actuar de fedatarios públicos: dan fe de que los actos que se realizan en su presencia son conformes a las leyes. Están obligado a controlar y preservar la ley y mantener la neutralidad en sus actos.
- ✓ En España hay libertad para elegir notario o notaria, excepto en el supuesto de la tramitación telemática, donde sólo unos pocos cuentan con la tecnología adecuada.
- ✓ En presencia del notario o notaria se realizan testamentos, se escritura la compra-venta de bienes inmuebles,... Y se constituyen las sociedades mercantiles.
- ✓ La minuta que debe cobrar estará comprendida entre un máximo y un mínimo fijado por el Colegio de Notarios, su cuantía depende del capital social de la empresa que se constituye y de la extensión de la escritura.
- ✓ Los otorgantes de la Escritura son todos los socios y socias, o bien sus representantes legales o apoderados con facultades suficientes para ello.

Liquidación y pago del I.T.P.A.J.D.

¿Qué es el ITPAJD?

Hay que pagar un impuesto con un nombre largo y muy "jurídico": el **Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados**, abreviadamente ITPAJD.

Se paga cuando se constituye una sociedad, pero también cuando se produce una variación del capital, su fusión, transformación o disolución.

Se presenta la liquidación y se realiza el pago en la **Delegación de Hacienda de la comunidad autónoma** correspondiente cumplimentando el modelo 600. El tipo de gravamen es el **1%** sobre el capital social y hay que presentar la liquidación antes de los treinta días hábiles a partir del otorgamiento de la escritura pública.

En el siguiente enlace puedes ver y descargar el Modelo 600 para la liquidación del ITPAJD.
Modelo 600

- ✓ Este impuesto se paga porque la constitución de una sociedad es un **acto jurídico documentado**.
- ✓ El ITPAJD es un impuesto **descentralizado**, es decir, se paga en la Delegación de Hacienda de la Comunidad Autónoma correspondiente, no en la estatal (AEAT).
- ✓ Las Sociedades laborales y las cooperativas están exentas del pago de este impuesto por constituir la sociedad.

Solicitud del código de Identificación Fiscal (CIF)

El **Código de Identificación Fiscal (CIF)** es un código (combinación de cifras y letras) que permite identificar a la empresa y cuya utilización es obligatoria para realizar actividades financieras, comerciales o fiscales.

Hay que solicitarlo en la Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) de la provincia en la que la sociedad tenga su domicilio en un plazo no superior a 30 días desde el otorgamiento de la escritura. En un principio se concede un CIF **provisional** para empezar a funcionar, debiendo canjearlo por el **definitivo** en un plazo de 6 meses.

" Las personas físicas tenemos NIF, las sociedades tienen CIF "



El impreso que hay que rellenar para solicitar el CIF es el siguiente modelo 036 ó 037 (simplificado)

Modelo 036

- ✓ En la siguiente web encontrarás los servicios que presta el **DNI electrónico**.
- ✓ El primero de los dígitos del CIF indica el tipo de sociedad (A para la anónima, B para la limitada, etc.), los dos siguientes, la provincia en la que tiene su domicilio.

Busca la respuesta incorrecta relativa a los trámites de constitución.

- ☐ Concluyen con la inscripción de la empresa en el Registro correspondiente.
- ☐ Permiten a la sociedad tener personalidad jurídica.
- ☐ Incluyen la obtención del CIF y el pago del ITPAJD.
- ☒ **La afiliación de los trabajadores y trabajadoras es uno de estos trámites.**

Efectivamente, la afiliación de los trabajadores y trabajadoras no es uno de los trámites de constitución de la empresa, sino un trámite de puesta en marcha.

Inscripción en el Registro Mercantil de la provincia

Con la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil de la provincia concluyen los trámites para que la empresa tenga personalidad jurídica. Debe realizarse dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la escritura pública, salvo las sociedades Limitadas y las Cooperativas, que disponen de dos meses.

El **Registro Mercantil** tiene como objetivo dar publicidad a las situaciones jurídicas en las que se encuentra una sociedad. De esta forma podemos acudir al Registro Mercantil para solicitar información de cualquier sociedad de la provincia (por ejemplo quiénes son los socios y socias, cuál es su responsabilidad, el domicilio social, si está en quiebra o suspensión de pagos, su facturación anual,...).

Hay sociedades que deben inscribirse en Registros Especiales como el **Registro General de Cooperativas** o el **Registro de Sociedades Laborales**, en el que tienen la obligación de inscribirse las sociedades correspondientes y es a partir del momento de su inscripción cuando adquieren personalidad jurídica. Las sociedades laborales se inscriben posteriormente en el Registro Mercantil. Las cooperativas no se inscriben en el Registro Mercantil, sólo en el suyo específico.

Para saber dónde está el Registro correspondiente a tu provincia puedes consultar el siguiente enlace.

Registro Mercantil

<http://www.rmc.es/DireccionesMercantiles.aspx>

Las **empresas individuales** pueden inscribirse voluntariamente en el **Registro Mercantil**. Si se inscriben, sus datos se hacen públicos y así mejoran su transparencia frente a terceras personas interesadas.

El registrador inscribe a la empresa en un determinado tomo, folio y hoja, y la constitución aparecerá reflejada en el **Boletín Oficial del Registro Mercantil**, Revista oficial en la que se hace pública la constitución de la sociedad y sus datos esenciales (Nombre, capital social, objeto social,...).

Para repasar lo aprendido sobre el proceso de constitución y adopción de personalidad jurídica de las empresas te ofrecemos un esquema general que puedes encontrar en la Web del IPYME

Esquema del proceso de constitución de una empresa

Otro interesante enlace para repasar los pasos de constitución de una empresa lo encontrarás en el portal de Emprendedores de la Comunidad de Madrid.

Pasos para crear una empresa

A continuación se enumeran una serie de organismos, y por orden cronológico, los trámites necesarios para la constitución de una sociedad. Relaciónalos con el organismo en el que deben realizarse, escribiendo la letra adecuada en los cuadros de texto.

TRÁMITE	SE HACE EN	ORGANISMO
1º. Certificación negativa de denominación.	D	A Notario
2º. Justificante del depósito del capital social.	E	B Registro Mercantil Provincial
3º. Pago del ITPAJD.	F	C Delegación de Hacienda Estatal
4º. Solicitud del CIF.	C	D Registro Mercantil Central
5º. Escritura pública.	A	E Entidad bancaria
6º. Entidad bancaria.	B	F Hacienda de la CCAA

Trámites de puesta en marcha

Caso práctico

La empresa **Contigo SL**, es una persona jurídica con **personalidad jurídica**. Ahora es necesario comenzar la actividad empresarial, para ello hay que realizar los **trámites de puesta en marcha**. **Teresa** y **Enrique**, el asesor han hecho un listado con estos trámites y el organismo en el que deben realizarse.

Teresa no lo ve complicado. A sus socios en cambio, les parece un mundo.

Una vez adquirida la personalidad jurídica son necesarios una serie de trámites que van a permitir a la empresa comenzar a funcionar: son los denominados **trámites de puesta en marcha**.

Estos trámites deben ser realizados **por todas las empresas**, sea cual sea su forma jurídica, por tanto son obligatorios también para el empresario o empresaria individual.

Hemos visto que los trámites de constitución deben seguir un orden cronológico, ya que cada nuevo trámite exige el comprobante de haber realizado el anterior. Los trámites de puesta en marcha sin embargo se van realizando **en función de las necesidades y circunstancias de la empresa**, pueden incluso realizarse simultáneamente, pero se realizan en lugares diferentes por lo que es frecuente clasificarlos en función del organismo ante el que se tramitan y es lo que haremos en los epígrafes que siguen.

A continuación te presentamos la lista de los organismos en los que tienes que cumplimentar trámites y qué tramites en cada uno de ellos. Algunos los desarrollaremos algo más en apartados siguientes.

✓ **En la Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT).**

- ➔ Declaración Censal.
- ➔ Alta en el IAE.

✓ **En la Seguridad Social.**

- ➔ Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
- ➔ Afiliación de los trabajadores y trabajadoras.
- ➔ Alta de los trabajadores y trabajadoras.
- ➔ Alta del empresario o empresaria en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. (RETA)

✓ **Trámites laborales.**

- ➔ En la Administración laboral:
 - ➔ Comunicación de apertura de centro de trabajo.
 - ➔ Libros de visita y matrícula.
 - ➔ Calendario laboral.
- ➔ En la oficina de empleo: Notificación y registro de los contratos.

✓ **En el Ayuntamiento**

- ➔ Licencia de apertura.
- ➔ Licencia de obras.
- ➔ Tributos locales.

✓ **Otros Trámites:**

- ➔ De compra o alquiler del local,
- ➔ en el Registro de la Propiedad,
- ➔ en el Registro Mercantil,
- ➔ ...

Una vez obtenida la personalidad jurídica, los trámites los hará la sociedad en nombre propio y no en el de sus socios



Para un autónomo o una autónoma que no necesita local, los trámites son los siguientes:

- ✓ No realiza trámites de constitución porque es una persona física.
- ✓ En Hacienda: se da de alta en el IAE y hace la declaración censal eligiendo el régimen para el pago del IRPF.
- ✓ En la Seguridad Social: se da de alta en el RETA (Régimen Especial de Trabajadores Autónomos).

En la agencia estatal tributaria. Trámites fiscales

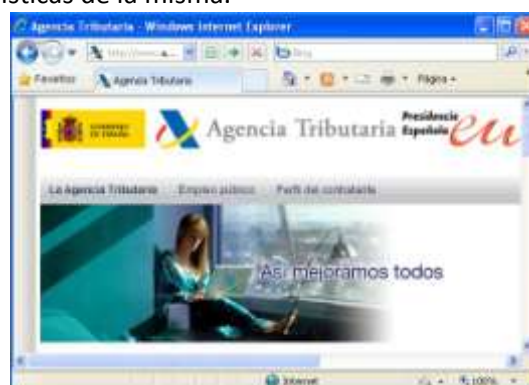
Caso práctico

Teresa ha investigado en la Web de la Agencia Tributaria los trámites y los plazos. Se ha descargado los impresos y los ha rellenado con ayuda de Enrique. Este es el cuadro que han elaborado:

Trámites de puesta en marcha ante la Agencia tributaria.				
Nombre del trámite	Objetivo del trámite	Plazo de realización	Modelo	Realización telemática
Declaración censal	Informar del inicio de la actividad, características, local y modalidad tributaria	30 días antes del inicio de la actividad	036	sí
Alta en el I.A.E.	Darse de alta en una actividad (epígrafe/s)	10 días hábiles antes del inicio	No pagamos si no superamos la facturación anual del millón de euros	sí

La **Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT)** es un organismo autónomo, dependiente del Ministerio de Economía cuya función es la gestión, recaudación y organización del sistema fiscal estatal. En este organismo se gestionan muchos impuestos que gravan la actividad de la empresa. Tenemos que informarnos, en la Delegación de la AEAT que nos corresponda, de los trámites necesarios para que nuestra empresa no tenga ningún problema con Hacienda, así como de las posibles bonificaciones o descuentos consecuencia de las características de la misma.

En la página Web de la Agencia Tributaria podrás acceder a toda la información necesaria sobre trámites fiscales.



- ✓ Las **tarjetas identificativas** son unas pegatinas que facilita Hacienda con nuestros datos personales, NIF o CIF, domicilio fiscal, la Administración a la que pertenecemos, así como un código de barras. Hay que pegarlas en todas las declaraciones tributarias que presentamos en Hacienda.
- ✓ Las sociedades mercantiles deben obtener la **firma electrónica**, ya que sus declaraciones fiscales se presentan por Internet.

Trámites fiscales

¿Cuáles son los trámites fiscales que deben realizar todas las empresas?

Son los siguientes:

1. Declaración censal o alta en el censo.

¿Qué es la declaración censal?

Es un documento por el que las personas o entidades que van a desarrollar actividades empresariales comunican a Hacienda la fecha de inicio, el tipo de actividad al que se van a dedicar, las características del local y la modalidad tributaria elegida.

Este trámite compromete a la empresa a entregar trimestral o anualmente otros modelos referentes al pago del IVA, del IRPF o del Impuesto de Sociedades.

Es el mismo modelo que para la solicitud del CIF, el 036. Debe presentarse antes del inicio de la actividad, dentro de los treinta días posteriores a su constitución, para informar a Hacienda del inicio, pero también si se produce alguna modificación o el cese de la actividad. De no hacerse así, es obligatorio seguir presentando las declaraciones tributarias pertinentes.

2. Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

Todas las personas que inicien actividades empresariales, profesionales o artísticas deben darse de alta en el IAE, en el epígrafe o epígrafes correspondientes a las actividades que pretenden desarrollar, antes del inicio de su actividad (dentro de los 10 días hábiles anteriores), se ejerzan o no en un local. Hay que darse de

"todas las empresas se dan de alta en el IAE pero sólo pagan las que tengan una cifra de negocios superior al millón de euros"

alta en el IAE por cada una de las actividades que se desee ejercer. Así un bar que ofrece servicios de restaurante y vende tabaco debe darse de alta en el epígrafe de *bar, restaurante y comercio al por menor de labores de tabaco en régimen de autorización de venta con recargo*.

Se lleva a cabo a través del modelo 036 de la declaración censal salvo que tengan que pagarlo, en cuyo caso utilizarán el impreso 840.

¿Quiénes deben pagar este impuesto?

El Impuesto sobre Actividades Económicas es un tributo local que deben pagar las empresas que facturen más de un millón de euros anual. Las que facturan menos no están obligadas a pagarlo, sólo a hacer la declaración.

Si tienes interés en conocer los epígrafes del IAE relacionados con los estudios que estás cursando, puedes pinchar en el siguiente enlace.

[Epígrafes del IAE](#)

✓ Presentación y legalización de los libros fiscales

Los **profesionales y empresas individuales** que optan por el régimen de estimación directa simplificada no llevan libros contables pero sí deben llevar libros fiscales que deben presentar en Hacienda para su legalización. En ellos se reflejan las distintas operaciones empresariales (IVA). Los libros fiscales son el libro de ventas e ingresos, el de facturas emitidas, el de compras y gastos, el de facturas recibidas y el de bienes de inversión.

- ✓ También se puede utilizar el **modelo 037**, Declaración censal **simplificada** de alta, modificación y baja en el censo de empresarios, profesionales y retenedores.

En la Seguridad Social

Caso práctico

Contigo SL no va a contratar trabajadores ni trabajadoras, pero han decidido, después de analizar la situación laboral, que **Teresa** se dará de alta como autónoma en el RETA y los demás como socios trabajadores en el Régimen General de la Seguridad Social. Ante esta situación, los trámites laborales quedan como sigue:

Trámites ante la Tesorería General de la Seguridad Social				
Nombre del trámite	Objetivo del trámite	Plazo de realización	Modelo	Realización telemática
Inscripción de la empresa en la SS	Comunicar la intención de contratar trabajadores	Antes de contratar	TA6	sí
Alta en el RETA	Informa a la Seguridad Social de que Teresa va a cotizar como autónoma.	Dentro de los 30 días naturales siguientes al inicio de la actividad. Cau-	TA0521	sí

		sa efecto a partir del día primero del mes natural en que se inicie la actividad		
Afiliación trabajadores	Inscribir a Encarna que trabaja por primera vez	Antes de comenzar la relación laboral	TA1	sí
Alta de los trabajadores	Informar a la Seguridad Social del inicio de la relación laboral y de la intención de cotizar respecto de Manolo, Encarna y Rafael	Antes de comenzar la relación laboral	TA2/S	sí

En la **Tesorería General de la Seguridad Social** se realizan los trámites que a continuación se detallan atendiendo a las circunstancias de la empresa concreta. Todos estos trámites son gratuitos e inmediatos. Puedes consultar para el estudio de este apartado la interesante Web de la Seguridad Social en la que encontrarás los impresos y comprobarás que estos trámites se pueden realizar de forma telemática.



1. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Si la empresa pretende contratar trabajadores o trabajadoras por cuenta ajena debe comunicar a la Seguridad Social esa intención antes del inicio de la actividad. La Seguridad Social le asigna entonces un número, una cuenta de cotización como empleador o empleadora. Este número será válido para toda la vida de la empresa, aunque si tiene centros de trabajo en diferentes provincias, deberá inscribirse en cada una de ellas, y por tanto tener diferentes cuentas de cotización.

La documentación que se aporta es la siguiente: el modelo TA-6, fotocopia del DNI de la persona empresaria o, si es una sociedad, certificación del Registro Mercantil. Además, justificación del alta en el IAE, copia de la escritura e impreso de alta de al menos un trabajador o trabajadora.

El alta en el IAE...

- ☐ Se realiza en el Ayuntamiento de la localidad en la que está ubicada la empresa.
- ☐ No es un trámite obligatorio cuando se tiene una facturación inferior a un millón de euros.
- ☐ Se realiza al finalizar el ejercicio económico, cuando se conoce la cifra de negocio.
- ☒ **Se realiza en la Agencia Tributaria.**

2. Afiliación de los trabajadores y trabajadoras.

Una vez inscrita la empresa como empleadora, el paso siguiente es afiliar a los trabajadores y trabajadoras que ingresan a su cío y que con anterioridad no hayan trabajado. La afiliación se realiza una única vez, a través del modelo TA1 y se obtiene un número de afiliación que será único y vitalicio para cada persona trabajadora.

3. Alta de los trabajadores y trabajadoras.

Si la persona trabajadora ya estaba afiliada o se ha procedido a su afiliación por la empresa, el paso siguiente en la Seguridad Social es darle de alta, es decir, encuadrarla en el régimen del sistema que corresponda, en función de la actividad que vaya a realizar. Se rellena el impreso TA2.

Se presenta antes de empezar a trabajar el modelo firmado por la empresa y la persona trabajadora.

Una vez dada de alta, existe la obligación de la empresa de cotizar, es decir, de pagar a la Seguridad Social mensualmente. Los modelos que se utilizan para liquidar las cuotas en el Régimen General son el TC-1 (Boletín de cotización) y el TC-2 (Relación nominal de trabajadores y trabajadoras).

4. Alta del empresario o empresaria en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA).

La obligación de afiliarse, darse de alta y cotizar recae también sobre la persona que trabaja para sí misma, el autónomo o autónoma. Esta obligación la tienen también los comuneros y comuneras de las comunidades de bienes, determinados socios y socias de anónimas y limitadas (si no trabajan en la empresa y sólo reciben parte de beneficios o desempeñan tareas de administración) y opcionalmente los socios y socias de las cooperativas.

Se debe hacer en los 30 días naturales siguientes a la fecha de inicio de la actividad. La cuota de la Seguridad Social se paga mensualmente.

La obligación de cotizar existe desde el momento que se inicia la actividad laboral, aunque el empresario no dé de alta al trabajador



Curiosidades sobre la S.S.

[ANEXO III - Curiosidades sobre la Seguridad Social](#)

Trámites laborales

Caso práctico

En la [Web del Ministerio de Trabajo](#) Teresa localiza los lugares a los que deben acudir para comunicar la apertura del centro de trabajo, solicitar el libro de visitas, presentar el calendario laboral y notificar los contratos de trabajo formalizados con **Encarna, Rafa y Manolo**.

1. En la administración laboral

Los trámites laborales se realizan en la Dirección Provincial de Trabajo o en la Delegación de Trabajo en el caso de que la Comunidad Autónoma tenga transferidas esas competencias y son los siguientes:

- ✓ **Comunicación de apertura de centro de trabajo o reanudación de actividad**, se realiza en modelo oficial dentro de los 30 días siguientes al inicio de la actividad. Debe indicar los datos de la empresa o centro de trabajo, la actividad que se va a desarrollar y el número de trabajadores o trabajadoras.
- ✓ **Adquisición y sellado de libro de matrícula**. En él se inscribe a todas las personas que trabajan en la empresa. No es obligatorio.
- ✓ **Adquisición y sellado del libro de visitas, en la Inspección provincial de Trabajo**. Aunque la empresa no tenga trabajadores ni trabajadoras, debe tenerlo a disposición de la autoridad laboral. Sirve para que los inspectores de trabajo realicen las anotaciones que consideren oportunas en el caso de que visiten el negocio. El libro se compra en las papelerías y cuesta unos 6 euros.
- ✓ **Presentación del calendario laboral en la Inspección Provincial de Trabajo**. Este calendario debe estar expuesto y visible en el centro de trabajo.

Un inspector de trabajo puede anotar en el libro de visitas que se ha incumplido una norma en materia de salud laboral, requerir el pago de las cuotas de la Seguridad Social o incluso decidir la suspensión de una actividad por riesgo para el personal.

2. En las oficinas de empleo. Servicio Público de Empleo Estatal (SEPES).

El Servicio Público de Empleo Estatal, antiguo INEM, realiza las siguientes funciones en relación a la contratación laboral:

- ✓ Si la empresa necesita trabajadores o trabajadoras puede solicitarlos en las Oficinas de Empleo (o en las Agencias Privadas de Colocación). La oferta debe incluir, entre otros datos: las características del puesto, los requisitos de los candidatos y candidatas, el tipo de contrato y la forma de selección.
- ✓ Notificación y Registro de los contratos de trabajo formalizados con los trabajadores y trabajadoras. La empresa tiene la obligación de entregar en el SEPES, en un plazo no superior a 10 días desde la formalización, una copia de todos los contratos que deban celebrarse por escrito.
- ✓ Comunicar las contrataciones efectuadas que no estén obligadas a realizarse por escrito.



La comunicación de la contratación también se puede hacer on line a través de la página del Servicio Público de Empleo Estatal, que de nuevo te recomendamos que visites pinchando sobre la imagen de la derecha.

En el Ayuntamiento (Administración local)

Caso práctico

Ante el departamento de urbanismo del Ayuntamiento, **Teresa** solicita la **licencia de apertura**. No hacen ninguna obra para acondicionar el local porque el que han alquilado realizaba anteriormente la misma actividad que la que ellos van a realizar y cumple con la normativa, por ello no necesitan **licencia de obras**.

