

MANUAL PARA EMPRENDER

Andalucía
se mueve con Europa 



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO

ÍNDICE

Resuelve todas tus dudas a la hora de emprender un negocio.
Para ello hemos establecido diferentes bloques temáticos.
Enlaza y veras la nociones fundamentales para emprender.

1.	MODELOS DE NEGOCIO	3
2.	PLAN DE EMPRESA.....	24
3.	FORMAS JURÍDICAS.....	59
4.	TRÁMITES Y PUESTA EN MARCHA	73
5.	SEGURIDAD SOCIAL.....	100
6.	FISCALIDAD	110
7.	LIBROS.....	139
8.	CONTABILIDAD.....	144
9.	PRODUCTOS BANCARIOS.....	147
10.	DOCUMENTOS MERCANTILES	162
11.	PROPIEDAD INDUSTRIAL.....	175
12.	INSTRUMENTOS FINANCIEROS	193
13.	GUÍAS EMPRESARIALES.....	215
14.	APOYO INSTITUCIONAL.....	244

1. MODELOS DE NEGOCIO



¿Qué es un modelo de negocio?

¿Y una Startup?

¿Qué tipos de modelos de negocio son los más significativos?

¿Qué es y para qué sirve el modelo de Canvas?

¿Qué características tiene una franquicia?

CANVAS	LEAN STARTUP
LEAN CANVAS	SUSCRIPCIÓN
CEBO Y ANZUELO	FREEMIUM
GRATIS	LONG TAIL
AFILIACIÓN	MULTINIVEL
FRANQUICIA	

CANVAS MODEL

DEFINICIÓN

Ostewalder y Pigner en el libro Generación de modelos de negocio explican como con una forma sencilla y gráfica se puede diseñar un modelo de negocio y este modelo de negocio es el Modelo Canvas, también conocido con el modelo del lienzo.

La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica.

MÓDULOS DEL CANVAS MODEL

Módulo 1: Segmentos de mercado.

En este módulo hay que definir los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.

Hay que contestar a preguntas tales como: ¿Para quién estamos creando valor?, ¿Cuáles son mis clientes más importantes? Y además a qué tipo de mercado: Si masivo, de nicho, segmentado, diversificado...

Módulo 2: Propuestas de valor.

En este módulo hay que ver el producto/servicio que crea valor para el segmento de mercado que se ha especificado en el anterior módulo. Las propuestas de valor pueden ser innovadoras, rompedoras o pueden ser parecidas a ofertas ya existentes.

En cualquier caso se deben contestar este tipo de preguntas: ¿Qué valor ofrecen a los clientes?, ¿Cuál de los problemas de los clientes ayudan a resolver?, ¿Qué necesidades de los clientes se cumplen?, ¿Qué paquetes de productos y servicios se ofrece a cada segmento de clientes?.

Una propuesta de valor crea valor para un segmento de clientes a través de una mezcla de distintos elementos que atienden a las necesidades de ese segmento. Los valores pueden ser cuantitativos, como el precio, la velocidad del servicio o cualitativos basado en el diseño, mayor accesibilidad al cliente....

Módulo 3: Canales.

Describe la manera en la que la empresa se llega a comunicar con los segmentos del cliente y la forma en la que entrega una propuesta de valor misma. Las interfaces principales entre la empresa y los clientes son la comunicación, la distribución y las ventas. Depende la empresa, la elección del canal de ventas que prefiera, ya sea directa o indirecta (por medio de distribuidores, detallistas, agentes, entre otros). Generalmente se podría tratar de los siguientes tipos de canales: Equipo comercial, ventas en internet, tiendas propias, tiendas de socios o mayorista.

En este apartado se han de resolver preguntas tales como ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?, ¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?, ¿Cuáles tienen mejores resultados? ¿Cuáles son más rentables?

Módulo 4: Relaciones con los clientes.

Describe los tipos de relaciones que una empresa establece con los segmentos específicos del cliente. Una empresa debe aclarar el tipo de relación que quiere establecer con cada segmento de cliente. Las relaciones pueden variar desde nivel personal hasta una automatizada.

Se puede distinguir entre diversos tipos de Relaciones con el cliente, que pueden coexistir en una relación de compañía con un particular segmento de cliente: Asistencia personal, autoservicio, servicios automáticos, comunidades...

Módulo 5: Fuentes de ingresos.

La fuente de ingresos constituye principalmente el dinero en efectivo de una empresa a través de cada segmento de clientes en el cual, la ganancia es el resultado de la resta de los ingresos y gastos.

En este módulo se deben preguntar ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?.

Existen varias formas de generar fuentes de ingresos, tales como ventas de activos, cuotas por uso, cuota de suscripción, concesión de licencias, publicidad...

Módulo 6: Recursos clave.

Estos recursos se relacionan directamente con las actividades clave pues son los primeros aquellos que se transforman, a través de las actividades, en las propuestas de valor de la empresa. Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos.

Se trata de categorías como recursos físicos, intelectuales, humanos, económicos...

Módulo 7: Actividades clave.

Se refiere este módulo a las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione. En este módulo hay que responder a la pregunta de ¿Qué actividades clave requieren nuestra propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?.

Las actividades clave se pueden dividir en las siguientes categorías: Producción (aquellas actividades cuyo resultado sea un producto, incluyendo la manufactura y el diseño), resolución de problemas (las actividades que buscan como resultado soluciones a las necesidades del consumidor) y plataforma/red (este tipo incluye las actividades que mantienen o desarrollan una plataforma de servicios, como una página web, software o una red de distribución).

Módulo 8: Asociaciones clave.

Este módulo se refiere a la red de proveedores, socios y colaboradores que contribuyen al modelo de negocio.

Se contesta a preguntas tales como ¿quiénes son nuestros socios clave?, ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?; ¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios?;¿Qué actividades clave realizan los socios?.

Se establecen cuatro tipos de asociaciones: 1.- Alianzas entre no competidores (empresas cuyos modelos de negocio no compiten por el mismo mercado o recursos y de cuya cooperación pueden surgir beneficios para ambas); 2.- Cooperación entre competidores (empresas buscando el mismo mercado negocian y coordinan acciones para obtener el mayor beneficio posible para ambas); 3.- Empresa conjunta (Joint venture) para la creación de nuevos negocios (dos o más socios participan de manera colectiva en la creación de una nueva empresa.) y 4.- Relaciones entre comprador y distribuidor (por medio de esta alianza una empresa asegura la adquisición de los recursos que necesita).

Módulo 9: Estructura de costes.

En este módulo se describen los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio determinado. Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un coste. Se trata de resolver las cuestiones: ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?, ¿Cuáles son los recursos clave más caros?, ¿Cuáles son las actividades clave más caras?

ESQUEMA CANVAS

The Business Model Canvas Diseñado para: _____ Diseñado por: _____ Fecha: ____/____/____ Iteración: ____

<p>Socios Clave</p> <p>¿Quiénes son nuestros Socios Clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué Recursos Clave estamos adquiriendo de nuestros socios? ¿Qué Actividades Clave requiere nuestro valor?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>	<p>Actividades Clave</p> <p>¿Qué Actividades Clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Nuestros relaciones con los clientes? ¿Nuestros fuentes de ingresos?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>	<p>Propuestas de Valor</p> <p>¿Qué valor entregamos a nuestros clientes? ¿Qué es el problema de nuestros clientes que estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y servicios estamos ofreciendo a cada Segmento de Clientes? ¿Qué necesidades de nuestros clientes estamos satisfaciendo?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>	<p>Relaciones con Clientes</p> <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros Segmentos de Clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo estamos integrados a lo largo del modelo de negocio? ¿Cuánto cuesta llevarlo a cabo?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>¿Para qué/para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>	
<p>Recursos Clave</p> <p>¿Qué Recursos Clave son necesarios por nuestra Propuesta de Valor? ¿Qué Recursos Claves de Distribución? ¿Qué Recursos Claves de Canales? ¿Qué Recursos Claves de Relaciones con los clientes? ¿Qué Recursos Claves de Ingresos?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>		<p>Canales</p> <p>¿A través de qué canales queremos llegar a nuestros Segmentos de Clientes que queremos a través? ¿Cómo están integrados nuestros Canales? ¿Cuáles son los canales mejor? ¿Cuáles son más rentables? ¿Cómo los estamos integrando con los canales del consumidor?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>			
<p>Estructura de Costes</p> <p>¿Cuáles son los costes más importantes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles de los Recursos Clave son los más costosos? ¿Cuáles de los Actividades Clave son los más costosos?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>				<p>Fuentes de Ingresos</p> <p>¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué valor están dispuestos a pagar actualmente? ¿Cómo están pagando actualmente? ¿Cómo deberían pagar? ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos al total de ingresos?</p> <p><small>Modelo de negocio: Estructura de costes: Fuentes de ingresos: Canales: Relaciones con clientes: Segmentos de clientes: Propuestas de valor: Actividades clave: Recursos clave: Socios clave:</small></p>	

www.businessmodelgeneration.com traducido por leanstart.es © CC BY-SA 4.0

FUENTES

“Generación de modelos de negocios”, de Ostewalder y Pigneur.
Wikipedia.