Nombre del trámite	Objetivo del trámite	Plazo de realización	Modelo	Realización telemática
Licencia de apertura	Acreditar que la empresa cumple normativa	Antes de abrir la empresa	901	Depende del ayuntamiento
Alta en la tasa de basuras y de agua	Disponer de suministro de agua y de servicio de recogida de basura	Una vez realizada la compra o arrendamiento del local	Depende del ayuntamiento	Depende del ayuntamiento

¿De qué te valdría comprar o alquilar el local si luego no puedes poner el negocio que pensabas porque el establecimiento no permite, por ejemplo, la adaptación para personas minusválidas que exige la ley?

Si nuestra empresa precisa de un local, es muy recomendable consultar en el ayuntamiento correspondiente la normativa vigente referente a la creación de empresas y al tipo de actividad al que te vas a dedicar.

Los trámites locales son los siguientes:

1. Licencia de Apertura

Todas las empresas que tengan una sede física, un local, tienen que solicitar al Ayuntamiento una licencia municipal de apertura que acredita la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística, ambiental y de seguridad vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable. La actividad debe comenzar dentro de los seis meses siguientes a la concesión de la licencia. Tarda de 1 a 3 meses.

Existen dos tipos de licencias:

- ✓ Para **actividades inocuas** (que no provocan daños) cuya licencia es más fácil de conseguir y más barata.
- ✓ Para **actividades calificadas**: si la actividad que realiza la empresa se considera molesta, insalubre, nociva o peligrosa.

Aclaremos estos términos:

- ✓ Actividades **molestas**: por ejemplo, porque produzcan ruidos o vibraciones, polvo, humos, etc. Es el caso de bares y restaurantes, pescaderías o carnicerías, carpinterías, talleres de soldadura,...
- ✓ Actividades **peligrosas**: porque puedan ocasionar explosiones, combustiones, radiaciones u otros daños de análoga importancia; por ejemplo: gasolineras, laboratorios, droguerías, empresas de pirotecnia,...
- ✓ Actividades **nocivas**: las que puedan ocasionar daños en la riqueza agrícola, forestal, pecuaria o piscícola, empresas ganaderas, etc.
- ✓ Actividades **insalubres**: las que dan lugar a un desprendimiento o evacuación de productos que de alguna forma perjudican la salud de las personas. Por ejemplo: refinerías de petróleo, fábricas de pesticidas, talleres de acabado de cuero, fábricas de papel,...

Las licencias para actividades calificadas son más difíciles de conseguir y más costosas.

Con la solicitud se presenta el proyecto de las instalaciones, el alta en el IAE, el CIF, memoria de la actividad y un listado de vecinos (que pueden presentar alegaciones por sentirse perjudicados).

2. Licencia de obras.

Si el local necesita reformas será necesaria la licencia de obras que supone que el Ayuntamiento (Departamento de Urbanismo), reconoce que las obras que se van a realizar están de acuerdo con las normas urbanísticas del municipio. Tarda entre uno y tres meses y cuesta un porcentaje del presupuesto de la obra determinado en las ordenanzas municipales. Una vez terminada la obra, se podrá comprobar el coste real y efectivo y practicar liquidación definitiva, con deducción de lo ingresado en la liquidación provisional. Puede ser: de obras de nueva planta (de mayor entidad) o reformas de edificaciones existentes (obras menores), por ejemplo: reparaciones, decoración, etc.

3. Tributos locales.

La empresa debe darse de alta en tasas o tributos municipales como la Basura o el servicio de Aguas.

Trámites relativos a compra de local de negocio

¿Compramos el local para nuestro negocio o lo alquilamos? En este apartado no pretendemos dar respuesta a esta pregunta pero sí informarte de los trámites necesarios en ambos casos.

A) Compra de local:

Los trámites para comprar un local o cualquier bien inmueble son los siguientes:

- ✓ En primer lugar se debe comprobar que el inmueble no posee cargas que nos puedan perjudicar (hipotecas, usufructos, servidumbres,...) a través de una nota simple en el Registro de la Propiedad correspondiente a la zona en la que se encuentre. Para localizarlo puedes consultar la Web (<http://www.registradores.org/>).
- ✓ Se debe comprobar en el Ayuntamiento que la calificación urbanística de locales o terrenos nos permita desarrollar nuestra actividad.
- ✓ La compra se formaliza en escritura pública ante notario y posteriormente se registrará en el Registro de la Propiedad. Es en este acto cuando se adquiere la propiedad.
- ✓ Si la compra es a un particular se liquida Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados o el IVA cuando se trate de la primera transmisión.

- ✓ Por último, se deberá presentar la declaración de alta en el Impuesto sobre Bienes Inmuebles, dentro de los dos meses siguientes a la adquisición del mismo.

Los trámites para comprar un local o cualquier bien inmueble son, entre otros los que siguen, pero hemos colado uno que no es cierto. ¿Cuál es?

- ☐ Comprobar que el inmueble no posee cargas que nos puedan perjudicar (hipotecas, usufructos, servidumbres,...) a través de una nota simple en el Registro de la Propiedad correspondiente a la zona en la que se encuentre.
- ☐ Se debe comprobar en el Ayuntamiento que la calificación urbanística de locales o terrenos nos permita desarrollar nuestra actividad.
- ☐ La compra se formaliza en escritura pública ante notario y posteriormente se registrará en el Registro de la Propiedad. Es en este acto cuando se adquiere la propiedad.
- ☒ **Se inscribe la compraventa en el Registro Mercantil Central.**

Trámites relativos a arrendamiento de local de negocio

B) Arrendamiento de local.

El contrato de arrendamiento o alquiler puede ser verbal o escrito, siendo aconsejable éste último; puede ser privado o ante notario. Los arrendamientos de local de negocio llevan consigo el depósito por la persona arrendataria de dos mensualidades en concepto de fianza. El arrendador o arrendadora practicará una retención fiscal del 15 % que ingresará mensualmente a Hacienda.

En el siguiente enlace podrás encontrar modelo de contratos de compraventa y arrendamiento de local de negocio:

Modelos de contratos

<http://www.crear-empresas.com/formularios.htm>

¿Qué es un traspaso?

Es la cesión que hace el arrendatario (el inquilino) de un local de negocio a un tercero, que se convierte en el nuevo arrendatario, a cambio de un precio. Este nuevo arrendatario se subroga (sustituye al anterior) en los derechos y obligaciones surgidos del contrato de arrendamiento. El contrato de traspaso se formaliza en escritura pública, es decir, ante notario.

Otros trámites: Registro de la propiedad industrial

En este epígrafe incluimos los últimos trámites para la creación de empresas

1. En el Registro de la Propiedad Industrial

En la correspondiente **Oficina Española de Patentes y Marcas** se pueden registrar derechos de la propiedad industrial que confieren al titular un derecho en exclusiva para utilizarlo en el mercado. Son derechos de la propiedad industrial:

- ✓ las patentes de invención (*título que reconoce el derecho a explotar de forma exclusiva una invención, impidiendo a otros su fabricación, utilización o venta sin su consentimiento. La solicitud de la patente debe designar al inventor*).
- ✓ los modelos de utilidad (*invenciones que consisten en dar a un objeto una estructura o configuración de la que resulte ventaja apreciable para su uso o fabricación. La protección es de 10 años improrrogables*).
- ✓ los diseños industriales (*Un diseño industrial otorga al titular un derecho exclusivo sobre la apariencia del producto (materiales, color, forma, textura, líneas, contornos). La duración de la protección es de 5 años prorrogables hasta un máximo de 25*).
- ✓ las topografías de productos semiconductores. (*Los títulos de protección de topografías de productos semiconductores protegen el esquema de trazado de las distintas capas y elementos que componen el circuito integrado, su disposición tridimensional y sus interconexiones, lo que en definitiva constituye su "topografía". Son la modalidad de propiedad industrial de más reciente aparición, y se refieren a los circuitos integrados electrónicos. La duración de la protección es de diez años, a partir del final del año en que se explota por primera vez en el mundo o se registra la topografía*)

- ✓ las marcas (*todo signo o medio registrado legalmente para identificar de manera exclusiva uno o varios productos comerciales o servicios. Suele mostrarse de forma abreviada con los iconos ™ o ®. El símbolo de una marca registrada puede ser una palabra o frase, una imagen o un diseño, y el uso del mismo para identificar un producto o servicio sólo le está permitido a la persona física o jurídica que ha realizado el registro de dicha marca o la que esté debidamente autorizada por quien la ha registrado. Se otorga por 10 años aunque puede prorrogarse indefinidamente por períodos de 10 años*).
- ✓ los nombres comerciales (*es el signo o denominación que identifica a una empresa en el ejercicio de su actividad. Puede no coincidir con la denominación o razón social de la empresa*).

Algunos de estos trámites puedes realizarlos de forma telemática a través de la WEB de la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Oficina Española de Patentes y Marcas

<http://www.oepm.es/>

Otros trámites: Registro mercantil

2. En el Registro Mercantil

Todas las empresas están obligadas a llevar una contabilidad ordenada y adecuada a su actividad. Por ello deben cumplimentar una serie de libros que tienen el carácter de obligatorios.

A continuación te presentamos un cuadro en que se recogen los diferentes libros que han de llevar las empresas en relación a su forma jurídica y al régimen fiscal elegido.

ANEXO IV - Libros obligatorios

Los **libros obligatorios** deben ser **legalizados** en el Registro Mercantil de la Provincia en la que esté inscrita la empresa. El Registro sella los libros con la finalidad de que su información no se pueda manipular con posterioridad. Puede hacerse en papel, en cd o de forma telemática.

La legalización de los libros de contabilidad cuesta unos 35 euros.

Si quieres saber más sobre este trámite consulta el siguiente **enlace**.

Otros trámites: Solicitud del libro de reclamaciones

3. Solicitud del Libro de Reclamaciones.

Antes de comenzar la actividad, todas las empresas que posean una atención al público deben solicitar el Libro de Reclamaciones en el organismo competente en materia de consumo de su Comunidad Autónoma.

Estas empresas deben tener obligatoriamente el libro a disposición de sus clientes para que formulen las quejas o reclamaciones que estimen oportunas.

4. Para terminar

La empresa puede tener que realizar otro tipo de trámites no menos importantes que los mencionados en este tema como solicitar una ayuda o subvención o un préstamo bancario, reservar un dominio en Internet, incluir ficheros de datos con información personal en la Agencia de Protección de Datos...

Las personas deben afiliarse a la Seguridad Social cada vez que inician una relación laboral.

Verdadero



Falso



La afiliación sólo se realiza la primera vez que la persona trabaja y es única y vitalicia.

El nombre comercial se solicita en la Oficina Española de Patentes y Marcas y la denominación jurídica de la sociedad en el Registro Mercantil Central.

Verdadero 

Falso 

Porque una cosa es la razón o denominación de la empresa y otra el nombre por el que el público la conoce, el nombre comercial.

Películas recomendadas

¿Te gusta ver pelis interesantes? A continuación te proponemos unas cuantas que tal vez te gusten, después puedes hacer una valoración en el foro para compartir tu opinión con la de tu grupo.

- ✓ **Pretty woman:** En esta famosa película, Edward Lewis (Richard Gere) es un rico hombre de negocios que se dedica a comprar acciones de empresas en crisis para controlarlas, sanearlas y volverlas a vender.
- ✓ **Wall street:** Bud Fox (Charlie Sheen) es un joven agente de bolsa que intenta abrirse camino en Wall Street. Consigue que uno de los grandes magnates de las inversiones, Gordon Gekko (Michael Douglas), le contrate como agente. Gekko le permite introducirse en un mundo económicamente muy privilegiado pero pronto Bud se da cuenta de que es un hombre sin escrúpulos.
- ✓ **El desafío:** En un accidente de avión en las gélidas y hostiles tierras de Alaska el multimillonario intelectual Charles Morse y el cotizado fotógrafo de moda se ven envueltos en una desesperada lucha por la supervivencia. Pronto descubrirán que el mayor peligro no proviene de la naturaleza, sino del miedo, la traición y, muy posiblemente, del propio género humano.
- ✓ **El gran salto:** El presidente de una importante empresa se suicida. La junta directiva decide unirse para obtener el máximo beneficio para la compañía, arruinándola para que bajen las acciones y comprarlas a un bajo precio. Todo parece sencillo, pero...

Webs recomendadas

A continuación te animamos a consultar algunas Webs que recogen el contenido de este tema, muchas de ellas contienen interesantes cuadros y esquemas que pueden serte de utilidad para la tarea de este tema.

- ✓ El portal del CIRCE permite realizar los trámites para la creación de una empresa por medios telemáticos

CIRCE

- ✓ No pierdas la interesante Web 060, encontrarás información sobre trámites y mucho más.

060 empresas

- ✓ El "Manual para emprender" de la Fundación RedAndalucía Emprende, de I Consejería de Innovación Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, tiene mucha información y especialmente unos cuadros que pueden ayudarte con la tarea.

Manual para emprender

- ✓ Esta página, completamente gratuita, pretende que todas aquellas personas que tengan pensado emprender una actividad por cuenta propia, puedan tener una visión de los pasos a dar y de las obligaciones legales a que habrán de hacer frente. ¡Esperamos que te sea útil!

Crear empresas

- ✓ Si te queda un poco de tiempo, recuerda que las Cámaras de Comercio funcionan como VUE, investiga los servicios que ofrecen a las nuevas empresas:

Cámaras de comercio

- ✓ Algunas Administraciones ofrecen ayudas para la creación de empresas y para agilizar la tramitación, como muestra, un botón: El **Programa Empresa 24 horas** es una iniciativa de la Junta de Andalucía que permite reducir a un día los pasos necesarios para contar con una sociedad mercantil y comenzar a operar de inmediato con ella. El programa está gestionado por la Agencia de

Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, para facilitar al máximo la puesta en marcha de una iniciativa empresarial

Programa 24 horas de la Agencia IDEA
Oficina virtual del Servicio Andaluz

ANEXO I - Trámites específicos

Actividades	Tramites
INDUSTRIALES	✓ REGISTRO DE ESTABLECIMIENTO INDUSTRIALES ✓ CARNÉ PROFESIONAL (de operador y de instalador/mantenedor) ✓ CERTIFICADO DE EMPRESA INSTALADORA/MANTENEDORA (fontanería, electricidad, instalación de aparatos a presión, climatización, calefacción y agua caliente sanitaria, gas, frigoristas, instalación de protección contra incendios, instalación de productos petrolíferos, instalación de grúas, mantenimiento de ascensores) ✓ DOCUMENTO DE CALIFICACIÓN EMPRESARIAL (instalaciones y reparaciones eléctricas, construcción, madera y corcho, ingeniería y consultoras) ✓ TALLERES DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMÓVILES ✓ REGISTRO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE RESIDUOS PELIGROSOS
HOSTELERÍA Y TURISMO	✓ AUTORIZACIÓN DE APERTURA DE RESTAURANTES, CAFETERÍAS Y BARES ✓ AUTORIZACIÓN DE APERTURA DE HOTELES, HOSTALES Y PENSIONES ✓ AUTORIZACIÓN DE APERTURA DE ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL ✓ AUTORIZACIÓN DE APERTURA DE CAMPAMENTOS DE TURISMO ✓ TÍTULO LICENCIA DE AGENCIA DE VIAJES/ AUTORIZACIÓN DE APERTURA DE SUCURSAL
ASISTENCIA SOCIAL	✓ AUTORIZACIÓN DE CENTROS DE TERCERA EDAD
SANITARIAS	✓ AUTORIZACIÓN SANITARIA DE FUNCIONAMIENTO DE LAS INDUSTRIAS, ESTABLECIMIENTOS Y ACTIVIDADES ALIMENTARIAS ✓ AUTORIZACIÓN Y REGISTRO DE CENTROS, SERVICIOS Y ESTABLECIMIENTOS SANITARIOS ✓ HOMOLOGACIÓN DE PLANES DE GESTIÓN DE RESIDUOS SANITARIOS ✓ DECLARACIÓN Y REGISTRO DE RAYOS X CON FINES DE DIAGNÓSTICO MÉDICO
RELACIONADAS CON EL JUEGO	✓ REGISTRO DE EMPRESAS OPERADORAS Y TITULARES DE SALONES ✓ AUTORIZACIÓN DE APERTURA DE SALÓN RECREATIVAS ✓ AUTORIZACIÓN DE APERTURA DE SALÓN DE JUEGO ✓ AUTORIZACIÓN DE EXPLOTACIÓN DE MÁQUINAS DE JUEGO ✓ AUTORIZACIÓN DE INSTALACIÓN DE MÁQUINAS DE JUEGO ✓ AUTORIZACIÓN DE EMPLAZAMIENTO DE MÁQUINAS DE JUEGO
ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA	✓ AUTORIZACIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA APERTURA Y FUNCIONAMIENTO DE UN CENTRO DOCENTE PRIVADO
TRANSPORTE	✓ AUTORIZACIÓN DE TRANSPORTE INTERURBANO ✓ AUTORIZACIÓN DE TRANSPORTE PRIVADO DE VIAJEROS EN AUTOBÚS ✓ AUTORIZACIÓN DE TRANSPORTE PRIVADO COMPLEMENTARIO (mercancías y mixto) ✓ AUTORIZACIÓN DE TRANSPORTE DISCRECIONAL DE VIAJEROS EN AUTOBÚS ✓ AUTORIZACIÓN DE TRANSPORTE PÚBLICO DE MERCANCÍAS (vehículos ligeros/vehículos pesados) ✓ OPERADOR DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS Y GANADERAS	✓ REGISTRO DE INDUSTRIAS AGRARIAS ✓ REGISTRO DE ENVASADORES Y EMBOTELLADORES DE VINOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS ✓ REGISTRO DE EXPLOTACIONES GANADERAS ✓ REGISTRO DE NÚCLEOS ZOOLOGICOS ✓ AUTORIZACIÓN Y REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS E INTERMEDIARIOS

	✓ EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN ANIMAL
	✓ REGISTRO OFICIAL DE ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS PLAGICIDAS
ARTESANÍA	✓ REGISTRO DE ARTESANOS
	✓ REGISTRO DE ARTESANO ALIMENTARIO
OTROS	✓ CALIFICACIÓN DE ESTATUTOS DE SOCIEDAD COOPERATIVA
	✓ REGISTRO DE SOCIEDAD COOPERATIVA
	✓ CALIFICACIÓN E INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE SOCIEDADES LABORA- LESDECLARACIÓN DE APERTURA DE CENTRO DE TRABAJO
	✓ REGISTRO DE ARTESANO ALIMENTARIO

ANEXO II - Trámites Medioambientales

Trámites Medioambientales a considerar en el inicio de una actividad empresarial

SECTOR DE ACTIVIDAD	TRÁMITES	LUGAR
IMPACTO AMBIENTAL	Evaluación del impacto ambiental Evaluación preliminar del impacto ambiental Este trámite tiene por objeto estimar los efectos potenciales que podrían causar sobre el medio ambiente. A partir de los datos contenidos en el estudio de impacto ambiental que debe presentar el promotor del proyecto se obtiene una declaración de impacto en la que se determinan las condiciones que deben establecerse en orden a la adecuada protección del medio ambiente y los recursos naturales.	Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio e Infraestructuras.
	Autorización de puesta en marcha y funcionamiento Las actividades calificadas como potencialmente contaminantes de la atmósfera ya sea por focos puntuales (chimeneas) o focos difusos (evaporaciones, etc.) deben obtener esta autorización.	
EMISIONES ATMOSFÉRICAS	Autorización de vertido de aguas residuales Vertidos al Dominio Público marítimo terrestre (DPMT) Mar abierto y ribera, rías, puertos marítimos. (En determinados casos será necesaria la paralela tramitación de concesiones de ocupación del DPMT)	Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio e Infraestructuras
	Vertidos al Dominio Público Hidráulico (DPH) Ríos, acuíferos, lagos. (En determinados casos será necesaria la paralela tramitación de concesiones para uso privativo de DPH)	
	Vertidos a sistemas públicos de saneamiento de competencia municipal (*) Se tramita y resuelve junto con la licencia municipal de actividades.	Ayuntamiento correspondiente.
	Vertidos a sistemas públicos de saneamiento realizado directamente a colectores o instalaciones de depuración de competencia autonómica. La tramitación de la autorización se realiza directamente por la Admon regional con el interesado.	Consejería de Medio Ambiente
RESÍDUOS	Autorización de la instalación, ampliación y modificación sustancial o traslado de las industrias o actividades productoras de residuos peligrosos Las empresas productoras de residuos peligrosos deberán someterse a esta autorización que determinará la cantidad máxima por unidad de producción y características de los residuos que se pueden generar	Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio e Infraestructuras
	Inscripción en el registro de pequeños productores de residuos peligrosos Los pequeños productores de residuos peligrosos (menos de 10.000 kilos al año) pueden proceder a esta inscripción voluntaria que les permite eximirse de la presentación de la declaración anual, obligación que corresponde a los productores de resi-	

	duos peligrosos. Autorización para actividades de gestión de residuos peligrosos Las actividades de gestión de residuos peligrosos incluyen la valorización, eliminación, transporte, y almacenamiento de los mismos. La autorización de las actividades de valorización y eliminación de residuos peligrosos queda sujeta a la constitución de un seguro de responsabilidad civil y a la prestación de una fianza. También están sometidos a autorización las actividades de recogida y almacenamiento de estos residuos, así como su transporte cuando se realice asumiendo la titularidad del residuo el transportista. Autorización para actividades de gestión de residuos (no peligrosos) Autorización* de actividades de valorización y eliminación de residuos. *Para actividades de transporte y almacenamiento de residuos no peligrosos será suficiente la notificación.	
ENVASES Y EMBALAJES	Participación en un Sistema Integrado de gestión (SIG) Garantiza la recogida periódica de los envases usados y se constituye en virtud de los acuerdos con los agentes económicos del sector interesado Articulación de un sistema propio de depósito, devolución y retorno de residuos de envases Articular de un sistema propio de depósito, devolución y retorno: cobro de una cantidad de dinero durante la cadena de comercialización que garantice la devolución del envase vacío.	Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio e Infraestructuras
APROVECHAMIENTO DE AGUA	Registro de Aguas y Concesión Administrativa Todo uso privativo de las aguas requiere concesión administrativa. Es una de las formas básicas de protección del dominio público. Proporciona a la Administración información sobre el estado de los bienes de maniales y los aprovechamientos de que son objeto por los particulares. Su finalidad es, pues, favorecer la seguridad jurídica, constituir un medio de prueba y dispensar protección a los aprovechamientos en ellos inscritos. En las concesiones se observará, a efectos de su otorgamiento, el orden de preferencia que se establezca en el Plan Hidrológico de la cuenca correspondiente, teniendo en cuenta las exigencias para la protección y conservación del recurso y su entorno. A falta de dicho orden de preferencia regirá con carácter general el siguiente: 1. Abastecimiento de población, incluyendo en su dotación la necesaria para industrias de poco consumo de agua situada en los núcleos de población y conectada a la red municipal. 2. Regadíos y usos agrarios. 3. Usos industriales para producción de energía eléctrica. 4. Otros usos industriales no incluidos en los apartados anteriores.	Administración hidráulica de la correspondiente Comunidad Autónoma

5. Acuicultura.
6. Usos recreativos.
7. Navegación y transporte acuático.
8. Otros aprovechamientos.

En el caso de concesiones y autorizaciones en materia de regadíos u otros usos agrarios, será preceptivo un informe de la correspondiente Comunidad Autónoma y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en relación con las materias propias de su competencia, y en especial, respecto a su posible afección a los planes de actuación existentes.