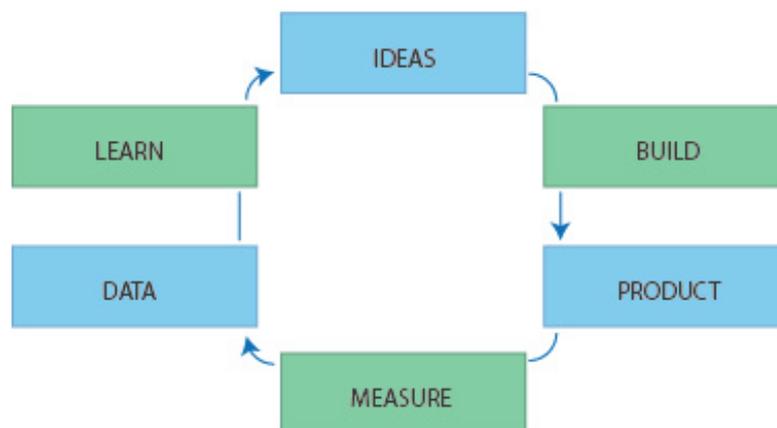
LEAN STARTUP

DEFINICIÓN

"Lean Startup" es una manera de abordar el lanzamiento de negocios y productos que se basa en aprendizaje validado, experimentación científica e iteración en los lanzamientos del producto para acortar los ciclos de desarrollo, medir el progreso y ganar valiosa retroalimentación de los clientes. De esta manera las empresas, especialmente startups pueden diseñar sus productos o servicios

para cubrir la demanda de su base de clientes, sin necesitar grandes cantidades de financiación inicial o grandes gastos para lanzar un producto.

La filosofía lean startup se basa en lean manufacturing, la filosofía de producción ajustada desarrollada en los 80s por los fabricantes de coches japoneses. El sistema de producción ajustada considera como desperdicio todo aquel gasto de recursos que vaya dedicado a un objetivo que no sea la creación de valor para el consumidor final, y por tanto un objetivo a ser eliminado. De manera similar a los preceptos del lean management, la filosofía de lean startup de Ries busca eliminar las prácticas ineficientes y se centra en incrementar el valor de la producción durante la fase de desarrollo. De esta forma la startup puede tener más oportunidades de triunfar sin requerir grandes cantidades de fondos externos, planes de empresa elaborados, o el producto perfecto. Ries cree que la opinión de los clientes durante el desarrollo del producto es una parte integral del proceso de lean startup, y asegura que el productor no va a invertir tiempo en diseñar características o servicios que el cliente no desea.



Crear

Hay que crear algo en base a una buena idea. Pero la idea no es lo crucial, no debe ser un secreto... La idea no es tan importante, sino como la implementamos. La construcción, la implementación y el crecimiento ha de ser paso a paso y de forma modular para iterar con rapidez.

Medir

Es el elemento central (fase 2), el que debe obtener los resultados de lo creado (fase 1) y con esos resultados tomar decisiones que nos

hagan aprender (fase 3). En una lean startup hay que medir lo antes posible, diseñar y experimentar.

Aprender

En base al conocido: prueba – error. Si los resultados de la medición no son buenos, buscar las posibles razones, preservemos con otras opciones. En caso de no seguir perseverando, queda como salida el pivotaje, un cambio de modelo de negocio. Muchas de las grandes startup comenzaron con una idea y modelo de negocio y han tenido el éxito tras pivotar y “ser otra cosa”.

FUENTES

“Lean Startup”. Enric Ries.

LEAN CANVAS

DEFINICIÓN

En el modelo de negocio Canas tenemos 9 bloques donde por un lado tenemos el **mercado**, y por otro lado tenemos nuestra **empresa**, entorno, procesos y sus activos. Cuando se trata de empresas ya constituidas y proyectos empresariales consolidados tiene mucha utilidad, ahora bien para nuevas iniciativas y startups es difícilmente provechoso.

Por ello Ash Maurya estable el “Lean Canvas” como herramienta de fusión entre los modelos de negocio de Lean Startup con el modelo de negocio Canvas.

Tal y como establece Javier Megias se trata de un lienzo similar al business model canvas, pero **con algunos cambios**, sobre todo en cuanto a enfoque:

- **ALIANZAS**, en el “Lean Canvas” pasa a **PROBLEMA**: Un aspecto clave en cualquier negocio, sobre todo para una startup, es tener claro el problema o problemas que resuelves, y por eso aparece este bloque.

- **ACTIVIDADES CLAVE**, en el “Lean Canvas” pasa a **SOLUCIÓN**: De forma similar, y una vez especificado el problema, es conveniente definir las funcionalidades principales del producto que ayudarán a resolver esos problemas
- **RECURSOS CLAVE**, en el “Lean Canvas” pasa a **MÉTRICAS CLAVE**: Para cualquier startup es absolutamente crítico definir desde el principio los 3-4 indicadores que va a utilizar para medir el modelo de negocio, elemento clave a la hora de pivotar.
- **RELACIONES**, en el “Lean Canvas” pasa a **VENTAJA ESPECIAL/DIFERENCIAL**: Este bloque recoge algo que es muy difícil de tangibilizar, pero que sin embargo es la clave de cualquier negocio... y que al final suele ser la clave del triunfo frente a la competencia.

MODULOS DEL LEAN CANVAS

Módulo 1: Segmento de clientes:

Identifica y conoce los segmentos de clientes sobre los que trabajar, y sobre todo en este bloque hay que trabajar en averiguar quiénes podrían ser los usuarios visionarios con los que comenzar a trabajar. Según Javier Megias esto es de vital importancia, ya que dirigirse al mercado de masas con usuarios maduros suele ser una mala idea para una startup, al menos de entrada.

Modulo 2: Problemas:

Averigua cuales son los 3 principales problemas de ese colectivo (idealmente relacionados con tu actividad, claro), y descubre cuales son las soluciones alternativas a tu producto que usan para resolverlos. Es uno de los aspectos más complicados de averiguar pero más críticos, tal como vimos al hablar sobre si los clientes saben lo que quieren o no.

Modulo 3: Proposición única de valor:

Hay que dejar de forma clara, simple, sencilla y en una frase (un *mini pitch*) cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema... fácil de decir, difícil de sintetizar.

Modulo 4 Solución:

Una vez conocidos y priorizados los problemas a los que se enfrentan los clientes, se establecen cuales son las 3 características más importantes de tu producto/servicio que les van a ayudar a resolverlo... de forma que se centre en ellas y no se pierda el tiempo en funcionalidades secundarias.

Modulo 5: Canales:

En este módulo se tiene que trabajar como llegar la solución a los segmentos de clientes establecidos: ¿con una fuerza comercial? ¿mediante una web?. Tal como indica Javier Megias es importante entender este camino a los clientes de forma global, es decir, no sólo pensando en la fase de la venta sino en toda la experiencia de cliente.

Modulo 6: Flujos de ingreso:

En este modulo hay que estudiar cómo va a ganar dinero la empresa, lo que no sólo incluye pensar en los diversos flujos, sino en el margen, valor del cliente, modelo de recurrencia... en definitiva, plantear la estrategia sobre cómo va a ganar dinero la startup.

Modulo 7: Estructura de costes:

El reverso de los ingresos, en la estructura de costes se deben plantear aquellos elementos que cuestan dinero, y que en la práctica indican el gasto aproximado que tendremos mensualmente... y que por supuesto, al principio debería ser lo más contenido posible.

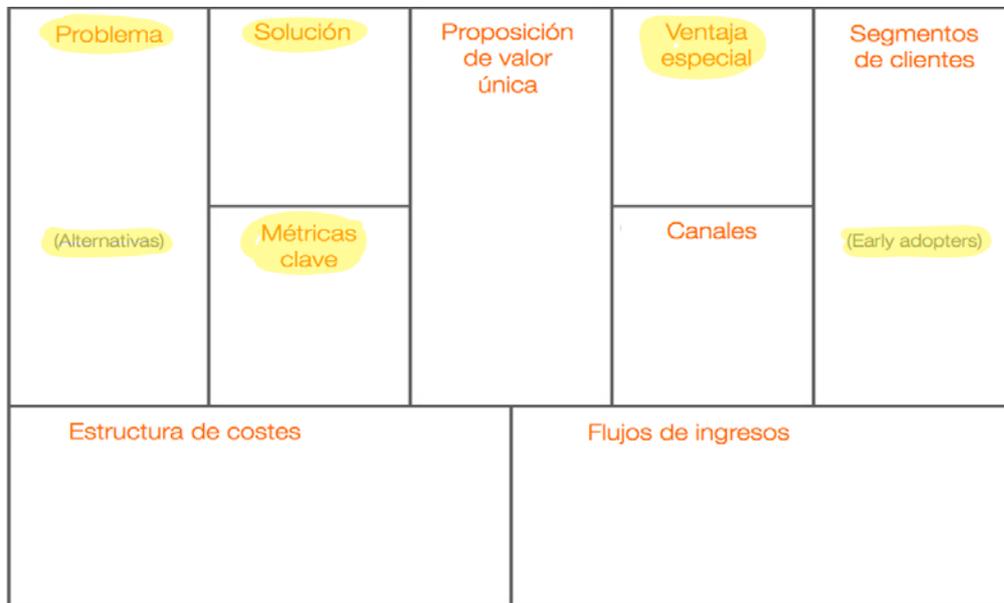
Modulo 8: Métricas clave:

Según Noah Kagan, emprendedor y fundador de Appsumo “Una *sartup* sólo puede enfocarse en una métrica, por lo que debes decidir cuál es, e ignorar todo lo demás”. El riesgo está en no saber identificar la métrica correcta y perder recursos correteando la meta equivocada. La idea es establecer qué actividades hay que medir y cómo, teniendo en cuenta que debemos generar un conjunto muy reducido y accionable de indicadores que luego nos ayuden a tomar decisiones.

Modulo 9: Ventaja competitiva:

También se denomina como ventaja injusta. Una *start-up* nueva que está recién empezando, no tendría una ventaja injusta, por lo que esta casilla en principio estará en blanco. La idea de esta caja es motivar a los emprendedores a encontrar o construir su ventaja injusta. Una vez que la *start-up* consiga un nivel inicial de éxito, será inevitable la aparición de competidores y personas que copien la idea. Si no tienes una defensa contra ellos, corres el riesgo de que te extingan. Se trataría de recoger ese algo que hace especial y diferente a la empresa, lo que causa que los clientes sigan viniendo a por más.

ESQUEMA LEAN CANVAS



Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Un-ported License.

FUENTES

Ash Maurya. “The running lean”

Blog Javier Megias. Artículo: “Lean Canvas”: Un lienzo de modelo de negocio para Startups.

MODELO DE NEGOCIO POR SUSCRIPCIÓN

DEFINICIÓN

Este modelo consiste el cliente paga por el acceso a un producto o servicio con una periodicidad fijada y acordada de antemano.

Javier Megias en su blog detalla que existen varias forma de enfocar un modelo de negocio basado en la suscripción, y **el uso de una u otra dependerá en gran medida del producto/servicio comercializado.**

- **Subscripción fija:** Se paga por un número predeterminado de productos o servicios, conocidos de antemano. Es el que se utiliza en el mundo editorial, donde al subscribirnos a una revista pagamos por recibir un ejemplar con la periodicidad acordada (mensual, semanal...etc)
- **Subscripción ilimitada:** Una vez se paga el acceso a los productos o servicios, éste se puede hacer sin restricciones. Es habitual en entornos online para el acceso a todo el contenido de un sitio web de pago
- **Subscripción base y pago por uso:** Se trata del pago de una cuota base que simplemente permite el acceso al servicio, y luego se paga en base al uso que se haga del mismo. Es el modelo tradicional de los proveedores telefónicos, que cobran una cuota por el acceso a su red (tener teléfono) y además un cargo mensual variable en función del consumo del teléfono del mes.
- **Subscripción acotada:** Se trata de la compra de un número concreto de usos del servicio o producto con capacidad de renovación. Por ejemplo, la compra de bonos de hoteles o de sesiones de rayos UVA.

EJEMPLOS

- **Gimnasios y centros de estética, bonos por sesiones y subscripción por periodos de tiempo.**
- Clubs de lectores donde se recibe periódicamente libros en casa.
- Software como puede ser un antivirus.

FUENTES

Javier Megias, www.javiermegias.com

Emprendedores. www.emprendedores.es

MODELO DE NEGOCIO DE CEBO Y ANZUELO

DEFINICIÓN

Este modelo de negocio cebo y anzuelo (bait and hook) consiste en ofrecer un producto básico a un precio muy bajo, a menudo con pérdidas (el cebo), oferta inicial muy atractiva, y entonces con ello fomentar la compra repetida de productos o servicios en el futuro.

En este modelo de negocio el producto o servicio puede incluso regalarse o como se indica anteriormente esta a precio muy bajo (el cebo) con el fin de captar y enganchar al cliente en la

compra repetitiva de repuestos, consumibles o servicios donde el margen es bastante más alto (el anzuelo o gancho).

El origen de éste tipo de modelo de negocio se le atribuye a King C. Gillete, inventor de la cuchilla de afeitar desechable. La adquisición de una maquinilla de afeitar es extremadamente barata (*cebo*), pero sin embargo los recambios de las cuchillas son mucho más caros, y resultan necesarios para poder seguir usando la maquinilla (*el anzuelo*).

EJEMPLOS

1. **Maquinillas:** En el caso de las maquinillas de afeitar, el cebo es el “mango” de la maquinilla (que suele venir con una cuchilla para poder probarla) y el anzuelo los repuestos de cuchillas.
2. **Consolas de videojuegos:** El mercado de las consolas ofrece un ejemplo interesante, ya que algunos fabricantes han decidido subvencionar agresivamente la propia consola (cebo) a cambio de diferir los ingresos con lo obtenido por licencias de juegos (anzuelo).
3. **Impresoras:** Desde hace años vemos un fuerte descenso en el precio de las impresoras, sobre todo en las de tinta (cebo), y sin embargo los cartuchos cada día parece que duren menos y son más caros (anzuelo).
4. **Fuentes dispensadoras de agua:** Uno de los productos más de moda y convenientes, es habitual que la instalación del dispensador de agua sea gratuita (cebo) ya que la rentabilidad se recupera con el consumo de las botellas de agua (anzuelo).
5. **Cafeteras de cápsulas:** En este caso las cafeteras está fuertemente subvencionadas (cebo) y ofrecen de “partida” varias cápsulas para probarlas, pero sin embargo los consumibles (anzuelo, las capsulas) son mucho más caros (como vimos en el caso de Nespresso).

FUENTES

“Generación de modelos de negocios”. Osterwalder y Pigneur.

Javier Megias, www.javiermegias.com

UNIR Emprende. Universidad Internacional de la Rioja.

Wikipedia.

MODELO DE NEGOCIO FREEMIUM

DEFINICIÓN

El término *freemium* fue acuñado por Jarid Lukin y difundido por el capitalista de riesgo Fred Wilson en su blog, se refiere a un modelo de negocio, basado principalmente en internet, que combina servicios básicos gratuitos con servicios Premium de pago.

El modelo de negocio se caracteriza por contar con una amplia base de usuarios que disfrutan de una oferta gratuita sin condiciones. La mayoría de estos usuarios nunca se convierte en clientes de pago y lo habitual es que tan sólo un porcentaje inferior al 10% de todos los usuarios se suscriba a los servicios *premium* de pago. Tal y como establecen Ostewalder y Pigneur en “Generación de modelos de negocios” el modelo es viable porque el servicio gratuito que se presta a los usuarios tiene un coste marginal muy bajo; además los parámetros que se tienen en cuenta son: el coste medio del servicio gratuito ofrecido a un usuario y la cuota que deben pagar los usuarios para disfrutar de los servicios Premium (de pago)

Según Javier Megias el auge de este tipo de modelos de negocio se debe a **varios factores**, algunos con más sentido que otros:

- **Cultura de lo gratis:** Aunque visto desde fuera pueda resultar absurdo, lo cierto es que nos hemos acostumbrado a que en Internet todo *debe* ser gratis. Hay una tremenda barrera en conseguir que alguien pague por un servicio online, lo que resulta curioso, ya que en la vida real no tenemos ningún problema en acudir a nuestro gestor y pagarle por hacernos la declaración de la renta... ¿y sin embargo en el momento que un servicio es online consideramos que por defecto se nos debería dar gratuitamente?.
- **Coste de servicio y escalabilidad:** En modelos de negocio muy escalables (como suelen ser los *freemium*) el coste de prestar un servicio “puro” basado en Internet tiende a cero... lo que parcialmente apoya el argumento de la gratuidad. Pero la clave es que *tiende* a cero... pero NO es cero. Alguien tiene que pagar la estructura de costes, por ligera que ésta sea.
- **Google, Facebook...etc:** Los puntos de referencia, podríamos decir *ídolos sagrados* de los emprendedores en Internet, trabajan con modelos de negocio *freemium*. De hecho es habitual que alguien te diga: “Youtube al principio perdía 1 millón de dolares al día... y mira ahora”. El problema base de esos razonamientos es que, por cada Google y Facebook, han nacido *millones* de startups que han muerto en la más absoluta pobreza... y en el caso de Youtube la empresa matriz Google ya tenía un modelo de negocio rentable capaz de “pagar la fiesta”.
- **Inversores:** Aunque coherente, la forma en la que muchos *business angels* y fondos plantean sus inversiones resulta dañina para las startups – aunque la mayoría de los

proyectos invertidos se hundan, si uno de ellos se llega a vender por cientos de millones, se habrá considerado un éxito la estrategia de inversión. Eso implica que buscan proyectos obsesionados en crecer y conseguir usuarios, muchas veces incluso a costa de la propia monetización del modelo.

En cualquier caso vamos a necesitar a muchos miles de clientes gratis para que un porcentaje muy pequeño paguen y sean los que soporten las estructuras de costes de la empresa.

EJEMPLOS

- **Dropbox.** Es gratuito el servicio hasta uno megas que ya es servicio *premium* y se tiene que pagar como cliente.
- **Evernote.**
- **Linkedin.**

FUENTES

“Generación de modelos de negocios”. Osterwalder y Pigneur.

Javier Megias, www.javiermegias.com

MODELO DE NEGOCIO GRATIS

DEFINICIÓN

La definición que toma Osterwalder y Pigneur en su famoso libro “Generación de modelos de negocio” es que el modelo de negocio “Gratis” es para al menos un segmento de mercado que se va beneficiando continuamente de una oferta gratuita. En este caso una parte del negocio o un segmento del mercado financian los productos o servicios que se ofrecen gratuitamente a otra parte o segmento.

Chris Anderson demuestra que el aumento de las ofertas gratuitas está estrechamente relacionado con los aspectos económicos, radicalmente diferentes, de los productos y servicios digitales. Siguiendo un ejemplo del libro “Generación de modelos de negocio” la creación y grabación de una canción supone una inversión de tiempo y dinero para el artista, además el coste de su copia y distribución en formato digital es casi nulo. Por ello podría un artista promocionarse y ofrecer su música gratuita a usuarios de todo el mundo a través de internet, siempre y cuando tenga otras fuentes de ingresos como conciertos, merchandising...

Este tipo de modelo tiene variantes como:

- Modelo de negocio multilateral (publicidad).
- Modelo de negocio freemium.
- Modelo de negocio cebo y anzuelo.

EJEMPLOS

- **Periódico Metro.** Atendiendo al segmento de mercado de transeúntes.
- **Skype.** Atendiendo al segmento de mercado de usuarios de la web.
- **Google.** Atendiendo al segmento de mercado de usuarios de internet y no anunciantes ni creadores de contenido.