(*)Real Decreto Legislativo 1/2001, de 20 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Aguas.

ANEXO III - Curiosidades sobre la Seguridad Social

- ✓ Las **empresarias y empresarios individuales son autónomos** porque la normativa vigente les obliga a darse de alta en el RETA.
- ✓ La cotización en el **RETA es por meses naturales**, esto significa que sea cual sea el día que nos demos de alta, se paga la mensualidad completa.
- ✓ Una empresaria o empresario individual puede **ejercer más de una actividad empresarial** pero sólo se da de alta una vez en el RETA.
- ✓ Una persona puede ser a la vez empresario/empresaria individual y trabajador/trabajadora por cuenta ajena. En ese caso cotizará dos veces, en el régimen general de la Seguridad Social, como trabajador/trabajadora por cuenta ajena y en el RETA.
- ✓ Cuando la empresa cesa en su actividad debe comunicarlo a la Seguridad Social en el plazo de seis días naturales a partir de la fecha de cese. En el caso de que no lo haga, sigue estando obligada a cotizar hasta que haga la comunicación.
- ✓ La **empresa cotiza (paga) mensualmente** por sus trabajadores y trabajadoras aproximadamente un 32% del salario. Así, por ejemplo, si un trabajador o trabajadora recibe un salario de unos 1000 euros, la empresa cotiza por ellos a la Seguridad Social unos 320 euros al mes.
- ✓ El **autónomo paga mensualmente** a la Seguridad Social entre 234,21 y 208,21 euros (año 2009) Aunque algunas personas tienen bonificación como las personas menores de 30 años o las empresarias menores de 36.
- ✓ Entra en la **Web de la Seguridad Social** www.seg-social.es en la sección empresarios, cotización, recaudación, y averigua las bases y tipos de cotización de los trabajadores y trabajadoras autónomos para este año.
- ✓ **Documentos a presentar para darse de alta como autónomo:** Documento de afiliación (TA0521), Parte de alta de asistencia sanitaria, Parte de alta de cotización por cuadruplicado, Fotocopia de la Declaración Censal, Fotocopia del DNI para el empresario/empresaria individual y del contrato y CIF si se trata de una sociedad, en el caso de tratarse de un profesional Colegiado, certificado del colegio correspondiente.
- ✓ La Seguridad Social dispone de un servicio denominado **RED (Remisión Electrónica de Documentos)** que permite el intercambio de información y documentación a través de medios telemáticos. Puedes investigar sobre este servicio en la Web de la Seguridad Social, donde también encontrarás la Tesorería más cercana a tu domicilio.

http://www.seg-social.es/Internet_1/SistemaRed/index.htm
- ✓ **No hay que confundir** darse de alta en la Seguridad Social como autónomos con el alta de los empresarios o empresarias que contratan trabajadores y trabajadoras.
- ✓ Cuando la empresa se inscribe debe **asegurar los riesgos profesionales**, derivados del trabajo, y puede hacerlo con la Seguridad Social, o bien en una Mutua.
- ✓ **En las sociedades anónimas y limitadas** el socio o socia que trabaja personalmente en la empresa y no desempeña labores de dirección, debe inscribirse en el régimen General; la persona que no recibe un salario por su actividad, pero participa de los beneficios, debe inscribirse en el Régimen General de Trabajadores Autónomos
- ✓ Los socios y socias de las **cooperativas de Trabajo Asociado** pueden elegir entre el Régimen General o el Especial de Trabajadores Autónomos, figurando esta elección en los estatutos de la cooperativa.
- ✓ **Todos los empresarios y empresarias individuales deben ser autónomos, pero no todos los autónomos son empresarios individuales.**

Al empresario o empresaria individual se le llama comúnmente autónomo/a. Sin embargo, son dos conceptos distintos:

Para la Seguridad Social se entenderá por “trabajador por cuenta propia o autónomo a aquél que realiza de forma habitual, personal y directa una actividad económica a título lucrativo, sin sujeción por ella a contrato de trabajo y aunque utilice el servicio remunerado de otras personas, sea o no titular de empresa individual o familiar”..

De la parte final de esta definición legal se desprende que un autónomo o autónoma puede no ser el titular de la empresa.

Concretando: el autónomo es un régimen de la Seguridad Social, y la obligación de darse del alta en el mismo no surge sólo por el hecho de ser empresario o empresaria individual, también tienen esta obligación, por ejemplo, la persona que tiene el cargo de administrador o administradora de una sociedad limitada, el comunero o comunera de una comunidad de bienes que trabaja en la empresa o el trabajador o trabajadora autónomos económicamente dependiente (TRADE).

Así pues, un empresario o empresaria individual tienen que ser autónomos, pero un autónomo no tiene porque ser empresario individual.

Este “sabías qué” pretende explicarte que muchas veces utilizamos el término autónomo de una forma errónea, pero si nos entendemos....

ANEXO IV - Libros obligatorios

Empresa individual	Estimación objetiva	No está obligado a llevar libro alguno, si bien debe conservar los justificantes de sus operaciones		
	Estimación directa normal	Actividad industrial, comercial o de servicios	✓ ✓	Libro diario Libro de inventario y cuentas anuales
		Actividad no mercantil	✓ ✓ ✓	Libro de ventas e ingresos Libro de Ingresos y Gastos Libro Registro de bienes de inversión
	Estimación directa simplificada (o módulos)	✓ Conservar las facturas numeradas por fechas y ✓ agrupadas por trimestres ✓ Libro registro de bienes de inversión ✓ Libro registro de ventas e ingresos ✓ Libro registro de compras y gastos		
Sociedad	✓ Libro diario ✓ Libro de inventarios y cuentas anuales ✓ Libro de actas ✓ Libro de acciones nominativas (sólo para las sociedades anónimas que tengan acciones nominativas) ✓ Libro registro de socios (sólo las sociedades limitadas)			
Cooperativa	✓ Libro registro de socios ✓ Libro registro de aportaciones al capital social ✓ Libro de actas ✓ Libro de inventario ✓ Libro diario			

Para PYMES y MICROEMPRESAS se ha aprobado el RD 1515/2007, que establece un régimen simplificado de contabilidad para todos los sujetos contables, cualquiera que sea su forma jurídica, cuando durante dos ejercicios consecutivos reúnan a la fecha de cierre de cada uno de ellos, al menos dos de las siguientes circunstancias.

- ✓ El total de partidas del activo no supere 1.000.000 euros para MICROEMPRESAS, y 2.850.000 Euros para PYMES.
- ✓ El importe neto de la cifra de negocios sea inferior a 2.000.000 Euros MICROEMPRESAS y 5.700.000 Euros PYMES.
- ✓ El número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio no sea superior a 10 para MICROEMPRESAS y 50 para PYMES. La normativa del Impuesto de Sociedades establece para todos los sujetos pasivos del Impuesto la obligación de legalización de libros y presentación de cuentas según lo señalado en la legislación mercantil.

Así los empresarios deben presentar los libros de llevanza obligatoria en el Registro Mercantil de su domicilio, para que antes de su utilización se ponga:

- ✓ En el primer folio de cada uno, diligencia de los que tiene el libro.
- ✓ En todas las hojas de cada libro, el sello del registro.

Alternativamente, cabe que si se utilizan hojas sueltas, estas se encuadernen, legalizando los libros resultantes antes de que transcurran los 4 meses siguientes a la fecha de cierre del ejercicio.

- ✓ Se ha establecido un nuevo régimen simplificado de contabilidad para las SLNE y para todos los sujetos contables que no sobrepasen dos de los siguientes límites al cierre del ejercicio: un activo inferior a un millón de euros y menos de diez trabajadores. Los empresarios pueden optar por dos modelos de contabilidad: Libro diario simplificado (es una sencilla hoja de cálculo con tantas columnas como partidas tenga la pyme en sus cuentas). Cuentas anuales simplificadas: comprende un balance, una cuenta de pérdidas y ganancias simplificada y una memoria.

TEMA 7

ÍNDICE

Introducción	- 1 -
Los documentos comerciales	- 1 -
El presupuesto	- 3 -
El pedido	- 3 -
El albarán o nota de entrega	- 4 -
La factura	- 5 -
Las facturas y el consumidor	- 6 -
La factura electrónica	- 8 -
Documentos de pago y cobro	- 9 -
El recibo	- 9 -
El cheque	- 11 -
Presentación al cobro de cheques	- 13 -
La letra de cambio	- 13 -
Regulación de la letra de cambio	- 14 -
El pagaré	- 14 -
Datos de un pagaré	- 15 -
La transferencia bancaria (I)	- 15 -
Otras cuestiones sobre documentos de pago y cobro	- 16 -
Otros documentos	- 17 -
El contrato de trabajo	- 17 -
La nómina	- 17 -
El contrato de suministro	- 17 -
ANEXO I - Presupuesto E.I. Villa África	- 19 -
ANEXO II - Pedido Informatic S.A.	- 20 -
Requisitos del pedido	- 20 -
ANEXO III - Modelo de albarán	- 21 -
ANEXO IV - Factura E.I. Villa África	- 22 -
ANEXO V - Contrato en prácticas	- 23 -
ANEXO VI - Ejemplo de nómina	- 25 -

LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

Caso práctico

El caso que contamos en este tema es real, **María José Cuerva Valdivia**, es una emprendedora almeriense, titular desde 1993 de la Escuela Infantil Villa África de Aguadulce, una localidad costera de Almería.

A **María José** siempre le habían gustado los niños y niñas y tenía experiencia como docente en colegios privados de la zona, así que afrontó con gusto la idea de llevar este negocio que empezó siendo una guardería para pasar posteriormente a ser Escuela de Educación Infantil.

Decidió el local donde instalarse y las necesidades humanas y materiales que se derivaban de su deseo, comenzó a indagar qué le ofrecían las distintas empresas proveedoras y a qué precios a través de los **presupuestos** que le iban presentando. Iba realizando sus primeros **pedidos** (de ordenadores, libros, juegos, juguetes,...) y pasados unos meses empezaron a llegar los primeros paquetes con sus respectivos **albaranes** y posteriormente las **facturas** a la espera de ser cobradas. El Centro de Educación Infantil Villa África también expide presupuestos y facturas de sus servicios a sus clientes y por supuesto paga los impuestos que legalmente le correspondan.

¿Qué es un **presupuesto**? ¿Cómo ha de formularse un **pedido**? ¿Qué requisitos debe tener una factura para ser legal? ¿Es interesante apuntarse a la **e-factura** o factura electrónica? ¿Pagamos al contado o con **pago aplazado**? ¿Qué **formas de pago** vamos a dar a nuestros clientes? ¿Que es un **cheque**? ¿Qué diferencias existen entre **letra de cambio** y **pagaré**?

Todo el mundo le aconsejaba descargar la tarea administrativa en una asesoría o gestoría. Nosotros también consideramos que la labor fiscal y contable debe ser encargada a una empresa especializada, pero es interesante que **María José** conozca la documentación necesaria (facturas de proveedores y clientes, documentos de caja, efectos comerciales, contratos y nóminas, contratos de suministro, seguros, etc.) de su futura empresa.

Introducción

Todas las operaciones que se realizan en una empresa (propuesta comercial, solicitud de mercancía, entrega de material, venta del producto, pago...) quedan plasmadas en distintos documentos que conforman la llamada función administrativa de la empresa. El proceso comienza con el presupuesto que el cliente pide a la empresa y culmina con el pago de la factura pasando por el pedido, el albarán,... En esta unidad vamos a estudiar los **documentos comerciales** de la empresa, es decir los **relacionados con los clientes** y los **documentos de pago y cobro** del producto y/o servicio.

Una gestión administrativa eficaz ayuda al éxito de tu empresa.

Es conveniente que la empresa lleve adecuadamente la documentación de sus relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos (Hacienda, Ayuntamiento, Seguridad Social,...), asociaciones profesionales,...

Una mala gestión administrativa puede acarrear graves problemas como falta de entrega de mercancías en plazo determinado, descontrol en el almacenamiento, ineficaz gestión de los cobros a clientes, repercusión de gastos por impago de facturas, costes derivados de letras y pagarés impagos, reclamaciones de clientes o sanciones administrativas y tributarias.

Los documentos comerciales

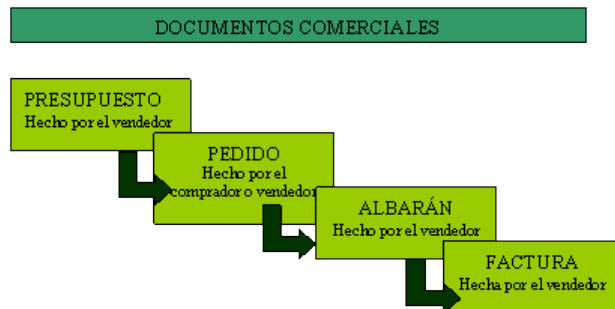
Caso práctico

La Escuela Infantil **Villa África** tiene que decidir qué documentos va a emplear para plasmar las operaciones que realiza:

- ✓ presupuestos,
- ✓ prestación del servicio,
- ✓ pagos,
- ✓ etc.

Todas las operaciones relacionadas con la compraventa de productos y/o la prestación de servicios (propuesta comercial, solicitud de mercancía, entrega de material, venta del producto, pago...) quedan plasmadas en distintos documentos, los denominados documentos comerciales.

El proceso comienza con el presupuesto que el cliente pide a la empresa; cuando el cliente está de acuerdo, formula el pedido del producto y/o servicio. Una vez entregada la mercancía y/o prestado el servicio la empresa expide un albarán o nota de entrega. En algunos casos, se confecciona factura en ese momento, otras veces se emite factura con posterioridad.



Así los principales documentos comerciales de la empresa son:

- ✓ el presupuesto,
 - ✓ el pedido,
 - ✓ el albarán y
 - ✓ la factura.
 - ✓ Se denomina "**repositorio digital**" a cualquier contenido o información digital; un documento Excel o Word, una imagen, un libro electrónico,..
 - ✓ En la actualidad, en la mayoría de las empresas se realizan gran cantidad de trámites (presupuestos, pedidos, facturas,...) vía correo electrónico. Los **e-mail** son una interesante herramienta de trabajo pero que debe ser usada con cautela porque puede ocasionar pérdidas de tiempo y ser causa de estrés en el trabajo. La Revista Emprendedores del mes de marzo de 2009 dedica un artículo a hablar sobre este tema.
- Que el mail no te desborde**
- ✓ Las llamadas soluciones CRM (Custom Relation Management) se están implantando en muchas empresas como estrategias para gestionar las ventas (localización de pedidos, personas de contacto, visitas comerciales,...), el marketing (segmentación de mercado, control de inversiones en marketing...) y el servicio postventa (quejas y reclamaciones, gestión de cobros...).

Puedes obtener más información en el especial Tecnología del nº 147 de la Revista Emprendedores del mes de Diciembre de 2009.

En el siguiente enlace puedes encontrar vídeos interesantes sobre la aplicación de las nuevas tecnologías a las empresas.

Nuevas tecnologías

<http://www.infonomia.com/tv/listado.php?cat=11>

A continuación enumeramos los principales documentos comerciales, pero hay uno que no lo es. ¿Cuál?

- ☐ Presupuesto.
- ☐ Pedido.
- ☐ Albarán.
- ☐ Factura.
- ☐ **Licencia de apertura.**

Una buena gestión de pedidos da valor a la empresa, reduce los tiempos de entrega o ejecución, ayuda a la clasificación de clientes, orienta las campañas de promoción y fidelización de clientes y facilita la previsión de demanda.

El pedido perfecto: el que se envía al cliente en plazo, completo, sin daños y con toda la documentación correspondiente.

El presupuesto

Caso práctico

María José, no quería precipitarse en sus compras, así que pidió varios presupuestos a empresas de albañilería, electricidad, pintura, carpintería, ordenadores y material informático, libros, juguetes,... Los presupuestos obligan a las empresas que los firman y suelen incluir un periodo de vigencia de los mismos. Las empresas serias cumplen a rajatabla sus presupuestos y con ello fidelizan a sus clientes.

A continuación te presentamos un presupuesto expedido por una empresa de informática a la empresa de **María José**.

[ANEXO I - Presupuesto E.I. Villa África](#)

¿Sabes qué es un **presupuesto**? ¿Has solicitado alguna vez uno? ¿Crees que un buen presupuesto garantiza la venta posterior?

Tras las primeras negociaciones con el cliente, llega el momento de que le presentes una propuesta comercial en la que detallas los productos y/ o servicios, los plazos de ejecución y el coste de los mismos. A ese documento le llamaremos **presupuesto**.

El presupuesto puede hacerse por teléfono, por fax, por correo electrónico, o directamente por escrito en las dependencias de la empresa o mediante representante. Actualmente muchas empresas disponen en su página Web de un servicio de **presupuestos on-line**.

Es conveniente que lo redactes de forma clara y atractiva, así convencerás al cliente, que aceptará tu oferta y se formalizará la compraventa del producto o la prestación del servicio.

¡Cuida el aspecto de tus presupuestos, de ellos depende en gran parte el éxito de la posterior venta!

Si quieres más información sobre cómo redactar un presupuesto eficaz puedes consultar la siguiente dirección de Internet:

Presupuestos eficaces. Fuente: Revista Emprendedores.

<http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/presupuestos-eficaces/presupuestos-eficaces>

El pedido

Caso práctico

María José decidió comprar un ordenador para la recepción, así que después de estudiar varios presupuestos de distintas empresas se decidió por uno de sobremesa que se adaptaba perfectamente a sus necesidades: poseía buenas calidades y servicio de mantenimiento a un precio adecuado.

Se puso en contacto con la empresa, **Infomatic S.A.** que le hizo el correspondiente pedido, en concreto el nº 1786, el ordenador es el modelo DET-234, con precio 1.548,04 euros, el plazo de entrega fue de 3 días y el destino, el domicilio de la empresa.

Si el cliente acepta el presupuesto, la empresa emite un pedido. El pedido es el **documento que expide el cliente cuando solicita productos y/o servicios a su empresa proveedora/a y debe corresponderse con el presupuesto previo**.

Aunque no existe un modelo oficial de pedido, pero sí existen unos requisitos básicos que no debes olvidar. ¿Cuáles son estos requisitos?. El pedido se puede realizar por teléfono, por carta o por impreso mediante correo, fax, correo electrónico, etc. A continuación presentamos un modelo de pedido impreso, el de "Infomatic S.A."

Modelo de pedido de Infomatic

ANEXOII - Pedido Informatic S.A.

Del pedido se hacen al menos dos **copias**:

- ✓ el original firmado y sellado se envía a la empresa proveedora y
- ✓ una copia queda en posesión de quien compra para comprobar las mercancías cuando se reciban.

También puede ser formalizado por quien sea el agente comercial, en este caso se denomina propuesta de pedido, lleva el membrete de la empresa proveedora, nombre del representante y ha de ser firmado por el cliente.

Los términos **e-business** y **e-commerce** hacen referencia a la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

¡No te pierdas este interesante vídeo sobre el seguimiento de pedidos.

[Seguimiento de pedidos](#)

En esta Web puedes ver una versión actual de una hoja de pedido electrónica, que no es más que un formulario que se rellena en una página Web y se envía a la empresa.

[Hoja de pedido de camisetas](#)

<http://www.camisetas.ws/hojadepedido.htm>

El pedido es:

- ☐ El documento que acredita la entrega de una mercancía al comprador o a la compradora.
- ☒ **El documento a través del que se solicita una mercancía o se encarga un determinado servicio a una empresa.**
- ☐ El documento que refleja la compraventa o prestación del servicio.

El albarán o nota de entrega

Caso práctico

*¡Pronto llegaron varios paquetes a la empresa de **María José**!*

*Se trataba del ordenador de sobremesa que pidió a **Infomatic S.A.** Los paquetes iban acompañados de un **albarán** de entrega, en concreto el nº 77.890 con varias copias que el transportista entregó a **María José** que, tras comprobar la mercancía, firmó y se quedó con un ejemplar. El resto de las copias fueron para la empresa proveedora a efectos de dar salida a ese producto y para confeccionar la correspondiente factura.*

¡Seguro que en alguna ocasión has visto paquetes con pegatinas con la frase "Contiene albarán"!

¿Qué es un albarán? ¿Para qué sirve? ¿Qué datos debe contener?

En el siguiente anexo tienes un ejemplo de albarán de la empresa de María José, Escuela Infantil Villa África. .

ANEXO III - Modelo de albarán

El albarán es el **documento que justifica que se ha entregado el pedido de mercancía o se ha realizado la prestación del servicio**. Sirve como justificante de la salida de los artículos del almacén, y de la entrega del material o de la prestación del servicio y tienen los siguiente requisitos básicos:

1. Nombre o razón social de las partes ,CIF o NIF, dirección completa.
2. Número de orden del albarán y del pedido al que corresponde.

3. Lugar y fecha de envío y de entrega.
4. Descripción de la mercancía.
5. Nombre y firma del transportista.
6. Espacio para firma del comprador o compradora, que acredita haber recibido la mercancía.

Los albaranes constan de varias copias, normalmente tres:

- ✓ una para el almacén,
- ✓ otra para quien compra y
- ✓ otra para quien vende.