FUENTES

“Generación de modelos de negocios”. Osterwalder y Pigneur.

MODELO DE NEGOCIO LONG TAIL

DEFINICIÓN

La definición que toma Osterwalder y Pigneur es vender menos de más, es ofrecer una amplia gama de productos especializados que, por separado, tiene un volumen relativamente bajo.

Tradicionalmente por motivo de economías de escala era más rentable vender mucho de un producto que no vender muy poco de muchos productos. La mentalidad es que centrarse en un nicho determinado es cómodo para la empresa ya que tiene el foco de atención directo al mismo y centra sus esfuerzos en dicho nicho, a diferencia de enfocar la actividad a diversos nichos a la vez complicaba mucho el asunto.

Desde la irrupción de Internet muchas cosas han cambiado y uno de los aspectos más positivos que nos ha traído ha sido el modelo de negocio del Long Tail o larga cola, concepto acuñado por Chris Anderson.

Chris Anderson establece que los modelos tradicionales se han orientado a encontrar pocos productos que consiguieran vender muchas cantidades cada uno, los llamados best sellers o hits. Es un modelo válido pero de esta forma solo se logra aglutinar un 20% de la demanda. En cambio Long

Tail se centra en ofrecer una amplia variedad de productos que van a vender relativamente pocas unidades. La particularidad de este modelo de negocio es que la suma de este pequeño número de ventas si el número de productos diferentes es suficientemente grande, puede ser muy rentable, (ejemplo de ello es E-bay). De esta forma nos centramos en muchos nichos a la vez en vez de ir a por la gran masa.

Chris Anderson explica 3 grandes motivos que contribuyeron a la gran expansión de este modelo de negocio:

Democratización de las herramientas de producción: la gran reducción de los sistemas de producción han permitido que en muchos sectores estas herramientas hayan llegado a manos de profesionales independientes e incluso amateurs. Ahora es más fácil y barato desarrollar un videojuego o un corto independiente por ejemplo.

Democratización de la distribución: gracias a Internet, los costes de distribución tienden a 0, sobretodo en productos digitales, lo que hace que cualquiera pueda poner a disposición del público su trabajo. Además muchos costes asociados también han caído en el mundo físico, con lo que crear nuevos mercados de nicho es más sencillo.

Disminución de los costes para conectar oferta y demanda: una de las grandes dificultades de los negocios basados en nicho es la dificultad de encontrar al público objetivo, pero ahora gracias a las redes sociales, a los buscadores, a las páginas de recomendaciones... los costes para alcanzar al público interesado han caído de manera considerable.

EJEMPLOS

eBay: Es un sitio destinado a la subasta de productos a través de Internet. Es uno de los pioneros en este tipo de transacciones, habiendo sido fundado en el año 1995.

Amazon: Es una empresa estadounidense de comercio electrónico y servicios de cloud computing a todos los niveles. Fue una de las primeras grandes compañías en vender bienes a través de Internet. En la actualidad está totalmente diversificada en diferentes líneas de productos, ofreciendo DVD, CD de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida, libros, etc.

FUENTES

“Generación de modelos de negocios”. Osterwalder y Pigneur.

www.emprenderalia.com; artículo de Xavi Sanchez.

Wikipedia

MODELO DE NEGOCIO POR AFILIACIÓN

DEFINICIÓN

El modelo de negocio por afiliación consiste en incitar a otros a que compren productos y/o servicios de terceros a cambio de una comisión por la venta.

Javier Megias en su blog detalla muy claramente las ventajas y desventajas de este modelo de negocio:

VENTAJAS:

- Son modelos de negocio muy baratos de poner a funcionar, ya que únicamente requiere infraestructura en Internet (habitualmente una página web y/o una lista de correo).
- Dado que la venta final no la hacemos nosotros no nos enfrentamos a riesgos legales si ésta sale mal.
- Dado que el producto lo almacena y vende el vendedor aunque vendamos no necesitamos estocar/almacenar productos.
- Es fácil cambiar de *merchant* si no nos gustan las condiciones, ya que el tráfico lo aportamos nosotros (aunque ellos son los que tienen los clientes con datos)

INCONVENIENTES:

- No se tiene control de cómo se acaba la compra, si el sitio está mal diseñado o pobremente orientado a la conversión, tu has enviado una visita cualificada e interesada en comprar que el *merchant* o vendedor ha *"tirado a la basura"*.
- Normalmente no se recibe nada de las ventas recurrentes: Solo se va a comisionar por la primera transacción aunque ese mismo cliente que tu has enviado compre luego recurrentemente en el sitio del vendedor.
- No controlas tampoco la oferta de productos (algo que gestiona el vendedor), de forma que es posible que no se ofrezcan productos interesantes lo que disminuye el interés de tus visitas, y por tanto, la tasa de conversión.
- te muchísima competencia, algo que tiende a empujar las comisiones hacia abajo (es un mercado que se comporta de forma muy parecida al de la publicidad online)
- Requiere muchísimo tráfico y sobre todo, estar siempre buscando clientes nuevos... ya que si lo basas en web no puedes hacer nada por fidelizarlos ni tienes sus datos (algo que no sucede si se hace a través de correo, una de las mejores estrategias de afiliación).

EJEMPLOS

- Affli.net
- Zanox
- eBay

FUENTES

Javier Megias, www.javiermegias.com

Emprendedores. www.emprendedores.es

FRANQUICIAS

DEFINICIÓN

La **franquicia** es la práctica de utilizar el modelo de negocios de otra persona. El diccionario de la Real Academia Española (vigésima segunda edición) lo define en su acepción segunda como una *"concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona determinada."*

Según wikipedia una franquicia es un acuerdo entre el "franquiciador" y el "franquiciado" por virtud del cual el primero cede al segundo la explotación de una franquicia. Hay varios elementos importantes que componen la franquicia. Por una parte la marca comercial que distingue el franquiciador, un determinado "saber hacer" (o know-how) y la formación impartida a los franquiciados. A cambio de la cesión, el franquiciador recibe un royalty o canon que podrá retribuir la cesión de la marca comercial, el know-how cedido y la tasa de formación y asesoramiento.

La franquicia se concede, por lo general, por un período determinado y para un determinado "territorio". Puede ser una franquicia exclusiva o no exclusiva. Varios tangibles e intangibles, tales como servicios de apoyo nacionales o internacionales de publicidad, formación, y otros se hacen disponible comúnmente por el franquiciador. Los acuerdos suelen durar entre cinco y treinta años, con la posibilidad de cancelación o terminación anticipada mediante un preaviso. El incumplimiento de las cláusulas contractuales suele acarrear consecuencias graves para los franquiciados.

Cuáles son las ventajas y los inconvenientes de las franquicias.

Las ventajas del régimen de franquicias son las siguientes:

- Establecimiento de una amplia red de distribución de productos y servicios uniforme y eficaz.
- No es necesario realizar grandes inversiones.
- El franquiciado puede aprovechar los conocimientos, experiencia, prestigio y clientela del franquiciador.

Por su parte, los inconvenientes que presenta esta fórmula son:

- Menor beneficio por unidad, ya que éste es compartido.
- La relación contractual se somete a exclusividad.
- El franquiciado carece de libertad para organizar su propio negocio, ya que está sujeto a las instrucciones del franquiciador.

EJEMPLOS

- 100 montaditos
- Wonkandy
- MRW
- People fitness
- Uniclinic

FUENTES

Manual para emprender. Cámara Comercio de Salamanca.
Wikipedia.

MULTINIVEL

DEFINICIÓN

La ventas basadas en el marketing multinivel se asientan sobre dos pilares:

1. **La venta directa:** Consiste en ir directamente a los consumidores para ofrecerles y venderles algún tipo de producto y/o servicio; ya sea de forma personal o mediante el uso de medios electrónicos como el internet.

2. **La creación de redes:** Consiste en invitar a otras personas para que participen como Distribuidores Independientes en la empresa de multinivel en la que uno está asociado. Si la propuesta es aceptada, pasan a formar parte de su red de trabajo (línea descendente).

El funcionamiento básico de los **negocios multinivel**, consiste en "vender" el producto o servicio a los consumidores finales; para luego, proponerles que se incorporen como distribuidores independientes (también puede funcionar al revés). Si una o varias personas aceptan la propuesta, ingresarán a su red de comercialización, momento en el que empieza una fase de capacitación de los nuevos distribuidores (en el que Usted debe participar activamente). Finalmente, los nuevos integrantes de su red, cumplirán el mismo rol; es decir, venderán los productos o servicios directamente al consumidor, mientras intentan reclutar, auspiciar o afiliar nuevos miembros a la red de trabajo.

Cabe destacar, que este sistema de comercialización ha demostrado ser muy exitoso y efectivo para distribuir productos y servicios directamente a los consumidores, además de brindar nuevas oportunidades de trabajo a distintos segmentos sociales, culturales y económicos.

MULTINIVEL VS PIRAMIDAL

La venta multinivel está regulada en nuestro ordenamiento jurídico en el artículo 22 de la Ley del comercio minorista: *“La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado. A efectos de lo dispuesto en este artículo, los comerciantes y los agentes distribuidores independientes se considerarán en todo caso empresarios a los efectos previstos en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias”*.

La profesora del Centro de Estudios Financieros y de la Universidad a Distancia de Madrid, María Teresa Bote García dice en su Manual de Derecho Mercantil: *“Se considera venta piramidal aquella en la que el consumidor o usuario realiza una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores o usuarios en el plan y no de la venta o suministro de bienes o servicios. La venta piramidal consiste pues en un negocio en el que la principal forma de retribución se deriva de las cuotas que otras personas abonan para unirse al negocio, en lugar de la venta de productos o servicios a los consumidores finales”*.

EJEMPLOS

- ACN.
- Órgano Gold.

FUENTES

Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.

www.emprendedores.es

www.promonegocios.net

2. PLAN DE EMPRESA



- ¿Es necesario hacer un plan de empresa antes de iniciar mi carrera emprendedora?
- ¿Sirva para algo?
- ¿Hay algún modelo a seguir?
- ¿Cuáles son los apartados y sus contenidos para hacer el plan de empresa?

IMPORTANCIA DEL PLAN DE EMPRESA

CONTENIDO DEL PLAN DE EMPRESA

INSTRUCCIONES DEL PLAN DE EMPRESA

¿POR QUÉ EL PLAN DE EMPRESA?

El Plan de empresa es un documento en el que se desarrollan cada una de las áreas que determinan la actividad empresarial. Este documento requiere todo un proceso de planificación y análisis para detectar la viabilidad de la idea de negocio. El objetivo de toda actividad empresarial es obtener rentabilidad, lo que puede ser determinante en la supervivencia de la empresa.

Además, el plan de Negocio es a su vez una tarjeta de presentación ante posibles socios o inversores interesados en participar en el proyecto, ante entidades financieras a las que se suele acudir para pedir financiación, ante instituciones públicas que puedan apoyar la idea...

Se debe tener en cuenta que el Plan de Negocio es un documento dinámico, modificable en el tiempo, ya que la empresa está inmersa en un entorno cambiante y afectado por variables ajenas o incluso desconocida. Es un documento “vivo” que el emprendedor/a debe actualizar siempre que se produzcan desviaciones significativas. Entre los beneficios de elaborar un plan de empresa destacamos lo siguiente:

- **Reduce la incertidumbre.**
 - En principio, toda idea de negocio conlleva cierto grado de incertidumbre que debemos intentar reducir, cuanto más mejor, mediante la búsqueda de datos e información, análisis y estudio de todos los aspectos de la actividad empresarial. La incertidumbre no es posible eliminarla totalmente ya que existen factores externos que no podemos controlar, pero sí reducirla para que nuestras decisiones se realicen en un entorno lo más conocido posible.

- **Análisis de la viabilidad de la idea.**
 - Viabilidad técnica. Estudio necesario en las empresas de fabricación y en las de servicios. El proyecto de empresa debe estudiar la posibilidad de realización del producto/servicio previsto. Tendremos que conocer cuál es el proceso de fabricación/realización del mismo, los medios técnicos necesarios, los medios humanos que van a intervenir y su cualificación, los materiales necesarios, control de calidad, etc. El estudio de viabilidad técnica conlleva resolver la pregunta de si es posible, desde el punto de vista técnico, desarrollar eficientemente nuestros productos/servicios.
 - Viabilidad comercial. Un proyecto es viable comercialmente si justifica la existencia de un mercado para el producto/servicio previsto, y las ventas previstas son realistas con el planteamiento que se realiza de la empresa.

- Viabilidad económica. El proyecto es viable, desde el punto de vista económico, si es capaz de generar beneficios y tiene rentabilidad.
 - Viabilidad financiera. El proyecto es viable, desde el punto de vista financiero, si no plantea problemas de tesorería y tiene una estructura financiera equilibrada, en cuanto a endeudamiento, solvencia y liquidez.
 - Todos estos conceptos deben estar ligados al sector de actividad en que se desarrollará nuestra idea de negocio.
- **Control para la gestión.**
- Desarrollar un plan de empresa posibilita el posterior control de la marcha del negocio una vez iniciada la actividad. Este control supone detectar y analizar desviaciones y, posteriormente, tomar medidas correctoras en el momento adecuado, si la empresa no cumple los objetivos previstos.

INSTRUCCIONES

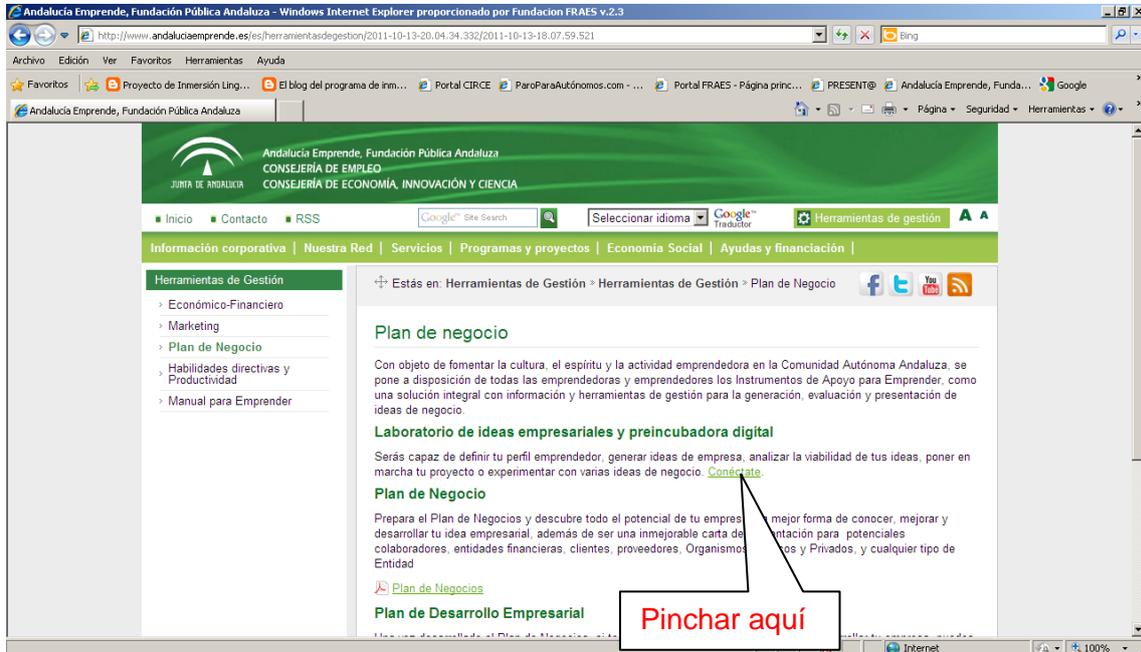
En nuestra página web de Andalucía Emprende disponemos de una herramienta útil, práctica y muy intuitiva para elaborar el plan de empresa.

Adjuntamos los 10 pasos a seguir.

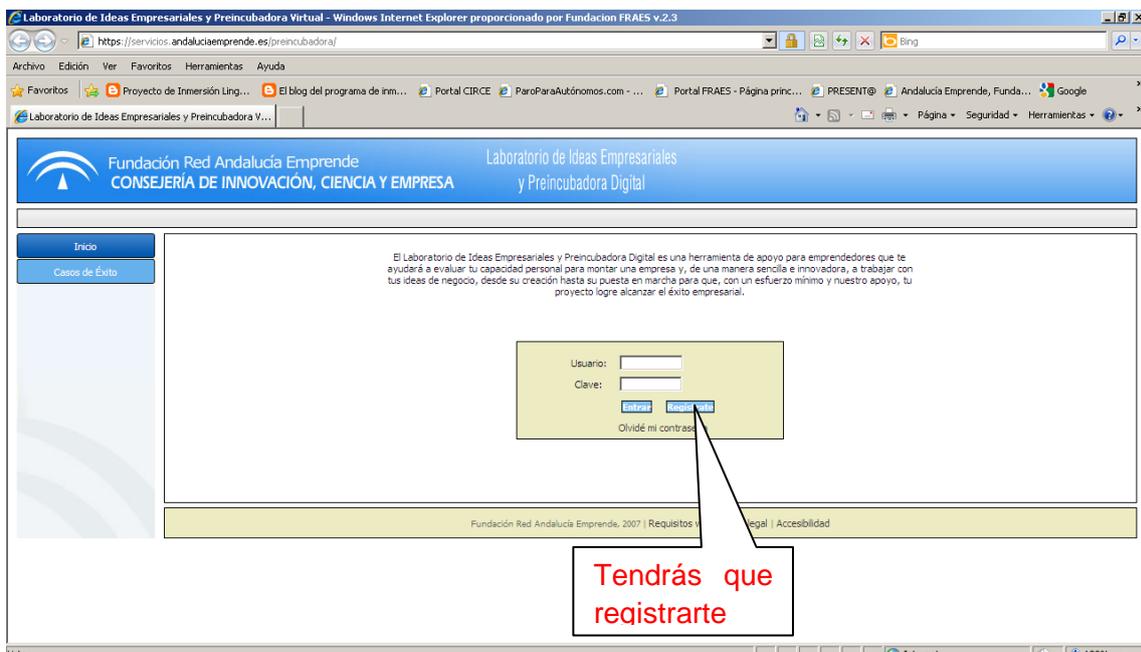
Paso 1: Acceder a Plan de Negocio en la web de Andalucía Emprende.

The screenshot shows the website interface for 'Herramientas de Gestión'. The navigation menu on the left includes: Inicio, Contacto, RSS, and a search bar. The main content area features a banner with gears and the text 'Herramientas de Gestión'. Below the banner, there is a section titled 'Herramientas de Gestión' with a brief description and contact information. A red box with a white arrow points to the 'Plan de Negocio' option in the left-hand menu, with the text 'Pinchar aquí' next to it.

Paso 2: Acceder laboratorio de ideas y preincubadora digital y pinchar en “conéctate”.



Paso 3: Registrarse.



Paso 4: Cumplimentar los datos de usuario.