El **albarán valorado** es el que se emite **cuando la persona que compra no exige factura y la compra se efectúa al contado**. Se le añaden los requisitos legales exigidos a las facturas: descripción de mercancía, precios, IVA, etc.

Una vez entregada la mercancía, el cliente comprobará la misma y su relación con el pedido correspondiente y, caso de haber anomalías (deterioros, falta de material,...), decidirá si la acepta (anotando las incidencias en el albarán) o no la acepta y procede a su devolución. Cabe la posibilidad de que una misma factura agrupe el contenido en varios albaranes expedidos en un periodo de tiempo.

Señala la afirmación correcta. El albarán...

- ☐ Siempre debe contener precios, descuentos, I.V.A.
- ☐ Es el documento a través del que el comprador o la compradora solicitan un producto/servicio al proveedor o proveedora.
- ☒ **Justifica la entrega de la mercancía y/o la prestación del servicio.**

La factura

Caso práctico

La **Escuela Infantil Villa África** es una empresa responsable, que ha decidido no situarse al margen de la legalidad. De ahí que todas las operaciones que llevan a cabo son documentadas a través de facturas legales a sus clientes y pide también factura a sus proveedores. La última factura que les ha llegado ha sido la nº 12.345. Es de la empresa **Infomatic S.A.** correspondiente al ordenador de sobremesa que había comprado **María José**. En la factura queda formalizado el contrato de compraventa y se incluyen además de los datos de comprador/compradora y vendedor/vendedora (Nombre y apellidos, NIF o CIF,...), otros como el precio, descuentos y tipo de IVA aplicado.

Factura de E. Infantil Villa África

La factura es el **documento en el que se formaliza la compraventa del bien y/o la prestación del servicio**, por lo que se debe realizar por duplicado, quedándose cada parte con un ejemplar. Deben emitir factura las personas empresarias y los profesionales por las operaciones objeto de su actividad. Normalmente se comprueba el pedido al que hace referencia y los albaranes que se hayan expedido a su costa.

Las facturas tienen unos requisitos básicos (fecha, número, datos de emisor/a y receptor/a, operaciones, tipo impositivo,...) que puedes ver a continuación.

Todas las facturas y sus copias deben contener, como mínimo, los siguientes datos o requisitos:

- ✓ Número y, en su caso, serie.
- ✓ Fecha de su expedición.

- ✓ Nombre y apellidos, razón o denominación social completa, tanto del obligado a expedir factura como del destinatario de las operaciones.
- ✓ Número de identificación fiscal atribuido por la Administración española o, en su caso, por la de otro estado miembro de la Comunidad Europea, con el que ha realizado la operación el obligado a expedir la factura.
- ✓ Domicilio del expedidor y del destinatario. Cuando el destinatario de las operaciones sea una persona física que no actúe como empresario o profesional no será obligatoria la consignación de su domicilio.
- ✓ Descripción de las operaciones consignándose todos los datos necesarios para la determinación de la base imponible del impuesto y su importe, incluyendo el precio unitario sin impuesto de dichas operaciones, así como cualquier descuento o rebaja que no esté incluido en dicho precio unitario.
- ✓ El tipo o tipos impositivos, en su caso, aplicados a las operaciones.
- ✓ La cuota tributaria que, en su caso, se repercuta, que deberá consignarse por separado.
- ✓ La fecha de la operación que se documenta o en la que, en su caso, se haya recibido el pago anticipado, si es distinta a la de expedición de factura.

En las copias de las facturas, junto a los requisitos anteriores, se indicará su condición de copias.

La factura puede emitirse dentro de los treinta días naturales siguientes a la operación a la que hace referencia. Pueden agruparse en una sola las operaciones realizadas para un mismo cliente en el plazo máximo de un mes.

Como consumidora o consumidor es recomendable que exijas siempre factura de tus compras y servicios. La factura es la prueba real de los mismos y sirve de base a reclamaciones posteriores. Sobre las ventajas de exigir factura te acompañamos la siguiente lectura.

Las facturas y el consumidor

¿QUIÉN Y CUÁNDO DEBE DARNOS LA FACTURA?

El empresario o profesional -en general-, en el momento de realizarse la operación.

Si existiese algún pago anticipado a la entrega del bien o prestación del servicio, también se deberá emitir factura consignando tal circunstancia.

¿QUÉ DATOS DEBE CONTENER LA FACTURA?

- ✓ Número y fecha.
- ✓ Identificación del empresario o profesional que la expide. (Nombre y apellidos, razón o denominación social, NIF y domicilio)
- ✓ Los datos personales del consumidor (nombre, apellidos y NIF) si el importe de la operación (sin IVA) es igual o superior a 100 euros.
- ✓ Descripción de la operación realizada.
- ✓ Importe de la adquisición (sin IVA).
- ✓ Tipo de IVA aplicado y cuota que se repercute.

No obstante, siempre que se autorice por la Agencia Tributaria, previa petición, puede simplificarse el contenido de la factura (en especial, son numerosas las autorizaciones a consignar un solo importe final con la expresión IVA incluido).

¿QUÉ HACER SI FALTA ALGÚN DATO O ES ERRÓNEO?

Solicitar al empresario o profesional su subsanación a través de una factura rectificativa.

¿QUÉ HACER EN CASO DE EXTRAVÍO?

Solicitar al expedidor de la factura original la emisión de un ejemplar duplicado.

Cuando la factura no sea obligatoria, solicite su tique de compra.

Teléfonos de Información:**Agencia Tributaria**
OCU901 33 55 33
902 300 188www.agenciatributaria.es
www.ocu.org**La Factura es una garantía de sus derechos como contribuyente y consumidor****¿CUÁNDO UN CONSUMIDOR FINAL PUEDE EXIGIR FACTURA?**

- A. Puede exigirla en todas las adquisiciones de bienes y servicios en los cuales resulta obligatorio para el empresario o profesional la expedición de una factura.

Sin embargo, no resulta necesario expedirla en algunos casos:

- ✓ Determinadas operaciones exentas del IVA por el artículo 20 de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre. Por ejemplo, los servicios educativos, deportivos y culturales prestados por ciertas entidades, operaciones de seguros y financieras. Sin embargo, sí deben ser facturadas, por ejemplo, las operaciones relativas a servicios médicos y sanitarios y las entregas y arrendamientos de terrenos y edificaciones.
- ✓ Aquellas actividades realizadas por empresarios o profesionales a las que sean de aplicación los regímenes especiales del recargo de equivalencia, simplificado o de la agricultura, ganadería y pesca.
- ✓ Las que se autoricen por la Agencia Tributaria, previa solicitud.

Casos prácticos:

- ➔ Contribuyente que realiza una obra de ampliación de su vivienda habitual (por ejemplo, añadir una planta, cerrar la terraza, unir dos pisos contiguos) con un coste de 9.000 €. Si no dispone de factura, no podrá disfrutar de la deducción por adquisición y ampliación de la vivienda habitual, por lo que no podrá deducirse 1.350 € (9.000 € x 15%) en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
 - ➔ Contribuyente autónomo que no pide o pierde la factura de los 1.000 € que le cobran por reparar la furgoneta con la que trabaja. Al no disponer de factura, no podrá incluir el importe pagado como gasto de su actividad y tendrá que pagar 280 € más en su declaración de IRPF (supuesto un tipo marginal del 28%). Además, tampoco podrá deducir el IVA soportado, lo que le supone perder otros 160€
- B. En determinados supuestos, la factura puede ser sustituida por un tique de compra siempre que la adquisición no supere los 3.000 euros (IVA incluido). Los supuestos son los siguientes:
- ✓ Ventas al por menor, ventas y servicios ambulantes y en el domicilio del consumidor.
 - ✓ Transporte de personas y sus equipajes.
 - ✓ Hoteles y restaurantes; salas de baile y discotecas.
 - ✓ Cabinas telefónicas o servicios de tarjeta telefónica.
 - ✓ Peluquería e institutos de belleza.
 - ✓ Instalaciones deportivas.
 - ✓ Aparcamiento de vehículos.
 - ✓ Servicios fotográficos.
 - ✓ Alquiler de películas.
 - ✓ Tintorería y lavandería.
 - ✓ Autopistas de peaje.
 - ✓ Los autorizados por la Agencia Tributaria, previa solicitud.
- C. En todo caso, la entrega de la factura es obligatoria cuando la adquisición del bien o del servicio deba justificarse, ya que implica para el consumidor el ejercicio de un derecho de naturaleza tributaria (p.e.: justificación de inversiones, de deducciones...) o de consumo (p.e.: justificante para ejercer la garantía de un producto como prueba para reclamar...).

En ciertas operaciones (actividades de transporte de personas, hostelería, ventas al por menor, uso de instalaciones deportivas), que no excedan de 3.000 euros (IVA incluido), basta con la entrega de

un **justificante** (o tique) de compra que debe contener: número, nombre, dirección, CIF del vendedor, fecha de expedición, descripción de los artículos, precio unitario, tipo impositivo aplicado o expresión "IVA Incluido, importe total, forma de pago (efectivo o tarjeta).

Las personas empresarias y profesionales están obligadas a llevar un libro de **Facturas emitidas** y un Libro de **Facturas recibidas**. Deberán conservar las copias de las facturas, o documentos que las sustituyan (vales o tiques) durante el plazo de seis años; si se trata de adquisiciones de terrenos o edificaciones el plazo será de 15 años.

- ✓ Ante cualquier problema con una empresa, puedes acudir a las **Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC)**, de titularidad pública.
- ✓ La **OCU (Organización de Consumidores y Usuarios)**, es un organismo privado, que se encarga de la información en materia de consumo, asesoría jurídica y coordinación de la política de consumo.
- ✓ La empresa debe disponer de un **Libro de Reclamaciones** a disposición de sus clientes y de la autoridad competente. Puedes encontrar más información sobre la **Hoja de reclamaciones** en la siguiente [dirección de internet](#).
- ✓ Cuando solicitas un préstamo para tu futuro negocio a una entidad financiera o una subvención a la Administración te van a pedir que acompañes al Plan de negocio **facturas proforma** de las adquisiciones que vas a hacer. La factura proforma es un documento que expide el vendedor antes de la venta en la que se especifican las condiciones de la misma. Obliga al vendedor a vender en las mismas condiciones fijadas en un plazo determinado y cuando es aceptada, obliga también al comprador.

La factura electrónica

Caso práctico

María José utiliza la factura electrónica o e-factura, ahorra bastante en tiempo y papel.

¡Veamos en qué consiste!

¿Puede hacerse una factura por Internet?

La e-factura o factura electrónica es un documento generado por medios **electrónicos (ficheros informáticos) y telemáticos (de un ordenador a otro)**, firmados digitalmente con certificados reconocidos. Puedes fabricarte la factura o encargarlo a una empresa externa. No es necesario imprimir la factura para que ésta sea válida legal y fiscalmente. Todo el tratamiento puede hacerse directamente sobre el fichero.

Sus principales ventajas son: la rapidez de los envíos, el ahorro de costes y que ayuda a la gestión de la empresa.

La firma digital consiste en una serie de datos electrónicos (bits) obtenidos al aplicar a un mensaje una fórmula matemática. La firma digital equivale a la firma autógrafa a efectos de identificar al autor del mensaje.

Puedes ver cómo se obtiene una firma digital y cómo hacer una factura electrónica en los siguientes vídeos:

La firma digital

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha desarrollado una aplicación gratuita con software abierto que permite generar facturas de forma sencilla.

Factura electrónica. Ministerio de Turismo y Comercio

Puedes generar una factura electrónica técnicamente correcta, firmada digitalmente, lista para entregar a tu cliente de una manera fácil y gratuita haciendo clic en el siguiente enlace.

[Hacer factura electrónica](#)

Relaciona cada documento con su finalidad, escribiendo el número correspondiente en el recuadro vacío correspondiente.

FINALIDAD	DOCUMENTO
a) Formalizar la compraventa.	3 1 - Albarán
b) Plasmar la propuesta comercial de la empresa al cliente.	4 2 - Pedido
c) Acompañar a la mercancía cuando se entrega.	1 3 - Factura
d) Solicitar una mercancía o encargar un determinado servicio a una empresa.	2 4 - Presupuesto

Documentos de pago y cobro

Caso práctico

María José en todos estos años ha realizado muchas compras de material para su negocio. Todas ellas han sido documentadas a través de las facturas que los proveedores le han entregando junto con la mercancía. Posteriormente llegará el momento del pago de las mismas.

Tanto en las relaciones de la empresa con sus proveedores como con sus clientes puede optarse por el **pago en efectivo o aplazado** a través de documentos como el cheque, la letra de cambio, el pagaré, la transferencia bancaria,...

¿Has oído hablar de estos documentos?

La compraventa de productos o la prestación del servicio finaliza con el pago que puede hacerse al contado o con pago aplazado, que suele ser sin recargo si es por menos de seis meses. Si pagas al contado puedes gozar de determinados descuentos, aunque comprar a plazos te permite disponer de más liquidez, evitar pedir prestado y ahorrar en costes de almacén.

- ✓ [Banco de España](#) es un **portal del cliente bancario** en el que se orienta a la ciudadanía en sus relaciones con las entidades bancarias proporcionándoles información, disponible en el Banco de España sobre las operaciones bancarias más habituales (créditos, depósitos, tarjetas, cheques, etc.), derechos de los clientes bancarios que los contratan, y conceptos financieros básicos (por ejemplo, tipos de interés, comisiones).
- ✓ En Enero de 2008 se puso en marcha el proyecto de Zona Única de Pagos en Euros: la SEPA (Single Euro Payments Area). Las entidades españolas pueden ofrecer a sus clientes la transferencia SEPA que permite realizar pagos electrónicos en euros a cualquier beneficiario de la Unión Europea. Se acaban las diferencias entre pagos nacionales y transfronterizos.
- ✓ Actualmente, apenas el 3% de las operaciones financieras que se realizan en España son en efectivo, la mayoría se realizan con **intervención de entidades financieras**. Los **recibos domiciliados** son el 46% de las operaciones financieras, seguidos de las operaciones con tarjetas de débito y crédito (31%), las transferencias (16%) y los cheques(4%).

El recibo

Caso práctico

La **Escuela Infantil Villa África** ha efectuado el pago de la factura nº 12.345 a su proveedor de equipos informáticos **Infomatic S.A.**.

La empresa **Infomatic S.A.** le expide un recibo (en concreto el nº 1234) en el que acredita haber recibido con fecha 1 de Marzo de 2010, la cantidad de 1.548,04 euros. Es firmado por Juan Sánchez Cañas, gerente de Infomatic S.A.

Recuerdo que cuando estudiaba secundaria iba a clases particulares de matemáticas, todos los meses. Mi profesor me daba un recibo que yo leía atentamente: "He recibido de.... la cantidad de en concepto de clases particulares de matemáticas correspondientes al mes de.....". ¿Has visto alguna vez un documento con un texto similar?

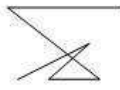
Pues nos toca hablar del recibo.

¿Qué es el recibo? ¿Qué requisitos son necesarios para que sea válido? ¿Cómo acreditar los pagos realizados a nuestros proveedores o los hechos por nuestros clientes?

El recibo es **el documento que emite la persona que cobra una determinada cantidad de dinero reconociendo haberla recibido**. En él deben aparecer los siguientes datos:

- ✓ Nombre de la persona que entrega el dinero.
- ✓ Importe en letra y número.
- ✓ Si es dinero o en cheque o pagaré (número de cuenta y entidad).
- ✓ Concepto de pago (normalmente el nº de la factura).
- ✓ Lugar y fecha de expedición.
- ✓ Nombre, firma y sello de quien recibe el dinero.

Cuando se extiende en forma de talonario consta de recibo y matriz. El recibo se entrega firmado a la persona que hace el pago y la matriz se la queda el que cobra como justificante. En ciertas ocasiones la factura (con la expresión "pagada") hace las veces de recibo. En la siguiente ilustración puedes ver en la parte izquierda la matriz que se queda la empresa y en la derecha el recibo que la empresa de informática entrega.

 RECIBO Nº 1234 INFOMATIC S.A. CIF-22222222B Recibí de la Escuela Infantil Villa África La cantidad de 1.548,04 euros En concepto de Pago de factura nº 12.345 A 1 de Marzo de 2009	 RECIBO Nº 1234 INFOMATIC S.A. CIF-22222222B Recibí de La Escuela Infantil Villa África La cantidad de 1.548,04 euros. en concepto de pago de factura nº12. 345 1 de Marzo de 2009 Fdo: Juan Sánchez Cañas 
--	---

Con la Ley de Consumidores en la mano, los clientes tienen derecho a su correspondiente recibo donde se detallen los conceptos facturados y pagados.

El **recibo normalizado** se utiliza para pagos que se domicilian en una entidad bancaria previa autorización del titular.

NÚMERO	LUGAR DE LIBRAMIENTO	EUROS
FECHA DE LIBRAMIENTO		VENCIMIENTO
Por este documento pagará usted al vencimiento expresado		
R. la cantidad de €		
en el domicilio de pago siguiente:		
PERSONA o ENTIDAD	C. C. C.	D. C.
DOMICILIO	NUM. DE CUENTA	
CLAUSULAS		Firma, nombre y domicilio del librador
Nombre, domicilio y N.I.F. del librado		

En estos recibos aparecerán además los datos bancarios y una zona reservada para inscripción magnética.

Señala cuál de las siguientes afirmaciones es incorrecta:

- ☐ El recibo es un documento expedido por la persona que recibe un dinero.
- ☒ El recibo acredita la entrega de la mercancía al cliente.

El documento que tiene esa finalidad es el albarán.

El cheque

Caso práctico

María José ha empleado un cheque del Banco Mediterráneo para pagar a **Infomatic**.

El domicilio del Banco está situado en la calle Sol, 3 de Madrid. El nº de cuenta es 0222 3333 00 0987654321. La cantidad a pagar es de 1.548,04 euros. La fecha es de 1 de Marzo de 2009. Se expide en Madrid. Es firmado por María José Cuerva Valdivia.

BANCO MEDITERRANEO

Código cuenta cliente (CCC)

Estado	Código	Cuentas	Nº de cuenta
0222	3333	00	0987654321

Saldo: 1.548,04 €

Pague, por este cheque, a: **Infomatic S.A.**

Euro (en letras): mil quinientos cuarenta y ocho con cuatro centimos de euro

Serie nº: 287 ALMERA a una de marzo de 2009

0.329.934-3

Fecha (en letras): 01/03/09

Fdo. Mª José Cuerva Valdivia

A veces es más cómodo no pagar en metálico y usar otros medios como el cheque que es un **documento que expide y entrega el comprador para pagar al vendedor**.

En el cheque, la persona que lo firma (librador) hace un mandato de pago de una determinada cantidad a una entidad de crédito (librado) en la que ha depositado previamente fondos. Los cheques tienen unos **requisitos mínimos** que se describen a continuación.

En el cheque debe aparecer obligatoriamente

- Denominación de "cheque" inserta en el propio título.
- Nombre y domicilio del obligado al pago (el librado o banco que realiza el pago).
- Número de la cuenta que tiene el librador en el banco.
- Identificación de la persona a la que se hace el pago o la expresión "al portador".
- Cantidad de dinero a pagar en cifras.
- Cantidad de dinero a pagar en letras.
- Lugar de pago, que de no aparecer, se hará en el lugar designado junto al nombre del banco o caja.
- Fecha y lugar de emisión del cheque.
- Número de serie.
- Firma del librador

Pueden ser nominativos (aparece el nombre de la persona autorizada al cobro) o al portador (cualquiera puede cobrarlo) y deben ir firmados por el que lo expide. Van en talonarios que facilita el banco o entidad al titular de una cuenta corriente para que pueda disponer de los fondos en ella depositados. Existen distintos tipos de cheques: cruzado, conformado, bancario que puedes ver a continuación.

- a) Cheque cruzado: atravesado por dos líneas paralelas en diagonal y entre ellas las palabras “Banco”, “Y compañía” o su abreviatura “Y Cia”. Estas líneas indican que el cheque sólo puede cobrarse mediante el ingreso en cuenta bancaria del tomador.
 - b) Cheque conformado: el banco librado ha manifestado por el reverso que los datos expresados son conformes y la cuenta tiene fondos para que el cheque sea cobrado. En la cláusula de conformidad debe aparecer la fecha hasta la cual es válida y en la cuenta corriente la cantidad queda bloqueada hasta que es presentado el cheque o se cumple el tiempo de bloqueo.
 - c) Cheque bancario: lo expide el banco a petición del titular de una cuenta bancaria o de ahorro. Tiene la garantía de que siempre será pagado porque el banco retira de la cuenta del titular la cantidad que figura en el documento. El que lo solicita tiene que pagar una comisión por la gestión.
- ✓ ¿Sabías que se giró un cheque a nombre de Google Inc antes de constituirse como empresa? ¡Google Inc cobró un cheque de 100.000\$ cuando aún no existía! ¡Tuvieron que fundarla para poder hacerlo efectivo!
 - ✓ Las acciones judiciales que pueden interponerse contra el deudor por el impago de un cheque bancario, deben ejercitarse en el plazo de 6 meses desde el momento en que se intentó su cobro y se tramitan a través del juicio cambiario.
 - ✓ ¿Sabías que entregar un cheque sin fondos con ánimo de engañar a otro es constitutivo de delito de estafa? Para saber más, consulta los artículos 248, 249 y 250 del Código Penal:

(Extraído del Código Penal aprobado por Ley Orgánica 10/1995, de 23 de Noviembre)

CAPITULO VI De las defraudaciones

SECCIÓN 1.ª DE LAS ESTAFAS

Artículo 248.

1. Cometen estafa los que, con ánimo de lucro, utilizaren engaño bastante para producir error en otro, induciéndolo a realizar un acto de disposición en perjuicio propio o ajeno.....

Artículo 249.

Los reos de estafa serán castigados con la pena de prisión de seis meses a cuatro años, si la cuantía de lo defraudado excediere de cincuenta mil pesetas. Para la fijación de la pena se tendrá en cuenta el importe de lo defraudado, el quebranto económico causado al perjudicado, las relaciones entre éste y el defraudador, los medios empleados por éste y cuantas otras circunstancias sirvan para valorar la gravedad de la infracción.

Artículo 250.

a. El delito de estafa será castigado con las penas de prisión de uno a seis años y multa de seis a doce meses, cuando:

- 1º. Reaiga sobre cosas de primera necesidad, viviendas u otros bienes de reconocida utilidad social.
- 2º. Se realice con simulación de pleito o empleo de otro fraude procesal.
- 3º. Se realice mediante cheque, pagaré, letra de cambio en blanco o negocio cambiario ficticio.

.....

http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=1995/25444

Determina cuál de las siguientes afirmaciones relativas a los tipos de cheques es la correcta:



El cheque conformado es aquél que sólo puede cobrarse a través de su ingreso en entidad bancaria.



El cheque cruzado es aquel expedido por el banco a petición del titular de una cuenta bancaria o de ahorro. Tiene la garantía de que será pagado porque el banco retira de la cuenta del titular la cantidad que figura en el documento.



El cheque cruzado es aquel que sólo puede cobrarse mediante ingreso en cuenta bancaria del tomador del mismo.

Presentación al cobro de cheques

El cheque es pagadero a la vista en el banco librado y sucursal que figure en el documento. Si es emitido y pagadero en España debe ser presentado a su pago en 15 días; el cheque emitido en Europa y pagadero en España debe ser presentado al pago en 20 días y si es emitido fuera de Europa en 60 días. Cuando la cuenta carezca de fondos y el librador tenga otras cuentas en el banco, éste pagará el total del cheque con los fondos disponibles en ellas. En caso contrario, sólo pagará hasta el saldo de la cuenta.



Si el **tenedor** no consigue cobrar todo o parte, deberá presentar durante los cinco días laborales siguientes al vencimiento el documento al **protesto**, que consiste en reclamar el pago forzoso mediante notario o declaración sustitutiva del banco en la que conste que ha sido presentado y no cobrado.

El tenedor de un cheque puede **endosarlo**, es decir, transmitirlo a un tercero como medio de pago, plasmando la palabra **endoso** y su firma en el reverso del mismo.

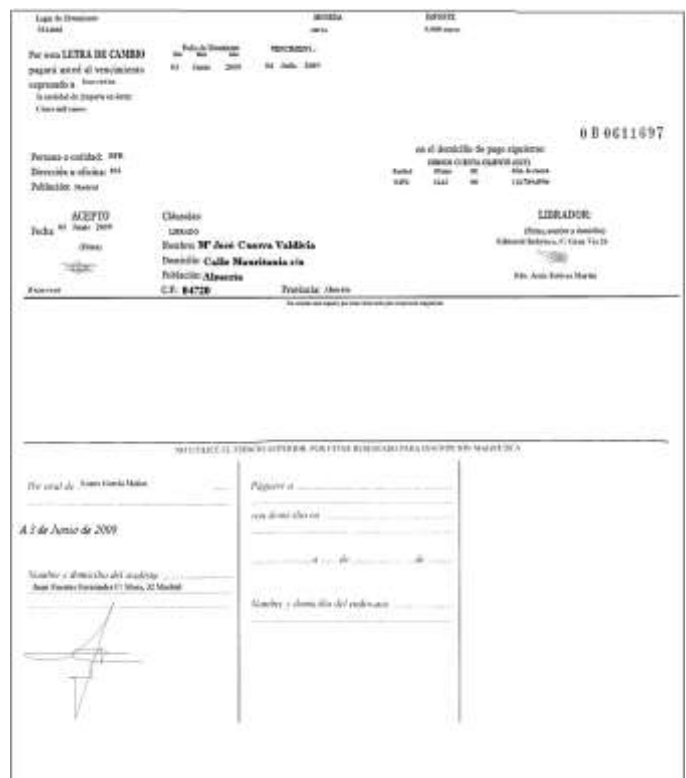
El pago de un cheque puede también garantizarse mediante **aval**, ya sea por la totalidad o parte de su importe. El **avalista** responderá del pago en caso de incumplimiento por parte del **librado**. El aval se lleva a cabo haciendo constar en el cheque la expresión "por aval" o equivalente, indicando quién es el avalado que a falta de indicación se entenderá que es el librado.

La letra de cambio

Caso práctico

María José ha realizado varias adquisiciones de libros a la Editorial Babyteca.

Algunas facturas las han pagado al contado, en otras han conseguido pagar de forma aplazada, a través de letras de cambio que la editorial Babyteca le ha girado a la orden de su banco. Éste se las presentará en las fechas de vencimiento para que sean satisfechas.



¿Qué es una letra de cambio?

Es un **documento por medio del cual el librador ordena al librado que pague, a él mismo o a la persona indicada (tomador) cierta cantidad de dinero en el lugar y la fecha que se indican en el propio documento.**

A veces se incluyen en la letra las cláusulas de "**no a la orden**" (no se puede endosar, es decir, transmitir a un tercero), "**intereses**" (el librado pagará el importe de la letra y los inter-

eses que se devenguen desde su emisión hasta el pago), y "**sin gastos**" (no es necesario protesto para ir a juicio en caso de impago).

La letra puede llevar un aval que garantice su pago si el librado no lo hace y puede ser objeto de endosos o transmisión a un tercero.

Caso práctico

En nuestro caso, la editorial Babyteca es el **librador** de la letra, la Escuela Infantil Villa África el **librado** y el banco a la orden del que se ha girado la letra es el **tomador**.

Regulación de la letra de cambio

La letra de cambio está regulada por la Ley 19/1985 Ley Cambiaria y del Cheque que en su artículo 1 fija sus requisitos legales:

1. La denominación de letra de cambio inserta en el texto mismo del título expresada en el idioma empleado para su redacción.
2. El mandato puro y simple de pagar una suma determinada en moneda oficial o moneda extranjera convertible admitida a cotización oficial.
3. El nombre de la persona que ha de pagar, denominada librado.
4. La indicación del vencimiento.
5. El lugar en que se ha de efectuar el pago.
6. El nombre de la persona a quien se ha de hacer el pago o a cuya orden se ha de efectuar.
7. La fecha y el lugar en que la letra se libra.
8. La firma del que emite la letra, denominado librador.

El **tenedor** de la letra deberá **presentarla al cobro** el día del **vencimiento** (si éste fuera festivo, al día siguiente) o en los dos días hábiles siguientes. Si no la paga el **librado**, su **avalista o endosante** la ley permite al **tenedor o librador** exigir judicialmente el pago a través del **protesto notarial** en los 8 días hábiles siguientes al del vencimiento. De no ser así, el **tenedor** perderá el derecho al cobro. El protesto se puede sustituir por una declaración equivalente escrita y firmada por el librado diciendo que no paga.

En algunas ocasiones los tenedores de las letras de cambio proceden a su **negociación o descuento**, que consiste en el endoso de la misma a una entidad financiera para cobrarla antes de su vencimiento a cambio de un interés y gastos de formalización.

La Escuela Infantil Villa África ha pactado con la Editorial Babyteca pagar una factura a través de una letra de cambio. Babyteca S.A. le gira una letra el día 3 de Junio de 2009, que es aceptada ese mismo día por María José Cuerva Valdivia, con vencimiento el día 4 de Julio de 2009 por valor de 5000 euros a la orden del banco BFR. La letra es avalada por Juan Fuentes Fernández, amigo personal de María José. Determina quiénes son el librador, librado, tomador, avalista de este documento cambiario.

Escuela Infantil Villa África
Juan Fuentes Fernández
Banco BFR
Babyteca S.A.

librado
avalista
tomador
librador

El pagaré

Caso práctico

María José ha decidido pagar algunas de sus compras a través de pagarés como el que puedes ver en la imagen.



¿Y si en lugar de una letra de cambio -que lleva aparejados unos costes de timbre, por ejemplo- firmo un documento en el que me comprometo a pagarle al proveedor una cantidad de dinero en una fecha determinada? ¿Y si firmo un pagaré? ¿Has oído hablar de los **pagarés**?

El pagaré es el **documento en el que una persona (firmante) se compromete a pagar por escrito y en una fecha y lugar determinados una cantidad de dinero a otra (beneficiario)**.

Los bancos facilitan a sus cuentacorrentistas unos talonarios que contienen cierto número de pagarés con objeto de efectuar pagos con los mismos. A diferencia de la letra o del cheque no es una orden de pago sino una **promesa** de pago y se emite por el **deudor**, no por el acreedor. Puede ser avalado y endosado -salvo mención en contra- y cabe descontarlo, es decir presentarlo en un banco o entidad financiera para hacer efectivo su importe antes de la fecha de vencimiento. El banco abonará el importe menos los intereses que se devenguen desde el momento del pago hasta la fecha del vencimiento, así como una cantidad establecida en concepto de comisión.

Datos de un pagaré

En los pagarés aparecerán datos como:

- ✓ Expresión "Pagaré"
- ✓ Promesa expresa de pago de una determinada cantidad.
- ✓ Fecha de vencimiento.
- ✓ Cantidad de dinero en cifras.
- ✓ Nombre del beneficiario.
- ✓ Cantidad de dinero en letras.
- ✓ Lugar de pago.
- ✓ Fecha, lugar y firma del pagaré.
- ✓ Firma de quien emite el pagaré (firmante).

Los pagarés están sujetos al Impuesto sobre **Actos Jurídicos Documentados** en igual cuantía que las letras de cambio siempre que se extiendan a la orden, se cedan en descuento o se presenten al cobro por un tercero fuera del plazo de su emisión. Pueden ser endosados y avalados de forma parecida a las letras de cambio.

Señala la afirmación o afirmaciones correctas: La letra de cambio se diferencia del pagaré en que...

- ☐ La letra de cambio está pensada para importes superiores a 3005,06 euros.
- ☒ **La letra es emitida por el librador mientras que el pagaré es emitido por la persona obligada al pago o firmante.**
- ☒ **En la letra de cambio los sujetos que intervienen son el librador, librado, tomador, avalista, endosante y endosatario. En el pagaré intervienen el firmante y el beneficiario.**
- ☒ **En la letra de cambio los sujetos que intervienen son el librador, librado, tomador, avalista, endosante y endosatario. En el pagaré intervienen el firmante y el beneficiario.**

La transferencia bancaria (I)

Caso práctico

¿Has hecho alguna vez una transferencia bancaria? ¿La has realizado desde casa a través de Internet en alguna ocasión?

Actualmente una forma cómoda de realizar tus cobros y pagos es la transferencia bancaria, que consiste en que **el cliente ordena a su entidad bancaria que transfiera una cantidad de los fondos de su cuenta a la cuenta del proveedor**. Esta operación conlleva unos gastos en concepto de comisión a cargo del ordenante. Gracias a la informatización de las entidades financieras, una transferencia

puede llegar a cualquier punto de España y del mundo instantáneamente. Pueden ser **internas** (entre cuentas de la misma entidad bancaria) o **externas** (cuando se trata de entidades bancarias distintas).

En la **Unión Europea** se realizan anualmente más de 70.000 millones de transacciones anuales de las que más de la mitad son transferencias. La tarifa mínima que cobran las entidades es del 0,30% del importe de la operación.

A partir de 2012 las entidades financieras deberán hacer efectivas las transferencias electrónicas en territorio europeo como máximo en un día.

Te recomendamos los juegos de simulación del **aula virtual del Banco de España** que puedes encontrar en el siguiente enlace para entender medios de pago como la transferencia bancaria o el cheque.

Juega con el Banco de España <http://aulavirtual.bde.es/wav/html/pagos/espania.html>
El Banco de España dispone de un folleto específico de reclamaciones en los servicios financieros.

Reclamaciones en servicios financieros <http://www.bde.es/bde/es/>

Otras cuestiones sobre documentos de pago y cobro

Escribe el número de cada instrumento de pago en el cuadro que corresponda con su definición. Usa para ello la numeración que asignamos en la siguiente tabla.

INSTRUMENTO DE PAGO	
1. Pagaré 2. Cheque 3. Letra de cambio 4. Transferencia bancaria	
INSTRUMENTO DE PAGO	DEFINICIÓN
3	Documento por medio del cual el librador ordena al librado que pague, a él mismo o a la persona indicada cierta cantidad de dinero en el lugar y la fecha que se indican en el propio documento.
4	Traspaso de dinero de la cuenta del cliente a la del proveedor.
2	Documento que expide y entrega el comprador para pagar al vendedor.
1	Compromiso de pago en una fecha determinada.

¿Y si no me pagan?

En ocasiones los clientes no pagan a su debido tiempo o no llegan a pagar nunca. Se trata de los llamados clientes **morosos** y los famosos impagados. Para evitar esta situación es conveniente documentar adecuadamente la deuda, pedir informes comerciales previos, visitar determinados registros como el RAI (Registro de Aceptaciones Impagadas), exigir avales previos...

Sobre cómo evitar a los morosos, te recomendamos la siguiente dirección:

Consejos para evitar morosos. Fuente: Revista Emprendedores

http://www.emprendedores.es/empresa/informacion/consejos_para_evitar_a_los_morosos

La Ley 3/2004 de 29 de Diciembre tiene por objeto combatir la morosidad en el pago de deudas dinerarias y el abuso, en perjuicio del acreedor, en la fijación de los plazos de pago en las operaciones comerciales realizadas entre empresas o entre empresas y la Administración.

Ley 3/2004 para combatir la morosidad http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/I3-2004.html#

Otros documentos

El contrato de trabajo

Caso práctico

María José sólo contaba con dos trabajadoras en sus inicios. Actualmente en la empresa trabajan 6 personas entre Diplomadas en Magisterio, Técnicas Superiores de Educación Infantil, educadoras y psicólogas, todas ellas contratadas.

Algunas recién incorporadas tienen un contrato de trabajo en prácticas típico del personal que tiene un horario de Lunes a Viernes de 7.30 a 17: horas.

[ANEXO V - Contrato de prácticas](#)

En tu futura empresa seguramente haya más de un trabajador o trabajadora, así que será necesario que elijas el contrato de trabajo más adecuado a la situación concreta de cada puesto y persona.

¿Qué es un contrato de trabajo? ¿Ha de formalizarse siempre por escrito? ¿Cómo saber cuál es el tipo de contrato más adecuado?

El contrato de trabajo es **el documento en el que se plasma el acuerdo entre el empresario/la empresaria y el trabajador/la trabajadora respecto a las condiciones de trabajo** (categoría profesional, horario, sueldo, lugar de trabajo, convenio colectivo aplicable,...). El empresario o empresaria deben registrar los contratos en la oficina de empleo correspondiente, entregar una copia firmada al trabajador o trabajadora y una copia básica a sus representantes legales.

En el siguiente enlace tienes algunos modelos de contrato de trabajo que tal vez puedan serte de utilidad en un futuro no muy lejano.

¡Recuerda! Las modalidades de contratos se estudian más detalladamente en el módulo de FOL.

Modelos de Contrato de Trabajo. Fuente: Red SEPE

La nómina

La nómina es un **documento que acredita el cobro del salario por parte del trabajador o trabajadora**.

En ella aparecen, junto a los datos del trabajador o trabajadora y la empresa, los **devengos salariales** (salario base, pluses de antigüedad, peligrosidad, horas extras,...) y **devengos no salariales** (dietas y pluses de transporte, prestaciones de la Seguridad Social.) y las **deducciones** (de la Seguridad Social y el IRPF).

¡Puedes ver un modelo!

[Ejemplo de nómina](#)

Como futuro empresario o empresaria...

- ✓ Debes entregar puntualmente el salario y la nómina a trabajadores y trabajadoras. No hacerlo, hacerlo con retraso o no consignar en ella las cantidades efectivamente pagadas puede ser motivo de sanción en virtud de la Ley de Infracciones y Sanciones del Orden Social y acarrear el pago de intereses de demora.
- ✓ Cumplimentarás mensualmente los documentos de Seguridad Social relativos a tus cotizaciones (TC1/50) y las de tus trabajadores y trabajadoras (TC-1 Y TC-2).

El contrato de suministro

Caso práctico

La **Escuela Infantil Villa África** concertará contratos de suministro con empresas de energía eléctrica, de abastecimiento de aguas, de telefonía, de gas butano,...

El contrato de suministro es un **documento mediante el cual el proveedor (o suministrador) se compromete a realizar en el tiempo una serie de prestaciones a cambio de un precio.**

Señala cuál de las siguientes afirmaciones es la correcta.

- ☐ El contrato de trabajo es el documento en el que se fijan las percepciones salariales del trabajador o trabajadora.
- ☐ La nómina es un documento en el que se plasma el acuerdo entre el empresario/la empresaria y el trabajador/la trabajadora respecto a las condiciones de trabajo.
- ☒ **El contrato de suministro es el documento mediante el cual el proveedor (o suministrador) se compromete a realizar en el tiempo una serie de prestaciones a cambio de un precio.**

Mapa conceptual



ANEXO I - Presupuesto E.I. Villa África



INFOMATIC S.A.

FECHA 24/2/2009

presupuesto

nº 1245

ROSAS 18

ALMERÍA

A LA ATENCION

María José

Cuerva Valdivia

EMRESA DE DESTINO: CENTRO DE EDUCACIÓN INFANTIL VILLA ÁFRICA
 CALLE MAURITANIA S/N AGUADULCE -ALMERÍA

Envía documento:

Juan Sánchez Cañas

ASUNTO. ORDENADOR MODELO DET-234

ALMERÍA	presupuesto		correo		X

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD
1	ORDENADOR SOBREMESA DET-234	€1.348,00	€1.348,00
1	PORTE PAGADO Y PUESTA EN MARCHA INCLUIDA.-		€-
			€-
			€-
			€-
			€-
			€-
		IMPORTE BRUTO	€1.348,00

DESCUENTO 10% 13.48

BASE IMPONIBLE 1334.52

TIPO IMPOSITIVO IVA 0,16

213,52

TOTAL €1.548,04

ANEXO II - Pedido Informatic S.A.

				pedido		nº1786	
		INFOMATIC S.A. CIF222222228 Calle Rosas, 18 Aguadulce ALMERÍA					
		FECHA 27/2/2009					
A LA ATENCION DE		MARÍA JOSÉ		CUERVA VALDIVIA		CIF-11111111L	
Envío documento:		CALLE MAURITANIA S/N A Aguadulce ALMERÍA		Juan Sánchez Cañas			
ASUNTO. ORDENADOR MODELO DET-234							
ALMERÍA		27/02/2009		correo		X	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD				
1	ORDENADOR SOBREMESA DET-234	€1.348,00	€1.348,00				
1	PORTE PAGADO Y PUESTA EN MARCHA INCLUIDA.-		€-				
			€-				
			€-				
			€-				
			€-				
			€-				
		IMPORTE BRUTO	€1.348,00				
			DESCUENTO	10%	13,48		
			BASE IMPONIBLE		1334,52		
			TIPO IMPOSITIVO IVA	0,16			
				213,52			
			TOTAL		€1.548,04		

GRACIAS POR CONFIAR EN NOSOTROS

Requisitos del pedido

- ✓ datos del comprador y vendedor :nombre, NIF o CIF, domicilio, teléfono, código postal,
- ✓ nº de pedido y fecha del mismo.
- ✓ Relación de artículos solicitados y cantidades pedidas.
- ✓ Precios de los artículos por unidad y total de artículos.
- ✓ Descuentos
- ✓ Fecha y lugar de la entrega
- ✓ Modo de envío
- ✓ Condiciones de pago.
- ✓ Firma de la empresa que emite el pedido

ANEXO III - Modelo de albarán

				albarán		nº77890	
INFOMATIC S.A.		FECHA 1/3/2009					
CALLE ROSAS,18 Aguadulce ALMERÍA							
A LA ATENCION DE		MARIA JOSÉ	CUERVA VALDIVIA	Pedido 1786	FECHA 27/2/2009		
EMPRESA DE DESTINO:		Centro de Educación Infantil Villa Africa					
		CALLE MAUITANIA S/N	Aguadulce ALMERÍA				
Envía documento:		Juan Sánchez Cañas					
ASUNTO. ORDENADOR MODELO DET-234							
ALMERÍA				correo	X		
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD				
1	ORDENADOR SOBREMESA DET-234	€1.348,00	€1.348,00				
1	PORTE PAGADO Y PUESTA EN MARCHA INCLUIDA.-		€-				
			€-				
			€-				
			€-				
			€-				
			€-				
		IMPORTE BRUTO	€1.348,00				
DESCUENTO			10% 13,48				
BASE IMPONIBLE			1334,52				
TIPO IMPOSITIVO IVA			0,16				
			213,52				
TOTAL			€1.548,04				

ANEXO IV - Factura E.I. Villa África

		Factura		nº 12345	
		INFOMATIC S.A. CIF 22222222B CALLE ROSAS18 AGUADULCE ALMERIA			
		FECHA: 1/3/2010			
A LA ATENCION DE MARIA JOSE CUERVA VALDIVIA ALBARAN 77890 EMRESA DE DESTINO: CENTRO DE EDUCACIÓN INFANTIL VI CIF 11111111L calle MAURITANIA S/N AGUADULCEALMERIA Envía documento: Jose Vi Juan Sánchez Cañas					
MADRID		correo		X	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD		
1	ORDENADOR SOBREMESA DET-234	€1.348,00	€1.348,00		
1	PORTE PAGADO Y PUESTA EN MARCHA INCLUIDA.-		€-		
			€-		
			€-		
			€-		
			€-		
			€-		
		IMPORTE BRUTO	€1.348,00		
DESCUENTO			€0,10		
BASE IMPONIBLE			1334.52		
TIPO IMPOSITIVO IVA			0,16		
			213,52		
TOTAL			€1.548,04		

ANEXO V - Contrato en prácticas



CONTRATO DE TRABAJO EN PRÁCTICAS

CÓDIGO DE CONTRATO

☐ TIEMPO COMPLETO

4 2 0

☐ TIEMPO PARCIAL

5 2 0

DATOS DE LA EMPRESA

CIF/NIF/INE

D./Dña.

NIF/INE

EN CONCEPTO (1)

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

DOMICILIO SOCIAL

PAIS

MUNICIPIO

C. POSTAL

DATOS DE LA CUENTA DE COTIZACIÓN

RÉGIMEN

COD. PROF.

NÚMERO

ENCL. CONTR.

ACTIVIDAD ECONÓMICA

DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO

PAIS

MUNICIPIO

DATOS DEL TRABAJADOR

D./Dña.

NIF/INE

FECHA DE NACIMIENTO

Nº AFILIACIÓN S.S.