Fundación Red Andalucía Emprende
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA

Laboratorio de Ideas Empresariales y Preincubadora Digital

Laboratorio de Ideas Empresariales y Preincubadora Virtual

Inicio
Casos de Éxito

Datos de la cuenta

Reñena los siguientes datos para realizar el registro de usuario.

Nombre de Usuario: (Nick)

Contraseña:

Repetir contraseña:

Datos del usuario

Reñena tus datos personales asociados a la nueva cuenta.

Nombre:

Apellidos:

Género:

Fecha de nacimiento: / /

Con fines estadísticos, ¿pertenece a alguno de los siguientes colectivos?:

Colectivo Social:

Provincia:

Localidad:

E-Mail:

Paso 5: Introducir una nueva idea.

Mis Ideas - Windows Internet Explorer proporcionado por Fundación FRAES v.2.3

http://www.skilltec.es/preincubadora/listadeas.asp

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Favoritos Proyecto de Inmersión Ling... El blog del programa de inm... Portal CIRCE ParaParaAutónomos.com... Portal FRAES - Página princ... PRESENT@ Andalucía Emprende, Funda... Google

Mis Ideas Nueva pestaña

Fundación Red Andalucía Emprende
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA

Laboratorio de Ideas Empresariales y Preincubadora Digital

Accesos directos: Instrucciones | Contactar | Nosotros | Cerrar Sesión Usuario: icolantes - Administrador Regional

Mis Ideas Empresariales Fuentes de Ideas

Mis Ideas Empresariales

Nivel de Actitudes Emprendedoras: 0 %

Experimenta con tus proyectos y trabaja en el panel de ideas siguiendo los pasos que aparecen en la siguiente tabla.

1. Perfil del Emprendedor 2. Fuentes de Ideas 3. Describe tu Idea 4. Evalúa tu Idea 5. Analiza la Viabilidad de tu Idea 6. Pon en Marcha tu Idea

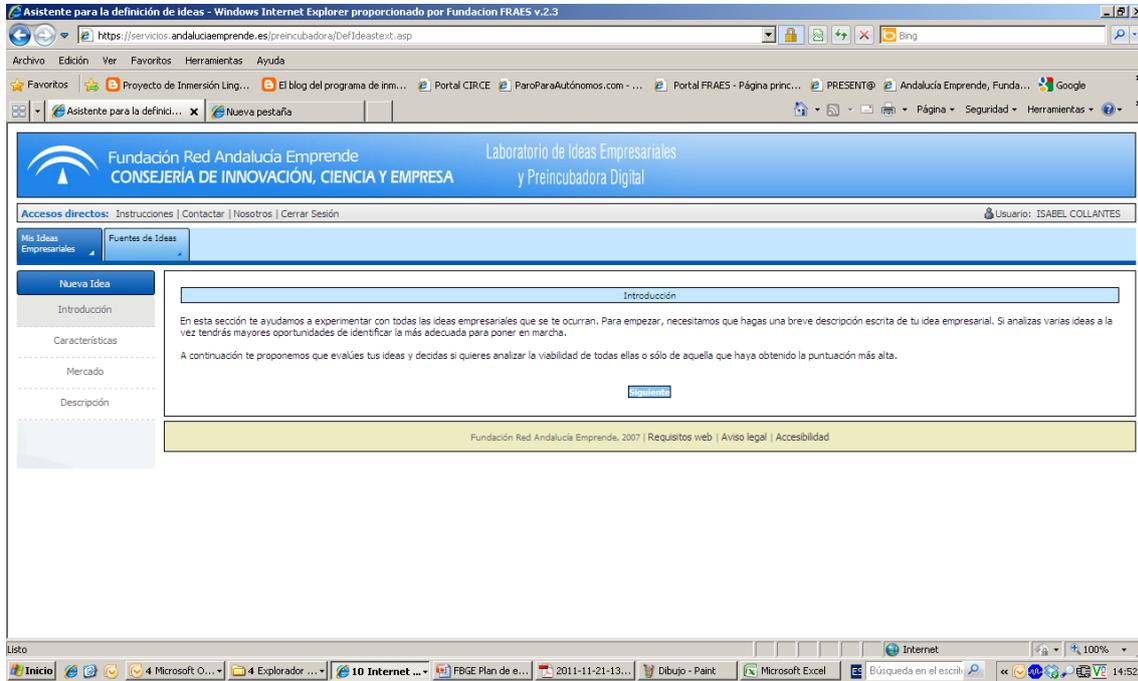
Desde aquí podrás gestionar todas tus ideas empresariales

Idea/Descripción	Laboratorio	Preincubadora
Para introducir una nueva idea Pulsa AQUÍ		

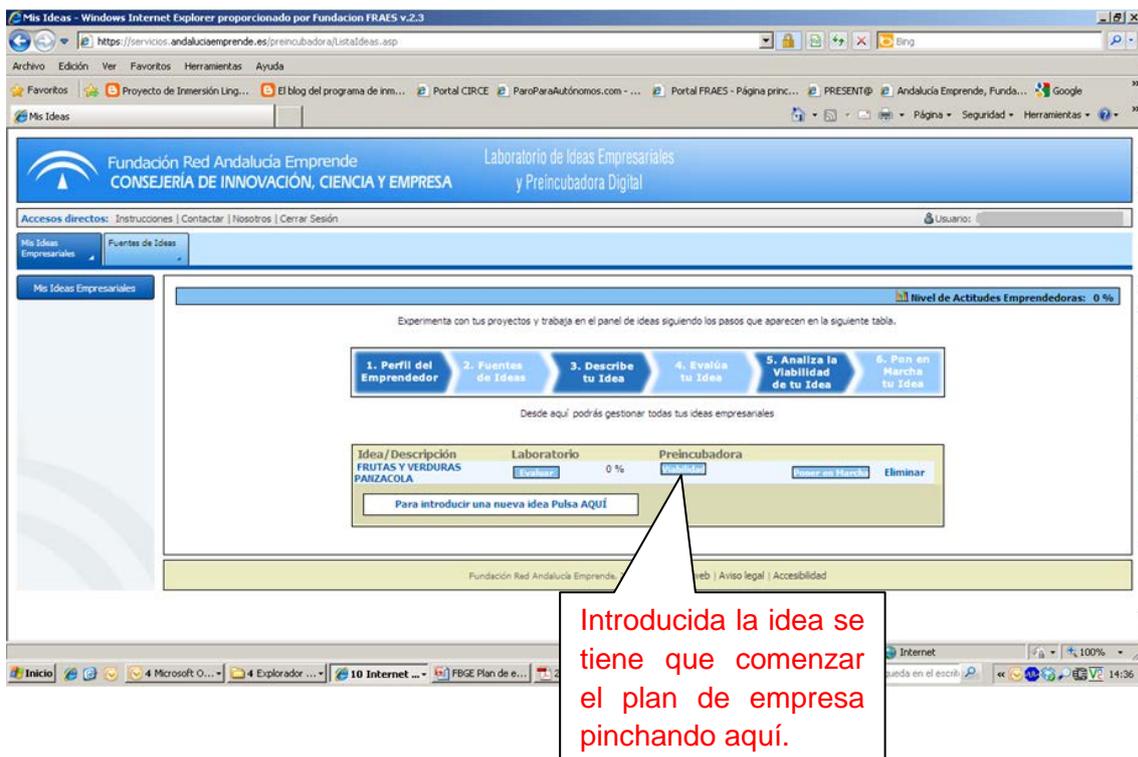
Fundación Red Andalucía Emprende, 2007 | Requisitos web | Aviso legal | Accesibilidad

Pinchar aquí para introducir tu idea.

Paso 6: Cumplimentar los datos básicos de la idea.



Paso 7: Acceder a “viabilidad” para comenzar el plan de empresa.



Paso 8: Complimentar cada uno de los apartados apoyándose en las instrucciones y ejemplos.

Fundación Red Andalucía Emprende
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA
Laboratorio de Ideas Empresariales
y Preincubadora Digital

Accesos directos: Instrucciones | Contactar | Nosotros | Cerrar Sesión

Mis Ideas Empresariales
Fuentes de Ideas

Identificación de la Empresa

Datos de la Empresa

Los Promotores

Empresa y Mercado

El sector y el Mercado

La Competencia

Productos y Servicios

Ventajas Competitivas

Estrategia de Marketing

Objetivos de Ventas

Gastos Comercialización

La Organización

Estructura Organizativa

Dotación de Personal

Categorías y Salarios

Las Inversiones

Plan de Inversiones

Las Existencias

Existencias de Productos

Se encuentra en la pantalla de acceso al Análisis de Pre-Viabilidad denominado "FRUTAS Y VERDURAS PANZACOLA", relativo a la empresa FI 05/12/2011 a las 10:01 sobre el modelo 'Venta al detalle', actualmente completo.

Identificación de Empresa:

Empresa y Mercado:

Complimentar cada uno de los apartados

La Organización:

Las Inversiones:

Las Existencias:

Los Costes:

Las Finanzas:

▶ **Obtención de Resultados:**

[Obtener resultados]

Puede usar las opciones de la barra situada a la izquierda para desplazarse por las diferentes posibilidades de introducción de datos del previamente, haya entrado en las anteriores.

Fundación Red Andalucía Emprende
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA
Laboratorio de Ideas Empresariales
y Preincubadora Digital

Accesos directos: Instrucciones | Contactar | Nosotros | Cerrar Sesión Usuario: ISABEL COLLANTES

Mis Ideas Empresariales
Fuentes de Ideas

Identificación de la Empresa

Datos de la Empresa

Los Promotores

Empresa y Mercado

El sector y el Mercado

La Competencia

Productos y Servicios

Ventajas Competitivas

Estrategia de Marketing

Objetivos de Ventas

Gastos Comercialización

La Organización

Estructura Organizativa

Dotación de Personal

Categorías y Salarios

Las Inversiones

Plan de Inversiones

Las Existencias

Existencias de Productos

▶ **Instrucciones**

Para trabajar con esta pantalla observará más abajo un conjunto de pestañas que corresponden a:

- Productos y precios.
- Ventas.
- Otros datos.