NIVEL FORMATIVO

NACIONALIDAD

MUNICIPIO DEL DOMICILIO

PAIS DOMICILIO

Con la asistencia legal, en su caso, de D./Dña.

con N.I.F. / N.I.E., en calidad de (2)

DECLARAN

- (a) Que el trabajador está en posesión del título de (3) , o en condiciones de obtenerlo por haber terminado con fecha los estudios correspondientes al mismo que le capacitan para la práctica profesional objeto de este contrato (4).
- b) Que no han transcurrido cuatro años, o seis en el caso de personas con discapacidad, desde la terminación o convalidación de los estudios.
- c) Que el trabajador tiene reconocida la condición de persona con discapacidad , como se acredita con la certificación expedida por (5)
- d) Que el trabajador no ha estado contratado en prácticas en ésta u otra empresa por tiempo superior a dos años.
- ☐ Señalese con una X, si el contrato se realiza con personal investigador en formación contemplado en el Real Decreto 63/2006 de 27 de enero (BOE de 3 de febrero).

Que reúnen los requisitos exigidos para la celebración del presente contrato y, en su consecuencia, acuerdan formalizarlo con arreglo a las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA: El trabajador prestará sus servicios como (6) en prácticas, incluido en el grupo profesional / categoría / nivel profesional (7) , de acuerdo con el sistema de clasificación vigente en la empresa, en el centro de trabajo ubicado en (calle, nº y localidad)

Mod. PE-170-A (0)

<http://www.inem.es>

ANEXO VI - Ejemplo de nómina

RECIBO INDIVIDUAL JUSTIFICATIVO DEL PAGO DE SALARIOS

Empresa: Escuela Infantil Villa Africa
 Domicilio: Calle Mauritania s/n
 C.I.F.: 04720
 Código de Cuenta de Cotización
 a la Seguridad Social: 28000094844

Trabajadora: Luisa Márquez López
 N.L.F.: 14769332 M Antigüedad: 01-01-2009
 Número de Afiliación a la Seguridad Social: 280000324433
 Categoría o Grupo Profesional: educadora
 Grupo de Cotización:

Periodo de liquidación: del 1 de Enero al 31 de Enero de 2.009 Total días 31

I. DEVENGOS	TOTALES
1. Percepciones salariales	
Salario base	941,42
Complementos salariales	
Antigüedad	100
Plus Convenio	
Plus Distancia	
Horas Extraordinarias	
Gastos Manutención	
Salario en especie	0
2. Percepciones no salariales	
Indemnizaciones o suplidos	
Prestaciones e indemnizaciones de la Seguridad Social	
Indemnizaciones por traslados, suspensiones o despidos	
Otras percepciones no salariales	

A. TOTAL DEVENGADO 1.041,42

II. DEDUCCIONES

1. Aportación del trabajador a las cotizaciones a la Seguridad Social y conceptos de recaudación conjunta

	%	
Contingencias comunes	4,70	57,10
Desempleo	1,55	18,83
Formación Profesional	0,10	1,21
Horas extraordinarias		
Fuerza mayor		0
Resto		

TOTAL APORTACIONES 77,14

2. Impuesto sobre la renta de las personas físicas..... 19197,87

3. Anticipos	0,00
4. Valor de los productos recibidos en especie	00,00
5. Otras deducciones	00,00

B. TOTAL A DEDUCIR 275,01

LÍQUIDO TOTAL A PERCIBIR (A-B) 766,41

Firma y sello
de la Empresa



Madrid, 31 de enero de 2.009

RECIB



DETERMINACIÓN DE LAS BASES DE COTIZACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL Y CONCEPTOS DE RECAUDACIÓN CONJUNTA Y DE LA BASE SUJETA A RETENCIÓN DEL I.R.P.F.

1. Base de cotización por contingencias comunes	
Remuneración mensual	1.041,42
Promata pagas extraordinarias	173,57
TOTAL	1214,99
2. Base de cotización por contingencias profesionales (A.T. y E.P.) y concepto de recaudación conjunta (Desempleo, Formación Profesional, Fondo de Garantía Salarial)	1214,99
3. Base de cotización adicional por horas extraordinarias	
4. Base sujeta a I.R.P.F.	1041,42

TEMA 7

ÍNDICE

Introducción	- 1 -
Las obligaciones fiscales	- 1 -
El calendario fiscal	- 2 -
PRINCIPALES IMPUESTOS QUE GRAVAN A LAS EMPRESAS	- 2 -
El Impuesto sobre Actividades Económicas (I.A.E.)	- 3 -
El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (I.T.P.A.J.D.)	- 3 -
El Impuesto sobre Circulación de Vehículos de tracción mecánica. (I.V.T.M.).....	- 3 -
El Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras. (ICIO).	- 4 -
El impuesto sobre la renta de las personas físicas. I.R.P.F.	- 4 -
El impuesto sobre sociedades.....	- 6 -
El impuesto sobre el valor añadido (I.V.A.)	- 7 -
Impuestos a liquidar por los distintos tipos de empresas y sus modificaciones	- 9 -
¿Cuáles son mis obligaciones contables?	- 10 -
Lecturas recomendadas.....	- 11 -
Páginas web recomendadas:	- 11 -
Películas recomendadas	- 12 -

GESTIÓN FISCAL Y CONTABLE

Introducción

En esta unidad se abordan dos mecanismos de control económico que el Estado impone a las empresas, se trata de dos grandes áreas de la gestión empresarial:

- ✓ Los tributos y las obligaciones fiscales, Gestión Fiscal.
- ✓ La contabilidad, Gestión Contable.

Nuestro objetivo no es hacerte un especialista en estas materias que normalmente son gestionadas por personal especializado, sino el de que conozcas cuáles son las obligaciones fiscales y contables de la empresa, por qué existen y cómo llevarlas a cabo en el ámbito de una pequeña empresa.

Las obligaciones fiscales

En base a la realización de un hecho al que la ley impone el deber de contribuir.

Podemos plantearnos el porqué se paga al Estado por circunstancias como circular con un vehículo, ser titular de una vivienda o local, la retirada de basura, abrir un negocio, realizar un acto ante el notario, ganar un salario ...

En un **estado social** como el nuestro, el Estado interviene en la economía del país para garantizar servicios públicos como educación, carreteras, seguridad pública, justicia.... Para que ello sea posible los ciudadanos contribuimos económicamente a través de los tributos cuyo fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el **sostenimiento del gasto público**.

Pero hay que ir más allá, los impuestos tienen otras funciones, una de ellas es la **redistribución de la riqueza**, así por ejemplo, hay impuestos como el IRPF que pagan las empresas individuales en función de los beneficios que se obtengan y el porcentaje que se aplica será mayor cuanto más se gane.

Existen tres **tipos de tributos**:

- ✓ **Tasas**: que se pagan por servicios prestados por la Administración a los ciudadanos (tasas de basura, alcantarillado, apertura...).
- ✓ **Contribuciones especiales**: su hecho imponible consiste en la obtención de un beneficio o de un aumento de valor de los bienes como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos, por ejemplo, asfaltado de calles, alumbrado nuevo, etc.
- ✓ **Impuestos**: exigidos en función de la capacidad económica o del consumo del contribuyente. El pago de impuestos no tiene una contraprestación directa por parte de la Administración que lo recibe.

A su vez **los impuestos se dividen** en:

- ✓ **Impuestos directos**: gravan manifestaciones directas de la capacidad económica del contribuyente como son la renta, el patrimonio o el beneficio de las sociedades. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o el Impuesto de Actividades Económicas son ejemplos de impuestos directos.
- ✓ **Impuestos indirectos**: gravan manifestaciones indirectas de la capacidad económica de los contribuyentes, como son sus gastos y formas de emplear su renta personal. Son ejemplos, el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y los impuestos especiales.

La Agencia Tributaria dispone de un portal de educación cívico tributaria con el que se pretende concienciar al ciudadano, en concreto alumnado y profesorado de la Educación Secundaria Obligatoria sobre la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales. Puedes consultarlo en educación cívico tributaria

http://www.agenciatributaria.es/AEAT.educacion/HomeEducacion_es_ES.html

La Agencia tributaria tiene en marcha actualmente un Plan de Prevención del fraude fiscal. Puedes consultarlo en plan de prevención del fraude fiscal

http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio_es_ES/La_Agencia_Tributaria/Planificacion/Plan_de_Prevencion_del_Fraude_Fiscal/Plan_de_Prevencion_del_Fraude_Fiscal.shtml

Otras obligaciones fiscales de la empresa en las cuales no pretendemos profundizar son las siguientes:

- ✓ **Retenciones.** Cuando las empresas pagan la nómina a sus trabajadoras y trabajadores tienen la obligación de retener una determinada cantidad y posteriormente ingresarla en la Agencia Tributaria. La persona que ha sido objeto de la retención podrá descontar esa cantidad cuando liquide dicho impuesto. Puedes ver esta retención en tu nómina, si trabajas por cuenta ajena o mirar la nómina de alguna persona cercana. También puedes obtener una información más completa en el siguiente documento:

Modelo 190

http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Modelos_formularios/modelo_190.shtml

- ✓ **Pagos fraccionados.** Algunos impuestos que te pueden afectar, como el Impuesto de Sociedades, el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o el IVA, van a exigir que hagas unos pagos anticipados (fraccionados) a cuenta de la cantidad que tengas que pagar finalmente por los mismos, estas cantidades que vas a ir liquidando (normalmente cada tres meses) las podrás descontar de la deuda final que tengas con Hacienda.

..

- ✓ **Declaración Anual de Operaciones con Terceras Personas.** Tu empresa tendrá la obligación de realizar esta declaración con personas físicas o jurídicas (empresarios o empresarias individuales o sociedades) con las que haya realizado operaciones que superen los 3.005,06 euros. Para ello deberás presentar el Modelo 347, que te presentamos en el siguiente recurso:

modelo 347

http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Modelos_formularios/modelo_347.shtml

El calendario fiscal

Para facilitar el cumplimiento de tus obligaciones fiscales, la Agencia Tributaria edita cada año un Calendario del Contribuyente, que sirve de recordatorio de las fechas en las que debes hacer tus liquidaciones con Hacienda. Puedes consultar el **calendario fiscal** de tu futura empresa en el siguiente recurso procedente de la Agencia Tributaria

calendario fiscal 2013

http://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Contenidos_Comunes/Diversos/Acceso_Directo/A_un_click/Calen_contri_2013_es_es.pdf

"Hacienda somos todos." Eslogan de varias campañas publicitarias de la Agencia Tributaria. Su actual eslogan es "Así mejoramos todos".

PRINCIPALES IMPUESTOS QUE GRAVAN A LAS EMPRESAS

- ✓ IMPUESTO SOBRE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (I.A.E.)
- ✓ IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURIDICOS DOCUMENTADOS (I.T.P.A.J.D.)

- ✓ IMPUESTO SOBRE EL VALOR DE LOS BIENES INMUEBLES (IBI).
- ✓ IMPUESTO SOBRE CIRCULACIÓN DE VEHÍCULOS DE TRACCIÓN MECÁNICA. (I.V.T.M.)
- ✓ IMPUESTO SOBRE INSTALACIONES, CONSTRUCCIONES Y OBRAS (I.C.I.O.)
- ✓ IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (I.R.P.F.).
- ✓ IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES
- ✓ IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (I.V.A.).

El Impuesto sobre Actividades Económicas (I.A.E.)

El Impuesto sobre Actividades Económicas (I.A.E) es un impuesto **municipal** que se paga por realizar una actividad económica: empresarial, profesional o artística. El alta se tramita ante la Delegación de Hacienda un mes antes del inicio de la actividad a través del modelo 840 (que ya estudiamos en la unidad relativa a los trámites).

Están **exentos**, es decir no tienen la obligación de pagar, aunque sí la obligación de estar dados de alta en el I.A.E., las empresas cuya cifra de negocio sea inferior a 1.000.000 euros. No obstante es obligatorio que las empresas de nueva creación presenten dentro del primer mes de su actividad un **documento de alta**.

El Impuesto sobre actividades económicas:

- ☐ Lo pagan todas las empresas
- ☒ Lo pagan empresas cuya cifra de negocio supera 1.000.000 de euros
- ☐ Es un impuesto estatal
- ☐ Es un impuesto autonómico
- ☐ Sólo se dan de alta las grandes empresas

El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (I.T.P.A.J.D.)

El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados es un impuesto que se liquida por:

- a) Las **transmisiones patrimoniales onerosas**: por ejemplo una compraventa de bienes inmuebles o la obtención de créditos bancarios.
- b) **Operaciones societarias** tales como la constitución de una sociedad o el aumento y disminución de su capital.
- c) Los **actos jurídicos documentados** como escrituras, actas y testimonios notariales.
- d) Se abona ante la Delegación de Hacienda de la Comunidad Autónoma con el **Modelo 600**.

Busca la afirmación correcta:

- ☐ El ITPAJD ES un impuesto municipal
- ☐ El ITPAJD grava exclusivamente las transmisiones onerosas.
- ☒ Laura va a tener que liquidar Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD) si decide constituirse como sociedad mercantil, si pide un préstamo a una entidad bancaria, si adquiere un local para su negocio.

El Impuesto sobre Circulación de Vehículos de tracción mecánica. (I.V.T.M.)

¿Tengo que pagar algún impuesto por circular con un vehículo por la vía pública? ¿De qué depende su cuantía?

El **impuesto sobre circulación** es un impuesto municipal, que se liquida una vez al año por ser titular de un vehículo de tracción mecánica (coche, moto, furgoneta.). La cantidad a pagar depende del municipio de que se trate y de factores como la cilindrada del vehículo, plazas, peso...

El Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras. (ICIO).

El Impuesto sobre Instalaciones Construcciones y Obras (ICIO) es un impuesto de carácter local que grava cualquier construcción, instalación u obra que requiera de licencia municipal.

Relaciona cada hecho imponible con el impuesto correspondiente:

ACTIVIDAD		IMPUESTO
Obras en el local	C	A - Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)
Titularidad de un vehículo	B	B - Impuesto sobre Circulación de vehículos de tracción mecánica
Titularidad de un local	A	C - Impuesto sobre Instalaciones, Construcciones y Obras (ICIO)

El impuesto sobre la renta de las personas físicas. I.R.P.F.

¿Pagas tú IRPF? ¿Por qué se paga el Impuesto sobre la Renta de las personas Físicas? ¿Quién está obligado a su pago? ¿Sobre qué rendimientos recae? ¿Qué métodos de cálculo de rendimientos de IRPF existen actualmente? ¿Cuál es el que más me conviene?

El Impuesto sobre la Renta de la Personas Físicas es un impuesto de ámbito **estatal** (si bien una parte de la recaudación del mismo se ha cedido a las Comunidades Autónomas), grava la renta de las personas físicas que tengan su **residencia habitual en España**..

Es un tipo de **impuesto personal** porque tiene en cuenta las circunstancias personales del sujeto **y directo** es decir, recae sobre la totalidad de las rentas percibidas por la persona física, y además es **progresivo**, su tipo no es fijo, aumenta a medida que las rentas son mayores.

¿Quién tiene obligación de declarar? Las personas físicas que obtengan una renta que provenga de conceptos como los siguientes:

- ✓ Los **rendimientos del trabajo**, por ejemplo, si tienes una nómina.
- ✓ Los **rendimientos del capital** tanto mobiliario (por ejemplo por los intereses del dinero que tienes depositado en el banco), como inmobiliario (si tienes alquilado un piso de tu propiedad, por ejemplo debes declarar las rentas en concepto de alquiler).
- ✓ Los **rendimientos de las actividades económicas** fundamentalmente por los beneficios que se obtienen de actividades empresariales y profesionales.
- ✓ Las **ganancias y pérdidas patrimoniales**, por ejemplo si vendes un almacén de tu propiedad y obtienes un beneficio y se incrementa tu patrimonio.

Te corresponderá pagar este impuesto si la forma jurídica de tu empresa es la de empresa individual o una sociedad sin personalidad jurídica como las civiles o las comunidades de bienes. ¿Y si es una sociedad?

Te correspondería pagar el Impuesto de Sociedades.

El empresario individual tributará por uno de estos regímenes:

REGÍMENES DE ESTIMACIÓN DE RENDIMIENTOS DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Directa Normal

Directa Simplificada

Estimación Objetiva por Módulos

- ✓ **Estimación directa normal:** Es el menos utilizado, aplicable al empresario o empresaria individual con una cifra de negocio (importe neto) en el año anterior superior a 600.000 euros o que, sin superarlos, renuncien a la estimación directa simplificada o a la objetiva. El rendimiento se calcula según las reglas del Impuesto de Sociedades, por la diferencia entre ingresos y gastos.
- ✓ **Estimación directa simplificada:** Al igual que la directa, se calcula mediante la contabilidad, pero es más sencilla que la anterior y se aplica a empresarios o empresarias que no tributen por estimación objetiva, que en el año anterior no superen 600.000 € de facturación y que no hayan renunciado a este régimen.
- ✓ **Estimación Objetiva:** se aplica a empresarias o empresarios autónomos con actividades incluidas en la Orden que lo regule cada año, que no hayan superado en el año anterior un volumen de ingresos en torno a los 450.000 euros. Hacienda establece diferentes módulos dependiendo del personal, superficie del local, potencia eléctrica, etc. Estos módulos se multiplican por el número de unidades (horas de trabajo, metros cuadrados, energía contratada, etc.), así se estima un rendimiento neto o beneficio para cada módulo, y luego se suman el número de módulos que se tengan para hallar el beneficio total.

Lo más conveniente es preguntar en la Agencia Tributaria o dejarnos aconsejar por nuestro asesor en la elección del régimen más conveniente para nuestra actividad.

¿Cuándo tienes que pagar? El periodo impositivo coincide con el año natural y se liquida entre el 1 de Mayo y el 30 de Junio del año siguiente.

Además, independientemente del régimen al que te acojas, cada tres meses (durante los primeros 20 días de abril, julio, octubre y enero) tendrás que realizar **pagos fraccionados**, que son pagos que debes hacer por adelantado- entregas a cuenta- del impuesto y que cuando liquides el mismo descontarás de la cantidad que te corresponda pagar.

Si es una actividad profesional que tenga al menos el 70% de su facturación con retenciones no está obligada a presentar trimestralmente los pagos fraccionados.

¿Cuánto tienes que pagar? Para calcular la cuota que te corresponde, primero tendrás que calcular tu **base imponible** (deberás sumar la renta de tus actividades empresariales al resto de rentas que hayas obtenido ese año, restándoles las deducciones correspondientes) y aplicarle un **tipo impositivo**, que será un porcentaje variable dependiendo del total de renta que tengas.

Al resultado que obtengas o **cuota íntegra**, le deberás aplicar las demás **deducciones** vigentes ese año y obtendrás la **cuota líquida**, a la que deberás descontar los pagos fraccionados y retenciones que ya has realizado; el resultado que calcules es la **cuota diferencial**, es decir la cantidad que tienes que ingresar o que, si es negativa, te devolverá la Agencia Tributaria.

Para ampliar información sobre el Impuesto sobre el IRPF puedes consultar el siguiente enlace de la Agencia Tributaria:

http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio_es_ES/_Configuracion/_top_/Ayuda/Biblioteca_Virtual/Manuales_practicos/IRPF/IRPF.shtml

Parte de lo que se recauda con el IRPF se destina a fines sociales, por la cesión del Estado del 0,7% de lo recaudado a distintas ONGs.

Puedes realizar la presentación por Internet de la liquidación de este impuesto. Si obtienes un certificado electrónico agilizarás mucho los trámites y tendrás acceso a más información. Busca en el siguiente enlace en la guía del contribuyente **irpf en la guía del contribuyente**
<http://www.irpf.net/telematica/index.htm>

El impuesto sobre sociedades

¿Y qué empresas pagan el Impuesto sobre Sociedades? ¿En qué se diferencia del I.R.P.F.? ¿Cuándo es más conveniente que el IRPF?

El **Impuesto sobre Sociedades** es un impuesto de ámbito **estatal, directo y personal** que grava la renta, los beneficios, de las sociedades y demás entidades jurídicas que operen en España; es **directo** porque recae sobre la totalidad de rentas percibidas por la persona jurídica y **personal** porque tiene en cuenta las circunstancias particulares de cada contribuyente. El objeto del tributo son los beneficios obtenidos por la empresa, es decir, la cantidad que arroja el saldo de pérdidas y ganancias (siempre que indique beneficios). El Impuesto sobre Sociedades es **proporcional** y no progresivo como el I.R.P.F. en el que el tipo aumenta si aumentan los ingresos, en el Impuesto de sociedades el tipo es fijo

- a) **¿Quién tiene obligación de declarar?** Tu empresa será el sujeto pasivo de este impuesto, y por tanto tendrá obligación de declarar si es una sociedad que tiene personalidad jurídica, independientemente de cuál sea su forma, ya sea una Sociedad de Responsabilidad Limitada, una Cooperativa u otra cualquiera.
Las sociedades civiles y las comunidades de bienes no tienen personalidad jurídica, sus socios o comuneros tributan por el IRPF.
- b) **¿Qué tienes que declarar?** La correcta liquidación del impuesto por parte del contribuyente es compleja, pues se debe llevar una **contabilidad** similar a la Estimación Directa del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y además hay que realizar una serie de ajustes de tipo fiscal a dicha contabilidad. El hecho imponible de este impuesto son los **beneficios** que obtenga la empresa. Se utilizan los modelos 200 (declaración ordinaria) y 201 (declaración simplificada).
- c) **¿Cuándo tienes que pagar?** La liquidación del impuesto se realiza entre el 1 y el 25 de julio de cada año. Comprenderá el ejercicio económico de tu empresa, doce meses, coincidiendo normalmente con el año natural. Además cada tres meses (durante los primeros 20 días de abril, julio, octubre y enero) tendrás que realizar **pagos fraccionados**, que son pagos que debes hacer por adelantado del impuesto y que cuando liquides el mismo descontarás de la cantidad que le corresponda pagar a tu empresa.
- d) **¿Cuánto tienes que pagar?** Para calcular la cuota que le corresponde a tu empresa, deberás aplicar a la **base imponible** un **tipo impositivo**. Al resultado que obtengas o **cuota íntegra**, le podrás **deducir** las posibles cantidades que haya realizado tu empresa por inversiones en el medio ambiente, en investigación y desarrollo o en formación profesional. Hallarás así la **cuota líquida**, a la que deberás descontar los **pagos fraccionados** que has realizado a lo largo del año, para saber cuál es la **cuota diferencial**, es decir la cantidad que tienes que ingresar o que te devolverá la Agencia Tributaria, si su resultado es negativo.

Para obtener la cuota íntegra sobre la base imponible se aplicará el **tipo de gravamen** que será:

- a) Para las empresas de reducida dimensión (con un volumen de ventas inferior a 8 millones de euros al año) al 25% por los primeros 120.202,41 euros y el resto al 30%. Nunca se podrán acumular bases imponibles negativas o compensar una cantidad superior a la base imponible positiva de ese ejercicio
- b) Las entidades cuyo importe neto de la cifra de negocios habida en los periodos 2009, 2010 y 2011, 12 y 13 sea inferior a 5 millones de euros, su plantilla media en los mismos sea inferior a 25 empleados y mantengan o creen empleo, tributarán con arreglo a la siguiente escala:

- ✓ Por la base imponible comprendida entre 0 y 120.202,41 euros, **al tipo 20 por ciento**. En los periodos impositivos iniciados dentro del año 2011, 2012 y 2013, este tipo se aplicará sobre la parte de la base imponible comprendida entre 0 y 300.000 euros.
- ✓ Por la parte de la base imponible restante, **al tipo del 25 por ciento**.
- c) En el resto de los casos el tipo que debes aplicar es el **30%**.

¿I.R.P.F. o Impuesto sobre Sociedades?

A partir de cierta cifra de rendimiento neto, alrededor de los **90.000 euros anuales**, conviene constituirse en sociedad, ya que se pagará menos a Hacienda que si se es autónomo/a. Hay que tener en cuenta que las sociedades de reducida dimensión (hasta 90.000 euros de beneficio) tributan al 30% (o al 25% si son de reducida dimensión por los primeros 120.202,41 euros) en el Impuesto sobre Sociedades lo que supone pagar menos que si se tributa por IRPF (puede llegar hasta un 43%). En el Impuesto sobre Sociedades las desgravaciones fiscales son mayores, existen deducciones por creación de empleo, investigación y desarrollo, inversiones en medioambiente, etc.

Puedes realizar una presentación por Internet de la liquidación de este impuesto.
Si quieres conocer algo más del Impuesto sobre Sociedades haz clic en el siguiente enlace
[impuesto de sociedades](#)

El impuesto de sociedades es un impuesto (Señala lo que no proceda):

- ☒ **Autonómico**
- ☐ Directo
- ☐ Personal
- ☐ Proporcional

El impuesto sobre el valor añadido (I.V.A.)

El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) es un impuesto indirecto que grava el **consumo**, por tanto son los consumidores finales de los bienes y servicios de las empresas los que van a soportar este impuesto.

Se aplica en todo el territorio nacional excepto en Canarias, Ceuta y Melilla.

Tu empresa va a tener que gestionar el IVA, tendrá que pagarlo cuando compre bienes y servicios a sus proveedores (IVA soportado) y se lo cobrará a los clientes que consuman los bienes o servicios que comercialice (IVA repercutido). Posteriormente, a través de las declaraciones, que deben realizarse ante la Agencia Tributaria, ingresará la diferencia entre el **IVA repercutido** y el **IVA soportado** si el resultado es positivo, pero en caso de que el resultado fuese negativo lo podrás compensar en declaraciones posteriores o te será devuelto.

IVA repercutido – IVA soportado = IVA a devolver (negativo) o IVA a ingresar (positivo)

- a) **¿Quién tiene obligación de declarar?** Tu empresa será el sujeto pasivo de este impuesto, y por tanto tendrá obligación de declarar. Pero realmente quien soporta el impuesto es el consumidor final.
- b) **¿Qué tienes que declarar?** El hecho imponible es la entrega de bienes o la prestación de servicios que realiza tu empresa al consumidor final. Para las declaraciones trimestrales y anuales se utilizan los Modelos que puedes encontrar en el siguiente enlace

[modelos de IVA](#)

- c) **¿Cuándo tienes que pagar?** Deberás realizar liquidaciones mensuales o trimestrales por las operaciones realizadas por tu empresa en dichos periodos. Luego debes realizar una liquidación anual del IVA que resume las liquidaciones anteriores, para hallar el resultado final del año.
- d) **¿Cuánto tienes que pagar?** La base imponible del IVA es el precio final del producto o servicio que prestas al consumidor. A esta base se le debes aplicar un tipo impositivo. Hay tres tipos diferentes de IVA y algunas exenciones según la actividad:

Tipo general: 21%. Es el tipo que se aplica por defecto cuando no resulta aplicable ninguno de los otros

Tipo reducido: 10%. Aplicado básicamente a algunos productos alimenticios y sanitarios, transporte de viajeros, la mayoría de servicios de hostelería y la construcción de nuevas viviendas.

Tipo superreducido: 4%. Se aplica a artículos de primera necesidad, como las verduras, la leche, el pan, la fruta, libros, periódicos (y análogos) y especialidades farmacéuticas

Exenciones (es decir operaciones que no pagan este impuesto): correos, servicios médicos y hospitalarios, seguros, educación, venta de viviendas de segunda mano (aunque paga otro impuesto, el ITP y AJD).

Además del Régimen General que has estudiado, hay otros regímenes especiales:

- ✓ **Régimen Simplificado**, funciona de manera parecida al régimen de Estimación Objetiva, a través de una serie de módulos se calculará el IVA repercutido y se le resta el IVA realmente soportado. Es sólo para empresarios individuales que tributen en el IRPF por el régimen de Estimación Objetiva. Se debe solicitar a la Agencia Tributaria, tiene menos obligaciones formales, aunque los pagos trimestrales, también deben realizarse.
- ✓ **Recargo de Equivalencia**, Régimen del Comercio Minorista, el comerciante minorista no va a tener que liquidar el IVA, lo va a hacer el mayorista al que le compre los productos. Este mayorista cargará el IVA que corresponda al producto adquirido y además le aplicará un recargo, llamado de equivalencia.
 - ➔ Para el tipo superreducido se aplica un 0,5%.
 - ➔ Para el tipo reducido se aplica un 1%.
 - ➔ Para el tipo general se aplica un 4%.
 - ➔ 0,75% para el tabaco

En este enlace puedes encontrar un modelo de autoliquidación del IVA

<https://www2.agenciatributaria.gob.es/es13/h/ie93030b.html>

- a) Sólo podrás desgravarte el IVA soportado en **facturas** que cumplan con todos los requisitos legales: datos de comprador y vendedor CIF, tipo impositivo....
- b) Puedes recuperar las cuotas repercutidas a clientes morosos siempre que hayan transcurrido más de dos años desde el devengo del impuesto, lo hayas reflejado en tus libros de registro de IVA y hayas reclamado el cobro judicialmente.
- c) Es importante que recopilar todas las **facturas de compra** de productos (material de oficina, libros, equipos informáticos...) o prestaciones de servicios (obras de acondicionamiento del local...) previos a la apertura del negocio para poder deducirse el IVA soportado en las mismas. Esto no será posible si no posee facturas (con todos sus requisitos legales de las compras o servicios que has adquirido) ¡Esta es otra de las ventajas de exigir factura legal en la compra de productos o prestación de servicios!
- d) En **Canarias** no se aplica el IVA, se aplica el IGIC (Impuesto General Indirecto Canario) y en Ceuta y Melilla el IPSI (Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación).
- e) En Alemania el tipo medio del IVA es del 19%, en Francia del 19,6%, en Portugal del 20%

Relaciona cada actividad con el tipo de IVA aplicable:

ACTIVIDAD		TIPO DE IVA
Venta de medicinas	C	A - 21 %
Venta de coches	A	B - 10 %
Construcción de viviendas	B	C - 4 %
Servicios médicos	D	D - No está gravado con IVA

Impuestos a liquidar por los distintos tipos de empresas y sus modificaciones

Como ya vimos en el tema 7, según la ley existen diversos tipos de empresas (empresa individual, S.L., S.L.N.E., S.A...). Los impuestos que se deberán liquidar dependerán del tipo de empresa elegido. En el siguiente cuadro se ponen en relación el tipo de empresa y los impuestos a liquidar.

EMPRESARIO INDIVIDUAL	COMUNIDADES DE BIENES Y SOCIEDADES CIVILES	SOCIEDADES MERCANTILES
Tributará por el IRPF por los beneficios obtenidos.	Los socios o comuneros imputarán en sus respectivas declaraciones de IRPF los beneficios obtenidos.	Tributarán en el Impuesto sobre Sociedades por los beneficios obtenidos.
IVA, por las entregas de bienes y/o prestaciones de servicios.	Realizarán una única liquidación de IVA en nombre de la comunidad o sociedad civil por las entregas de bienes y/o prestaciones de servicios.	En el IVA por las entregas de bienes y/o prestaciones de servicios.
IAE, sólo en caso de superar el millón de euros, tiene que darse de alta.	IAE solo en caso de superar el millón de euros.	En el IAE.

Las obligaciones fiscales de las empresas, sobre todo en momentos de crisis como los que vivimos actualmente, son objeto de **continuas modificaciones**. Una de las últimas reformas legislativas efectuadas por el Gobierno y que afectan a la actividad de las empresas es el **Real Decreto-ley 4/2013** (BOE núm. 47 de sábado 23 de febrero de 2013) de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo.

En el capítulo II de esta norma se establece un **marco fiscal más favorable para el autónomo** que inicia una actividad emprendedora con el objetivo de incentivar la creación de empresas y reducir la carga impositiva durante los primeros años de ejercicio de una actividad.

Así, en el ámbito del **Impuesto sobre Sociedades**, se establece un tipo de gravamen del 15 por ciento para los primeros 300.000 euros de base imponible, y del 20 por ciento para el exceso sobre dicho importe, aplicable el primer período impositivo en que la base imponible de las entidades resulta positiva y en el período impositivo siguiente a este.

En consonancia con lo anterior, en el **Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas**, con la finalidad de fomentar el inicio de la actividad emprendedora, se establece una nueva reducción del 20 por ciento sobre los rendimientos netos de la actividad económica obtenidos por los contribuyentes que hubieran iniciado el ejercicio de una actividad económica, aplicable en el primer período impositivo en que el rendimiento neto resulte positivo y en el período impositivo siguiente a este.

También, en el ámbito del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, se suprime el límite actualmente aplicable a la exención de las prestaciones por desempleo en la modalidad de pago único.

¿Cuáles son mis obligaciones contables?

La **contabilidad** es un sistema de registro de la información económica de la empresa, que permite estudiar, medir, clasificar y analizar las operaciones y transacciones que ésta realiza.

Tiene una doble función:

- **Control interno**, para tomar decisiones económicas y financieras en el seno de la misma.
- **Control legal**, tanto la legislación mercantil como la fiscal exigen a las empresas la elaboración de determinados documentos. Las irregularidades contables son investigadas y sancionadas por los organismos competentes en cada país.

Así, de una parte el artículo 25 del Código de Comercio establece la obligación del empresario o empresaria de llevar una contabilidad ordenada y que ésta deberá llevarse a través de un **Libro de Inventarios y Cuentas Anuales** y un **Libro Diario**. Además las sociedades mercantiles deberán llevar un **Libro de Actas** y en algunos casos un **Libro de Socios**.

Por otra parte, las recientes modificaciones al **Plan General de Contabilidad**, han establecido la obligatoriedad de llevar determinadas cuentas anuales a las empresas, dependiendo del tamaño del negocio, tal y como puedes ver en el siguiente cuadro:

	MODELO PYMES		MODELO ABREVIADO		MODELO NORMAL	
	MICRO-EMPRESA	RESTO PYMES				
	Balance, Cuenta de Pérdidas y ganancias, Estado cambios patrimonio neto, Memoria.	Balance, Estado cambios patrimonio neto, Memoria.	Pérdidas y ganancias.	Balance, Estado de cambios patrimonio neto, Estado de flujos de efectivo, Memoria.	Pérdidas y ganancias.	
Condiciones	Durante dos ejercicios consecutivos deben reunir, a la fecha de cierre de cada uno de ellos, al menos, dos de las circunstancias siguientes:		En la fecha de cierre deben concurrir, al menos, dos de las circunstancias siguientes.			
Total activo (€)	< 1.000.000	< 2.850.000	< 2.850.000	< 11.400.000	Resto	Resto
Importe neto cifra negocios (€)	< 2.000.000	< 5.700.000	< 5.700.000	< 22.800.000	Resto	Resto
Nº medio de trabajadores y trabajadoras	< 10	< 50	< 50	< 250	Resto	Resto

La contabilidad de las Pymes y Microempresas se hace con unos modelos normalizados (normales, abreviados o para Pymes) para sus cuentas obligatorias. Estos modelos están a disposición de las empresas (BOE 10 febrero 2009) para cumplir con la obligación legal del depósito de las mismas en el

Registro Mercantil cada año. Los conceptos recogidos en dichas cuentas tienen su correspondencia con las cuentas del Plan General de Contabilidad.

Si tu empresa es una Pyme o una Microempresa, la información que debes presentar en el Registro Mercantil de la provincia donde radique su domicilio social es la siguiente:

- a) Instancia de presentación de las cuentas.
- b) Hoja de datos generales de identificación.
- c) Certificación de la aprobación de las cuentas anuales, conteniendo la aplicación de resultados.
- d) Las siguientes cuentas anuales, en los modelos normalizados:
 - ✓ Balance.
 - ✓ Cuenta de pérdidas y ganancias.
 - ✓ Estado de cambios en el patrimonio neto.
 - ✓ Memoria.
 - ✓ Estado de flujos de efectivo (es voluntario, sólo es obligatorio para empresas que cumplan el modelo normal de Balance).

En la siguiente Web puedes consultar información rigurosa y sencilla sobre las Cuentas Anuales Obligatorias para las PYMES y Microempresas.

Gábilos

http://www.gabilos.com/comosehace/cuentasanuales_nuevopgc/textomodelospymes.htm

El **Plan General de Contabilidad (PGC)** es la norma fundamental que regula la contabilidad para las empresas españolas (aunque operen en el extranjero) los procedimientos y métodos que en él se establecen son de carácter obligatorio. Existe también un Plan General de Contabilidad Pymes, para empresas de menor tamaño. En el enlace que te proporcionamos podrás encontrar ambos.

plan general de contabilidad en la wikipedia

[http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_General_de_Contabilidad_\(Espa%C3%B1a\)#Estructura_del_plan](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_General_de_Contabilidad_(Espa%C3%B1a)#Estructura_del_plan)

Lecturas recomendadas

Hay una extensa bibliografía sobre los temas que hemos tratado en esta unidad. Puedes ampliar tus conocimientos leyendo alguno de estos libros:

"Actividades Económicas, obligaciones fiscales de empresarios y profesionales residentes en el territorio español". Autor Agencia Tributaria.

Puedes descargar un folleto publicado por la Agencia Tributaria donde se recogen todas las obligaciones fiscales de empresarios, empresarias y profesionales residentes en España.

"Manual de fiscalidad básica" Autor: CEF Fiscal.. En él podrás resolver las dudas que te surjan con los principales impuestos estatales.

Páginas web recomendadas:

ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DEL ESTADO.

En la página web de la Agencia Tributaria puedes obtener toda la información que necesites sobre todos los impuestos de ámbito nacional. A lo largo del tema te puede servir como referente para obtener la información de cada uno de los impuestos que estudiaremos.

Agencia Tributaria

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

ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA.

En esta página web puedes obtener la información de los impuestos cedidos a la Comunidad Autónoma Andaluza.

Agencia Tributaria Andaluza <http://www.juntadeandalucia.es/agenciatributariadeandalucia/>

ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS DE CORPORACIONES LOCALES ANDALUZAS.

Texto Completo de la Orden del Ministerio de Justicia que regula la presentación de Cuentas Anuales ante los Registros Mercantiles.

BOE <http://www.boe.es/boe/dias/2009/02/10/pdfs/BOE-A-2009-2276.pdf>

CUENTAS ANUALES MODELO PYMES.

Web que de forma rigurosa y sencilla puede servirte para ampliar la información sobre las Cuentas Anuales Obligatorias para las PYMES y Microempresas.

Gábilos http://www.gabilos.com/comosehace/cuentasanuales_nuevopgc/textomodelospymes.htm

Películas recomendadas

Puedes ver varias películas relacionadas con el mundo de las finanzas, son enfoques diferentes a una temática común. Sería bueno que las comentases en el foro.

- ✓ **Paraísos Fiscales**, la gran evasión. Documental producido por CAPA, emitido en documentos TV el 31 de Marzo de 2009, Dianne Wies. Actualmente existen 72 paraísos fiscales en el mundo, en 1960 eran siete, lo que da idea de su proliferación en unos años.
- ✓ **La Tapadera (The Firm)**. Dirección Sydney Pollack. Mitch McDeere (Tom Cruise), un joven y brillante abogado recién salido de la facultad de Harvard, es seducido por las promesas y regalos de un prestigioso bufete de abogados de Memphis, pero al poco tiempo de instalarse en su nuevo trabajo comienza a sospechar que algo extraño sucede en la ilustre firma donde está empezando su carrera.

Programación del módulo de Empresa e Iniciativa
Emprendedora

Ciclo Formativo de Grado Superior de Desarrollo de
Aplicaciones WEB

Profesora Lola Cañadas Giménez

Curso 2012-2013

Introducción

La **legislación** que regula el ciclo de Grado Superior de Aplicaciones Multiplataforma (DAM) y que nos ha servido de base para la elaboración de esta programación es la siguiente:

- El Real Decreto 686/2010, de 20 de mayo, que establece el título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web y fija sus Enseñanzas mínimas y
- la ORDEN de 16 de junio de 2011, por la que se establecen las enseñanzas correspondientes al Título de Formación Profesional de Técnico Superior en Desarrollo de web en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La competencia general de este título consiste en desarrollar, implantar, y mantener aplicaciones web, con independencia del modelo empleado y utilizando tecnologías específicas, garantizando el acceso a los datos de forma segura y cumpliendo los criterios de accesibilidad, usabilidad y calidad exigidas en los estándares establecidos.

La Formación Profesional, en el ámbito del sistema educativo, tiene como finalidad la preparación del alumnado para la actividad en un campo profesional, proporcionándoles una formación polivalente que les permita adaptarse a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida. Por lo tanto, la actividad docente cotidiana en el marco de la FP ha de tener como premisa fundamental la **incorporación del alumnado a la vida activa** bien mediante la inserción en el mercado laboral, o bien **creando su propio puesto de trabajo a través de la actividad emprendedora** que desemboca en el desarrollo de un proyecto empresarial; este proceso emprendedor constituye la razón de ser del módulo Empresa e Iniciativa Emprendedora.

Así pues, el módulo de **Empresa e Iniciativa Emprendedora** pretende proporcionar al alumnado la formación necesaria para:

1. El reconocimiento de las capacidades asociadas a la iniciativa emprendedora, analizando los requerimientos derivados de los puestos de trabajo y de las actividades empresariales.
2. La definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.
3. La realización de las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.
4. La realización de las actividades de gestión administrativa y financiera básica de una PYME, identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.

En la **modalidad de enseñanza presencial**, a este módulo profesional le corresponden **84 horas de clase o lectivas**. En esta modalidad a distancia no es posible indicar una dedicación horaria para cada módulo, ya que esto depende del alumno o alumna, entre otros condicionantes, pero puede ser interesante considerar este número de horas como una referencia relativa y utilizarlo para baremar y comparar el tiempo necesario para su estudio.

El módulo se desarrolla en **ocho unidades didácticas**. El alumnado tendrá acceso a través de la plataforma a cada una de ellas sucesivamente y en los plazos estipulados en esta programación. Tendrá de esta manera acceso a sus contenidos, preguntas de autoevaluación, recursos, tareas... El aprendizaje será de forma autodidacta y contando siempre con el asesoramiento y seguimiento por parte de la profesora.

Objetivos y capacidades generales

Al finalizar el módulo profesional de Iniciativa Emprendedora, las alumnas y alumnos deberán ser capaces de:

1. Conocer los factores que influyen en la actividad empresarial, desarrollar su propia filosofía empresarial, integrar preocupaciones sociales y ambientales y comprobar la eficacia social de la empresa.
2. Conocer el papel de la empresa en la sociedad moderna, identificar los elementos que posibilitan el funcionamiento de la empresa, distinguir motivaciones y habilidades del emprendedor, desarrollar el plan de recursos humanos y estructurar y ordenar su idea de negocio.
3. Identificar las inversiones empresariales con cada tipo de empresa, analizar el ciclo de explotación de la empresa, realizar las funciones propias del aprovisionamiento y valorar las existencias almacenadas tanto a nivel individual como de conjunto.
4. Comprender el papel del marketing en las sociedades modernas, diseñar y realizar el plan de marketing, investigar el mercado, estudiar variables que influyan en el desarrollo empresarial, concebir la estrategia de negocio, crear un mensaje publicitario eficaz, conocer las claves de la venta personal y entender el concepto de franquicia.
5. Conocer las fuentes de financiación y ayudas públicas.
6. Conocer las diferentes formas jurídicas de las empresas, sus trámites de constitución y sus ventajas o desventajas de cara al tipo de sociedad que queremos crear.
7. Conocer los conceptos de contabilidad, saber analizar la información contable y conocer la gestión administrativa de una empresa del sector.
8. Conocer las obligaciones fiscales de una empresa.

Metodología y materiales didácticos

Cada una de las unidades didácticas presenta sus objetivos y criterios de evaluación y algunas orientaciones sobre cómo trabajarla. Dispondremos además de materiales didácticos como los siguientes:

1. Caso práctico
2. Contenido de la Unidad
3. Preguntas de autoevaluación insertadas en los contenidos.
4. Recursos y direcciones de internet que complementan y amplían los contenidos
5. Lecturas y películas recomendadas
6. Mapa conceptual
7. Foro de la unidad
8. Correo para enviar mensajes a la profesora o a compañeros
9. Examen on line

El avance por las distintas unidades del alumnado sólo está condicionado por la fecha de publicación efectiva en la plataforma, es decir, que al publicar cada unidad, ésta estará accesible para todo el alumnado, con independencia de su aprovechamiento en unidades anteriores

Recomendamos que se realicen todas las actividades de autoevaluación y los exámenes on line para comprobar el grado de comprensión de los conceptos. También es muy importante consultar los foros para conocer las instrucciones de la profesora respecto al tema así como las dudas y aportaciones de vuestros compañeros y realizar las intervenciones que consideréis

oportunas. Se suscitará el debate y la puesta en común de ideas respetando la pluralidad de opinión.