Pulsando sobre cada una de estas pestañas se encontrará ante un formulario de introducción de información que se le solicita en relación con los aspectos allí contenidos.

En cada uno de los formularios encontrará la ayuda para rellenarlos.

▶ **Ejemplo**

Producto	Precio
Calzado de señora	42,00
Calzado de caballero	48,00
Calzado infantil	30,05
Calzado deportivo	39,00
Accesorios para el calzado	3,00

▶ **Objetivos de ventas**

▶ **Productos y precios** ventas Otros datos

Introduzca los productos que tiene previsto vender en la empresa y los precios para el primer año de actividad.

Producto	Precio	EU.
Cacahuetes garrapiñad	83.30	EU.
Nueces de macadamia	208.33	EU.
Pipas garrapiñadas.	83.33	EU.
Anacardos garrapiñad	166.66	EU.
Almendras garrapiñad	166.66	EU.
	5.00	EU.

Cada apartado tiene sus instrucciones

...y sus ejemplos.

30

Paso 9: Ver los resultados.

Accesos directos: Instrucciones | Contactar | Nosotros | Cerrar Sesión

Usuario: ISABEL COLLANTES

Mis Ideas Empresariales

Identificación de la Empresa

Datos de la Empresa

Los Promotores

Empresa y Mercado

El sector y el Mercado

La Competencia

Productos y Servicios

Ventajas Competitivas

Estrategia de Marketing

Objetivos de Ventas

Gastos Comercialización

La Organización

Estructura Organizativa

Dotación de Personal

Categorías y Salarios

Las Inversiones

Plan de Inversiones

Las Existencias

Materiales y Servicios

Los Costes

Los Costes

Las Finanzas

La Financiación

Obtención de Resultados

Resultados

Cuenta de Resultados

Balances Provisionales

Ratios

Memoria del Plan

El sistema dispone ya de los datos necesarios para la realización del Análisis de Pre-Viabilidad 'REPARACIONES MANUEALA', relativo a la empresa Manuela Marin Flores.

De todas formas, antes de generar la memoria podrá volver cuantas veces desee sobre sus propios pasos y realizar todo tipo de cambios y reformas hasta que obtenga unos resultados económicos y financieros que satisfagan sus expectativas y que otorguen viabilidad al proyecto.

A continuación puede elegir una de las siguientes opciones:

Ver Cuenta de Resultados

Esta opción le permite disponer de una visión a cuatro años de los resultados que habrá de obtener la empresa de acuerdo con las informaciones y datos que se han introducido en el Plan. Estos resultados son consecuencia de los ingresos y gastos que Ud. ha estimado habrán de producirse. Esta visión de los ingresos y de los gastos le permitirá replantearse, en caso de que los resultados sean negativos en algún momento, qué elementos son los que han influido en este hecho y en qué manera puede proceder a su corrección. Las Cuentas de Resultados le mostrarán la viabilidad económica de su proyecto debiendo tener en cuenta que la garantía teórica de esa viabilidad se basa en el hecho de que los resultados esperados de la empresa en los cuatro años del Plan sean de signo positivo.

Ver Balances Provisionales

El sistema facilita la información correspondiente a los balances provisionales de la empresa para los primeros cuatro años de actividad. La composición detallada de los Activos y Pasivos generados por el negocio se facilitan a través de esta opción. Los Balances de Situación le permitirán disponer de una visión a largo plazo de la evolución previsible del patrimonio de la empresa, esto es de sus recursos y de su endeudamiento.

Ver Ratios Financieros

Los ratios que se ofrecen mediante esta opción permiten una visión de la evolución en el tiempo de una serie de índices que muestran la salud de la empresa en tres vertientes: la de la productividad y costes de sus recursos humanos, la económica y la financiera.

Generar Memoria del Plan

Esta opción facilita una Memoria completa, en formato Microsoft Word ® 97, conteniendo una descripción detallada de los aspectos más relevantes del negocio. **Esta opción es irreversible** en el sentido de que, una vez que se hace uso de ella para un proyecto ya no se puede volver a operar con el sistema si no es con otra nueva empresa. El documento, una vez obtenido, puede ser revisado de tal forma que se pueden introducir todo tipo de modificaciones en el texto y en los números.

Fundación Red Andalucía Emprende, 2007 | Requisitos web | Aviso legal | Accesibilidad

En este ultimo aparto se obtienen los resultados

Paso 10: Generar el PLAN DE EMPRESA.

Asistencia Técnica para Planes de Empresa - Windows Internet Explorer proporcionado por Fundación FRAES v.2.3

https://servicios.andaluciaemprende.es/preincubador/preincubadora/PlanDelNegocio/memoria.asp

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Favoritos Proyecto de Inmersión Ling... Portal CIRCE ParaParaAutónomos.com... Portal FRAES - Página princ... PRESENT@ Andalucía Emprende, Funda... Google

Asistencia Técnica para P... retenciones aplicadas al alqu...

Fundación Red Andalucía Emprende
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA
Laboratorio de Ideas Empresariales y Preincubadora Digital

Accesos directos: Instrucciones | Contactar | Nosotros | Cerrar Sesión

Usuario: ISABEL COLLANTES

Mis Ideas Empresariales

Identificación de la Empresa

Datos de la Empresa

Los Promotores

Empresa y Mercado

El sector y el Mercado

La Competencia

Productos y Servicios

Ventajas Competitivas

Estrategia de Marketing

Objetivos de Ventas

Gastos Comercialización

La Organización

Estructura Organizativa

Dotación de Personal

Categorías y Salarios

Las Inversiones

Plan de Inversiones

Las Existencias

LEA ESTO DETENIDAMENTE

Una vez que ha recorrido todo el proceso a través del que ha podido ir viendo de qué manera su idea de negocio se convierte en un proyecto económica y financieramente viable, ha llegado el momento de recoger toda la información que lo describe en una Memoria.

Esta Memoria, conteniendo su Plan de Empresa, le será de gran utilidad para presentar su proyecto a todas aquellas personas, empresas, organismos o instituciones, a las que deba informar con detalle.

Socios, proveedores, entidades de crédito, organismos de ayuda para la creación y puesta en marcha de empresas serán, entre otros, los destinatarios de su Plan de Empresa. Normalmente aquellos quienes puedan aportar financiación a su proyecto.

No olvide que, una vez recibida la Memoria, podrá añadir, eliminar o modificar cuanto guste, mediante la utilización de un procesador de textos tal como Microsoft Word®.

Generar Memoria de Análisis de Pre-Viabilidad ahora

Fundación Red Andalucía Emprende, 2007 | Requisitos web | Aviso legal | Accesibilidad

Y se puede generar el plan de empresa en formato Word con los apartados que a continuación se

CONTENIDO

Una vez generado el plan de empresa el contenido es el siguiente:

1. Introducción
2. Datos identificativos del proyecto
3. Datos identificativos de los promotores
4. La empresa y el mercado
5. La organización y el personal
6. Las inversiones
7. Las existencias
8. Los costes
9. Cuentas de resultados
10. Las finanzas
11. Balances previsionales
12. Conclusiones finales

1. INTRODUCCIÓN

Este apartado contiene una descripción de los principales aspectos definatorios del proyecto empresarial con objeto de facilitar a sus lectores un conjunto de informaciones que, conformando un Plan de Empresa para los próximos cuatro años, proporcionen una idea ajustada de las expectativas de factibilidad del proyecto.

El objetivo básico de este Plan es el de determinar las condiciones en que se han de desarrollar las distintas áreas empresariales para garantizar una adecuada puesta en marcha y la continuidad de la actividad mediante la cobertura de los necesarios índices de rentabilidad y la estructura financiera que garantice la adecuada financiación del proyecto empresarial, de acuerdo con las necesidades de fondos que habrán de producirse.

Para la preparación de este Plan de Empresa se ha utilizado un modelo matemático que permite la simulación del funcionamiento económico-financiero de una empresa. El modelo calcula y explicita las modificaciones que en los resultados y en el plan financiero se producen cuando cambian las expectativas de cualquier partida que influya en los ingresos o gastos, en los cobros o pagos.

La información sobre la que se basa el Plan se aporta por el propio promotor del proyecto mientras que la elaboración del contenido de esta Memoria se ha llevado a cabo con el respaldo de las herramientas de cálculo, de desarrollo de contenidos, y de edición, incluidos en el Laboratorio de Ideas Empresariales y Preincubadora Digital.

2. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL PROYECTO

En este apartado se detalla la actividad principal que va a desarrollar. Además de manera más detallada.

Además se trata de la ubicación y localización del proyecto empresarial.

Sobre este asunto resaltar que la ubicación o localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico vital para la viabilidad de la misma. Hay que buscar la localización adecuada, pensando en la distancia conveniente a las áreas de influencia, y en las posibilidades de acceso tanto del personal, como de las materias primas y compradores, en su caso; que esté dotada de suministro de agua, luz y teléfono, así como de la infraestructura necesaria para el tipo de empresa que se vaya a implantar.

La implantación ideal es aquella en donde los costes de instalación son los más bajos y, al mismo tiempo, cumple el mayor número de exigencias del proyecto y utiliza al máximo los recursos del entorno: proximidad a los clientes, fuentes de aprovisionamiento, posibilidades de subcontratación, equipamiento de la zona, mano de obra cualificada, incentivos a la creación de empresas y calidad de vida.