El alumnado, a través de los materiales que se le ofrecen a lo largo del curso, irá adquiriendo los conocimientos y capacidades necesarios para la superación de este módulo.

Se propiciará que el alumnado sea sujeto activo de su propio aprendizaje, intentando igualmente fomentar el trabajo y la participación.

Al tratarse de una enseñanza on-line se le ha dado importancia a la información obtenida a través de Internet, por lo que se ofrece un listado de direcciones donde podrás ampliar los conocimientos adquiridos y a la vez trabajar en algunas de las actividades propuestas.

Secuenciación de unidades didácticas

El Módulo lo componen las ocho unidades didácticas:

1. Unidad didáctica 1: La empresa y su entorno.
2. Unidad didáctica 2: La iniciativa emprendedora.
3. Unidad didáctica 3: El plan de marketing.
4. Unidad didáctica 4: El plan de producción o de operaciones. El plan de prevención de riesgos.
5. Unidad didáctica 5: El plan de inversiones y el plan financiero.
6. Unidad didáctica 6: Clasificación jurídica de las empresas y trámites de constitución.
7. Unidad didáctica 7: Gestión administrativa.
8. Unidad didáctica 8: Gestión fiscal y contable.

Y lo que sigue es el contenido de las mismas:

Núm.	1	Título	LA EMPRESA Y SU ENTORNO
Objetivos Didácticos			1. Analizar el concepto de empresa y diferenciarlo de otros grupos o entidades sociales que no son empresas. 2. Determinar cuáles son los elementos de la empresa e identificarlos en una empresa concreta. 3. Diferenciar el trabajo por cuenta propia del trabajo por cuenta ajena. 4. Considerar el autoempleo como una opción de futuro en el ámbito de la administración de sistemas en red.. 5. Valorar la importancia de la organización empresarial 6. Analizar los problemas medioambientales de nuestra localidad, la relación de estos problemas con las empresas relacionadas con el ciclo y las posibles soluciones. 7. Tomar conciencia de que los recursos naturales no son ilimitados. 8. Adoptar posturas respetuosas y comprometidas con el medio ambiente. 9. Considerar como la finalidad principal de una cualquiera empresa la satisfacción de las necesidades de los clientes. 10. Valorar la importancia de los clientes fieles.

	11. Analizar las funciones básicas que se realizan en una empresa 12. Entender que la empresa es un sistema en el que se dan una serie de relaciones internas y externas. 13. Analizar las necesidades que nos crean las empresas. 14. Adoptar posturas no consumistas. 15. Identificar los principales factores o componentes del entorno general de una empresa. 16. Analizar la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico 17. Analizar los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa y valorar su importancia y su relación con los objetivos empresariales. 18. Analizar el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
Contenidos	1. La empresa 2. Elementos de la empresa 2.1 Los elementos humanos 2.2 Los elementos materiales 2.3 La organización 3. Funciones de la empresa 4. Finalidad de la empresa: la satisfacción de necesidades 5. El entorno de la empresa 6. El entorno general y específico 7. La cultura empresarial y la imagen corporativa 8. La ética empresarial 9. La responsabilidad social de la empresa 10. Estrategias para ser socialmente responsable 11. El balance social

Criterios de Evaluación	1. Identificar qué es una empresa. 2. Detectar los elementos de una empresa. 3. Diferenciar el entorno general del específico. 4. Trasladar al ámbito empresarial los conceptos de ética y responsabilidad social. 5. Respetar al medio ambiente en la práctica empresarial. 6. Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa. 7. Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial, el entorno económico, social, demográfico y cultural. 8. Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico. 9. Se han identificado los elementos del entorno de una pyme de informática. 10. Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales. 11. Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial. 12. Se ha elaborado el balance social de una empresa de informática, y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.
-------------------------	---

Núm.	1	Título	TIPOS DE EMPRESAS
Objetivos Didácticos			1. Conocimiento de los principales criterios para clasificar las empresas. 2. Conocer las clasificaciones de las empresas. 3. Análisis de las características que definen a cada tipo de empresa. 4. Detección de las ventajas e inconvenientes de la Franquicia. 5. Conocimiento de las repercusiones del fenómeno de la globalización económica y de las multinacionales. 6. Definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.
Contenidos			1. Tipos de empresas 2. Clasificación según la actividad económica 3. Clasificación según el sector económico 4. Clasificación según su dimensión 5. Mención especial para las pymes 6. Clasificación según el ámbito geográfico 7. Clasificación según la titularidad del capital 8. La franquicia 9. Formas de concentración empresarial

Criterios de Evaluación	1. Identificar las diferentes clasificaciones de las empresas 2. Saber encuadrar empresas en cada una de las clasificaciones. 3. Identificar las repercusiones de la globalización y de las multinacionales. 4. Incorporar valores éticos al entorno empresarial. 5. Definir la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos
-------------------------	---

Núm.	2	Título	LA INICIATIVA EMPRENDEDORA
Objetivos Didácticos		1. Identificación de las características básicas de una persona emprendedora. 2. Detección y creación de ideas de negocio. 3. Identificación de la necesidad de un plan de negocio, así como de las partes que lo componen.	
Contenidos		1. QUÉ ES LA INICIATIVA EMPRENDEDORA? 1.1. FORMAS DE EMPRENDER 2. EL PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA - CAPACIDAD DE INNOVACIÓN - LIDERAZGO - MOTIVACIÓN - TRABAJO EN EQUIPO - RIESGO - CREATIVIDAD - FORMACIÓN - ÉTICA 3. LA IDEA: ¿EN QUÉ CONSISTIRÁ MI NEGOCIO? OPORTUNIDADES DE NEGOCIO 3.1. SECTORES ESTRATÉGICOS EN ANDALUCÍA 3.2. OCUPACIONES DE DIFÍCIL COBERTURA 4. EL PLAN DE NEGOCIO: - ¿Qué es un plan de negocio? - ¿Para qué sirve? - ¿Cómo se presenta? ¿Quién me ayuda a elaborarlo? - ¿Cuáles son sus principales apartados? Tu plan de negocio: la tarea que debes presentarnos	

Criterios de Evaluación	1. Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos. 2. Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social. 3. Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora. 4. Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pyme dedicada a la administración de sistemas informáticos en red. 5. Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de la informática. 6. Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora. 7. Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial. 8. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios. 9. Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa. 10. Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de la administración de sistemas informáticos en red, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa. 11. Se han analizado otras formas de emprender como asociacionismo, cooperativismo, participación, autoempleo. 12. Se ha elegido la forma de emprender más adecuada a sus intereses y motivaciones para poner en práctica un proyecto de simulación empresarial en el aula y se han definido los objetivos y estrategias a seguir. 13. Se han realizado las valoraciones necesarias para definir el producto y/o servicio que se va a ofrecer dentro del proyecto de simulación empresarial.
-------------------------	---

Núm.	3	Título	EL PLAN DE MARKETING
Objetivos Didácticos	1. Valoración de la importancia de contar con un Plan de Marketing estratégico. 2. Cómo dar a conocer nuestro producto. 3. Diseño de la política de precios de mi empresa. 4. Conocimiento de cómo distribuir los productos o servicios de nuestra empresa. 5. Criterios de elección de técnicas de promoción y comunicación. 6. Cómo decidir los medios de comunicación más adecuados para promocionar nuestro producto o servicio. 7. Aplicación de las técnicas de relación con los clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo. 8. Definición del servicio postventa de nuestro negocio. 9. Descripción de los medios más habituales de promoción de ventas en función del tipo de producto y/o servicio		

Contenidos	1. INTRODUCCIÓN. 2. POLÍTICA DE PRODUCTO. 3. POLÍTICA DE PRECIOS. 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN. 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN. 6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. 7. LA GESTIÓN DE VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE. 8. EL SERVICIO POSTVENTA.
Criterios de Evaluación	1. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema). 2. Explicar los principios básicos de técnicas de negociación con clientes y proveedores, y de atención al cliente. 3. Saber valorar la importancia de contar con un Plan de Marketing estratégico. 4. Determinar las estrategias para dar a conocer nuestro producto. 5. Saber diseñar la política de precios de mi empresa. 6. Decidir cómo distribuir los productos o servicios de nuestra empresa. 7. Conocer y saber elegir técnicas de promoción y comunicación. 8. Decidir los medios de comunicación más adecuados para promocionar nuestro producto o servicio. 9. Aplicar las técnicas de relación con los clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo. 10. Saber definir el servicio postventa de nuestro negocio 11. Saber describir los medios más habituales de promoción de ventas en función del tipo de producto y/o servicio.

Núm.	4	Título	LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. LOS PLANES DE: OPERACIONES, RECURSOS HUMANOS Y DE PREVENCIÓN DE RIESGOS
Objetivos Didácticos		1. Conocimiento de los criterios para realizar una adecuada ubicación de la empresa. 2. Identificación de los fundamentos de la política de aprovisionamiento. 3. Determinación de qué procesos deben darse dentro de la empresa para poder ofrecer el bien o servicio. 4. Conocimiento de qué es la política de calidad. 5. Valoración de la importancia de los recursos humanos en la empresa, así como identificar sus necesidades de organización. 6. Detección de los riesgos laborales específicos de su sector de actividad.	

Contenidos	1. Introducción. 2. La Localización de la empresa. 3. Plan de operaciones: 2.1 Aprovisionamiento. 2.2. Plan de producción 2.3. Política de calidad 2.4. Organización de las tecnologías de la comunicación 4. Recursos Humanos 4.1 ¿Cómo se hace el Plan de Recursos Humanos? 4.1.1. El organigrama empresarial 3.1.2. Seleccionar a las personas adecuadas. 4.2. ¿Dónde me puedo asesorar en la contratación de personal? 4.2.1. Organismos oficiales. 4.2.2. Otras instituciones o empresas. 5. El Plan de Prevención de riesgos. 5.1. Modalidades de organización de la prevención.
Criterios de Evaluación	1. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema). 2. Saber manejar los criterios para una adecuada ubicación de la empresa. 3. Saber manejar las estrategias para el aprovisionamiento. 4. Determinar los procesos que deben darse en la empresa. 5. Saber qué es la política de calidad 6. Valorar la política de recursos humanos en la empresa y aplicarla. 7. Saber detectar los riesgos laborales específicos de su actividad. 8. Identificar las modalidades de organización de la prevención.

Núm.	5	Título	EL PLAN DE INVERSIONES Y EL PLAN FINANCIERO
Objetivos Didácticos	1. Diferencia entre gasto e inversión. 2. Conocimiento de las distintas fuentes de financiación de la empresa. 3. Distinción entre los distintos tipos de costes en los que puede incurrir una empresa. 4. Conocimiento de las distintas herramientas con las que se cuenta para valorar la situación económica de la empresa. 5. Valoración de la importancia de una adecuada planificación financiera y contable en la empresa. 6. Análisis básico de la situación patrimonial y financiera de la empresa.		

Contenidos	1. Introducción. 2. Selección de Inversiones. 2.1 Gasto e Inversión. 3. Fuentes de Financiación. 3.1 Recursos propios. 3.2. Recursos Ajenos 3.3. Subvenciones y Bonificaciones 4. ¿Qué costes tendrá mi empresa? Análisis de Costes 4.1 Costes Fijos, Costes Variables y Coste Total 4.2. Costes Directos y Costes Indirectos 5. ¿Y Cuándo recupero la inversión? Umbral de Rentabilidad. 6. ¿Podremos hacer frente a los pagos? La Previsión de Tesorería. 7. ¿Pérdidas o Beneficios? La Cuenta de Resultados Previsional. 8. ¿Qué tenemos y qué debemos? El Balance de Situación. 8.1 El Fondo de Maniobra 9. Los Ratios. 9.1 Ratios de Rentabilidad 9.1 Ratios Financieros 10. Problemas financieros más comunes		
Criterios de Evaluación	1. Diferenciar entre gasto e inversión. 2. Conocer las distintas fuentes de financiación de la empresa. 3. Distinguir entre los distintos tipos de costes en los que puede incurrir una empresa. 4. Conocer las distintas herramientas con las que se cuenta para valorar la situación económica de la empresa. 5. Valorar la importancia de una adecuada planificación financiera y contable en la empresa. 6. Saber hacer un análisis básico de la situación patrimonial y financiera de la empresa. 7. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).		
Núm.	6	Título	CLASIFICACIÓN JURÍDICA DE LAS EMPRESAS
Objetivos Didácticos	1. Determinación de las características que definen cada tipo de empresa. 2. Elección de la forma jurídica más adecuada para cada situación empresarial. 3. Concienciación de las consecuencias que para una empresa tiene la elección de una forma jurídica. 4. Identificación de los requisitos legales de constitución de cada forma jurídica. 5. Contacto del alumno con la legislación mercantil vigente. 6. Interpretación de los diferentes tipos de documentos necesarios para iniciar la actividad empresarial.		

Contenidos

- **¿Tienen personalidad jurídica las empresas?**
- **La clasificación jurídica de las empresas**
 - o ¿Cómo elegir la forma jurídica que más nos conviene?
 - o ¿Qué factores debemos considerar para elegir la forma jurídica?
- **La empresa individual (I)**
 - o La empresa individual (II)
 - o Requisitos para ser empresario o empresaria individual
 - o
 - Explicamos los requisitos
- **La comunidad de bienes y la sociedad civil**
 - o Características de las comunidades de bienes y de las sociedades civiles
- **La sociedad de responsabilidad limitada (I)**
 - o La sociedad de responsabilidad limitada (II)
- **La sociedad limitada nueva empresa. SLNE.**
 - o Trámites de constitución de una SLNE
- **La Sociedad Anónima**
 - o Ventajas e inconvenientes de la Sociedad Anónima
- **Empresas de economía social**
 - o ¿Qué tipos de empresas de economía social debemos considerar?
 - o
 - La sociedad laboral
 - o
 - - ¿Cuándo conviene constituir una sociedad laboral?
 - o
 - La sociedad cooperativa
- **Comenzamos con los trámites**
- **¿Cómo son los trámites?**
- **Trámites de constitución de sociedades**
 - o Certificación negativa de denominación social (I)
 - o
 - Certificación negativa de denominación social (II)
 - o Depósito del capital en la entidad financiera
 - o Elaboración de los Estatutos de la sociedad y otorgamiento de escritura pública de constitución
 - o Liquidación y pago del I.T.P.A.J.D.
 - o Solicitud del código de Identificación Fiscal (CIF)
 - o Inscripción en el Registro Mercantil de la provincia
- **Trámites de puesta en marcha (I)**
 - o Trámites de puesta en marcha (II)
 - o
 - En la agencia estatal tributaria. Trámites fiscales
 - Trámites fiscales
 - En la Seguridad Social (I)
 - o
 - - En la Seguridad Social (II)
 - o
 - Trámites laborales
 - o
 - En el Ayuntamiento (Administración local)
- **Trámites relativos a compra de local de negocio**
 - o Trámites relativos a arrendamiento de local de negocio
- **Otros trámites: Registro de la propiedad industrial**

Criterios de Evaluación	1. Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa. 2. Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida. 3. Conocer las características que definen cada tipo de empresa. 4. Aprender a elegir la forma jurídica más adecuada para cada situación empresarial. 5. Tomar conciencia de las consecuencias que para una empresa tiene la elección de una forma jurídica. 6. Identificar los requisitos legales de constitución de cada forma jurídica. 7. Familiarizar al alumno con la legislación mercantil vigente. 8. Interpretar los diferentes tipos de documentos necesarios para iniciar la actividad empresarial. 9. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).
-------------------------	--

Núm.	7	Título	LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA
Objetivos Didácticos	1. Necesidad de los documentos específicos en la compraventa. 2. Conocimiento de los requisitos legales de los documentos que reflejan las entradas y salidas de mercancía. 3. Confección pedidos, albaranes, facturas, etc. 4. Formalización de los documentos de pago y cobro derivados de operaciones comerciales.		
Contenidos	1. Introducción. 1. Documentos de compraventa: el pedido, el albarán, la factura. 2. Otros documentos: el ticket de venta, la factura de gastos, el recibo de portes, la nota de abono o rectificación. 3. Documentos de pago y cobro: Recibo, cheque, letra de cambio y pagaré. 4. Documentos obligatorios en las empresas.		
Criterios de Evaluación	1. Aprender la necesidad de utilizar determinados documentos en la compraventa. 2. Conocer los requisitos legales de los documentos que reflejan las entradas y salidas de mercancía. 3. Saber confeccionar pedidos, albaranes, facturas, etc. 4. Saber formalizar los documentos de pago y cobro derivados de operaciones comerciales. 5. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).		

Núm.	8	Título	LAS OBLIGACIONES FISCALES DE LA EMPRESA.
Objetivos Didácticos	1. Descripción del proceso administrativo de la empresa. 2. Valoración de la importancia de una gestión administrativa eficaz en la empresa. 3. Determinación de la finalidad de cada uno de los documentos		

	comerciales. 4. Distinción los documentos de pago. 5. Cumplimentación los documentos comerciales y de pago.
Contenidos	1. Introducción. 2. ¿Qué tributos tengo que pagar? - o ¿Qué impuestos se pagan en cada tipo de empresa? - o ¿Cuáles son las obligaciones fiscales? El Calendario Fiscal. - o El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). - o El Impuesto de Sociedades (IS). - o El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). - o Otros Tributos. 3. ¿Cuáles son mis obligaciones contables? 4. Las cuentas anuales de las PYMES. - o El Balance y su análisis. - o La Cuenta de Pérdidas y Ganancias. - o El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto. - o La Memoria.
Criterios de Evaluación	1. Saber describir el proceso administrativo de la empresa. 2. Valorar la importancia de una gestión administrativa eficaz en la empresa. 3. Comprender la finalidad de cada uno de los documentos comerciales. 4. Distinguir los documentos comerciales y de pago. 5. Saber cumplimentar los documentos comerciales Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).

Criterios y procedimientos de evaluación

Como instrumentos de evaluación se consideran los siguientes:

1. Participación en las diferentes herramientas de comunicación
2. La realización de las tareas que incluye cada unidad.
3. Los exámenes on line de cada unidad
4. Los exámenes presenciales (febrero y junio).

El proceso de evaluación se llevará a cabo a lo largo de todo el periodo que comprende el curso, siendo el resultado la media aritmética de la suma de una serie de componentes, ponderadas porcentualmente según el siguiente detalle:

Exámenes presenciales 45%

Tareas de las distintas unidades (valor medio) 35%

Exámenes Online de cada unidad (valor medio) 10%

Participación en foros y herramientas de comunicación 10%

Exámenes presenciales: para la evaluación se establecen dos pruebas presenciales, una de carácter voluntario en el mes de febrero (para eliminar materia) y otra obligatoria en el mes de junio.

Tareas: Para aprobar esta parte, la media aritmética de las tareas ha de ser 5 o superior. En relación a las tareas destacaremos que:

Existen unas fechas límite de entrega de las tareas de cada unidad didáctica, a partir de las fechas que se exponen a continuación no se corregirán tareas de las unidades señaladas:

Unidades 1, 2, 3 y 4: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del día 4 de marzo.

Unidades 5, 6, 7 y 8: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del día 7 de junio.

El alumnado dispone de dos envíos para cada tarea. Si en el primer envío, la tarea se suspendiera, podrá ser corregida, enviada y evaluada de nuevo. No se pueden hacer envíos de tareas para subir nota.

Durante los períodos no lectivos, como Navidad y Semana Santa se puede seguir trabajando y enviando tareas, pero el tiempo de espera para su corrección será más largo que durante el período lectivo.

Para aprobar el módulo se dispone de un total de **cuatro convocatorias**, a razón de una por año cursado. No existe convocatoria de septiembre. Es conveniente darse de baja de un módulo en las fechas previstas durante el curso si se considera que no se tienen posibilidades de superarlo en la convocatoria que se está cursando y para no perder una oportunidad.

Los exámenes on line se pueden realizar en tres 3 intentos, de los cuales la plataforma graba la nota más alta de todos los realizados.

Temporalización

En función de lo anteriormente expuesto, las fechas previstas de aparición en la plataforma de cada unidad didáctica es la siguiente:

1. Unidad didáctica 1: 9 octubre 2012.
2. Unidad didáctica 2: 2 noviembre 2012.
3. Unidad didáctica 3: 30 de noviembre 2012.
4. Unidad didáctica 4: 21 de diciembre 2012.
5. Unidad didáctica 5: 8 febrero 2013.
6. Unidad didáctica 6: 4 marzo 2013.
7. Unidad didáctica 7: 29 de marzo 2013.
8. Unidad didáctica 8: 26 abril 2013

Se prevé la realización de **dos pruebas objetivas presenciales**, la primera de ellas en el mes de **febrero** y con carácter **voluntario y eliminatorio**. Ésta comprenderá **las 4 primeras unidades didácticas**.

La segunda prueba **obligatoria** se llevará a cabo al final del periodo lectivo, más o menos a mediados de **junio**. Abarcará las últimas 4 unidades didácticas para aquellos alumnos/as que hayan superado la prueba objetiva anterior, efectuada en el primer cuatrimestre, o bien, toda la materia para aquellos/as alumnos/as que no la hayan superado o realizado.

Existen, como hemos apuntado más arriba, unas **fechas límite de entrega de las tareas** de cada unidad didáctica, a partir de las fechas que se exponen a continuación no se corregirán tareas de las unidades señaladas:

Unidades 1, 2, 3 y 4: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del **día 4 de marzo**.

Unidades 5, 6, 7 y 8: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del día **7 de junio**

Bibliografía

Existen en el mercado libros de texto de Empresa e Iniciativa Emprendedora de diferentes editoriales, dirigidos a los Ciclos de Grado Superior de Formación Profesional que pueden servirte de complemento a los contenidos que te aportamos a través de la plataforma o para ver el módulo desde otros puntos de vista.

Además, en cada una de las unidades didácticas se recomiendan libros, artículos, revistas, direcciones de Internet y películas relacionadas con el tema.