La elección del local para instalar el negocio es una decisión básica. Piense si puede plantear impedimentos para la ampliación de la empresa y examine detenidamente su superficie, su distribución en planta, su coste y forma de adquisición (alquiler, compra, leasing), la reglamentación que puede afectarle, etc.

En ocasiones, y dependiendo del tipo de actividad y del producto o servicio a fabricar o prestar, los promotores no encuentran especiales dificultades para ubicar su nueva empresa. En otras ocasiones, las características técnicas del producto, la naturaleza del servicio, la tecnología y otras muchas razones, hacen que la localización de la futura empresa sea un problema importante.

En la elaboración del plan es necesario:

Indicar la ubicación del nuevo establecimiento. Si es posible aportar como anexo un croquis de ubicación de la localidad y de situación dentro de la localidad.

Informarse acerca de las ordenanzas municipales que son de aplicación en concepto de tasas por licencia de apertura (nuevas aperturas o traspasos, cambios de titularidad o cambio de actividad), así como del impuesto de bienes inmuebles en caso de ser propietario.

Hacer un análisis de puntos a favor y en contra acerca de su posible ubicación en el lugar elegido. A continuación se detallan algunos de los criterios que deberían tenerse en cuenta al realizar dicho estudio:

Proximidad del mercado.

Facilidad para disponer de materias primas u otros recursos (mano de obra cualificada, Universidad, centros de investigación, etc.).

Infraestructuras y comunicaciones:

- Dotación de servicios e industrial de la zona.
- Legislación urbanística.
- Ayudas económicas e incentivos fiscales.
- Precio.

3. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LOS PROMOTORES

En este apartado es relevante tratar de:

Antecedentes de los promotores: Sobre los motivos de la iniciativa empresarial. Objetivos personales para poner en marcha la empresa. Indicar en qué ayudará la experiencia profesional previa en la presente iniciativa. Indicar cómo se resolverán los problemas del trabajo en grupo.

Datos y CV de los emprendedores: Detallar aspectos de los participantes en el proyecto que hagan mención especial a anteriores trabajos relacionados con ésta iniciativa y a la situación laboral actual. Detallar sus nombres, DNI, y edades. Breve descripción de los CV de los emprendedores.

Participaciones sociales: Detallar el desglose de las participaciones de los socios promotores del proyecto empresarial.

SOCIO	% Participación
Nombre Apellido 1 apellido 2	100,00%
TOTAL	100,00%

Pertenencia a grupos desprotegidos y emprendedores sociales: Indicar la pertenencia a algunos de los grupos desfavorecidos (mujeres, menores de 25 años, menores de 30 años con menos de 180 días cotizados, exreclusos, Inmigrantes...). Indicar la pertenencia a emprendedores sociales.

4. LA EMPRESA Y EL MERCADO

4.1. El sector y el mercado.

Análisis detallado del entorno en el que se va a desarrollar la actividad de la empresa partiendo del entorno general de la empresa hasta lo más próximo a la misma pasando por el análisis sectorial que determine la situación competitiva de la empresa.

Las variables o aspectos principales a considerar del entorno son:

- I. **Demográficas.** Aspectos tales como el tamaño de la población, la tasa de mortalidad y natalidad, la estructura de edades, la formación de familias y los movimientos poblacionales.
- II. **Económicas.** La renta, el crecimiento económico, la inflación, el desempleo, la tasa de interés, la política fiscal, los tipos de cambio y la balanza de pagos.
- III. **Socioculturales.** Aspectos tales como los cambios en los valores, la incorporación de la mujer al trabajo, los cambios en expectativas y estilos de vida, tendencias en la educación, grupos sociales, etc.
- IV. **Legales y políticas.** Cambios legales, jurisprudencia, tratados internacionales, el sistema político, las autonomías, libertades, garantías legales y grupos de poder.
- V. **Tecnológicas.** Los inventos e innovaciones, la difusión de innovaciones, las patentes, investigación y desarrollo.
- VI. **Medio ambientales.** Restricciones en suministros, asignación de recursos y degradación del medio ambiente.

Estos factores pueden condicionar el desarrollo futuro de los mercados y pueden brindar oportunidades de negocio, o bien constituir unas amenazas que pueden hacer fracasar el proyecto empresarial.

Ese análisis del entorno general debe completarse con un estudio de la situación del sector en términos globales.

La demanda:

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y unas condiciones dadas en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, los precios de sus sustitutos (directamente) y de sus complementarios (inversamente), la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

Es preciso conocer cuál es la necesidad del consumidor que pretende satisfacer el producto o servicio; más aún, debería acotarse el tema añadiendo cuál es la necesidad que se pretende cubrir y que no es cubierta por otro producto o servicio. Es por tanto, necesario analizar qué hace el producto o servicio por el cliente, es decir: ¿Qué necesidad resuelve?, ¿Por qué, en qué momento y dónde satisface esa necesidad?, ¿Cómo se satisface esa necesidad?, ¿Qué necesidades no cubre el producto que se ofrece?

Conocida la necesidad que se pretende satisfacer, es preciso cuantificar el volumen de mercado.

Si el producto o servicio no es nuevo, y existen ya productos o servicios que satisfacen la misma necesidad, puede evaluarse el momento real, es decir, el número de productos que se venden al año, la cantidad total y su importe.

Si el producto es radicalmente nuevo, hay que buscar referencias de los que venden productos sustitutos, o de los que venden productos parecidos o idénticos en otras provincias, regiones o países.

También hay que considerar el mercado potencial, es decir, el número de clientes y el volumen de ventas que teóricamente es posible alcanzar, sirviéndose para ello de variables demográficas y sociales.

Es interesante identificar en qué etapa del ciclo de vida del producto o servicio (conjunto de fases o etapas que transcurren desde su lanzamiento al mercado hasta que es retirado del mismo; suelen identificarse cuatro etapas que son: introducción, crecimiento, madurez y declive) se encuentra el mercado del producto o servicio que va a ser ofrecido por la empresa, ya que en cada una de las diferentes etapas varía el comportamiento de las ventas, de los resultados y de la actuación de la competencia, por lo cual debe seguirse una estrategia distinta.

Otro aspecto a señalar es la distribución geográfica del mercado real a partir del reparto de volumen de ventas en las diferentes zonas (ciudades, provincias, regiones o países) y canales de distribución. Asimismo hay que detectar si el mercado que se pretende (público objetivo) tiene características especiales como las siguientes:

- Estacionalidad: si es un mercado con fuertes desequilibrios de ventas en determinados periodos del año.
- La reglamentación legal: si existen importantes límites legales respecto a la actividad empresarial.
- El ritmo del cambio tecnológico: si se trata de un mercado en que los nuevos productos quedan obsoletos con gran rapidez.
- La existencia de canales de distribución casi obligatorios: si el producto o servicio va a verse fuertemente condicionado en su proceso de comercialización por un canal de distribución inevitable que impone su ley.

4.2. LA COMPETENCIA.

Resulta necesario analizar la competencia considerando los aspectos siguientes:

- Canales de distribución (canales existentes, márgenes y ayudas al canal.
- Barreras de entrada y salida. Recoge las dificultades de toda índole (legales, financieras, humanas, técnicas, comerciales, de aprovisionamiento,...) que tendría cualquier otra persona o empresa que quisiera lanzarse o abandonar este sector de actividad. Indican la accesibilidad del sector.
- Posibles nuevos competidores que puedan acceder a este mercado
- Posibles estrategias de respuesta de los competidores a nuestra entrada en el mercado
- Poder de negociación de los proveedores. Recoge la capacidad de presión, en este caso de nuestros proveedores, derivada de la escasez de los mismos o del grado de compromiso con ellos.
- Productos o servicios sustitutivos. Existencia de los mismos y coste de sustitución

Por otro lado de cada competidor identificado debe prestarse atención a los siguientes aspectos:

- Los segmentos del mercado a los que se dirige.
- Tiempo que lleva en el mercado, su nivel de éxito y qué estrategias de marketing le han permitido alcanzar dicho éxito.
- Sus políticas de precios, producto, distribución y promoción.

Aunque parezca paradójico, el iniciar un negocio sin competencia resulta muchas veces más arriesgado que empezar enfrentándose a la existencia de competidores. Cuando otros se han abierto camino en un sector determinado, el que llega después tiene mucho camino ya adelantado y probado. Además puede comparar, analizar las ventajas e inconvenientes que tiene el negocio del

vecino, sus estrategias de éxito, sus puntos débiles, etc., y salir al mercado ofreciendo algo mejor y más competente.

Es importante saber elegir a los competidores. Es decir, determinar a cuál o cuáles de ellos se va a enfrentar. Desde este punto de vista, abrir un negocio constituye una contienda. El objetivo no es destruir al contrario, pero sí arrebatárle cuota de mercado.

Optar por enfrentarse al competidor más débil no suele traer resultados positivos. Funciona mejor tomar en consideración al más fuerte, al mejor, ya que así se peleará -se consiga o no- por llegar a ser los primeros, los mejores.

4.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS.

En este apartado es muy importante resaltar:

- Qué características del negocio son innovadoras o diferentes de los demás.
- Ventajas respecto a los productos/servicios similares del mercado.
- Existencia en el mercado de otros productos/servicios que se complementan con los de esta iniciativa.
- Necesidades de relación con otro tipo de empresas.
- Relación con nuevos yacimientos de empleo.
- Presentación / Calidad del producto:
 - Nombre del producto/servicio. Comprobación de que no existe otra con la misma denominación.
 - Protección jurídica.
 - Desarrollo futuro de la idea o del producto.
 - Marca y estrategia.
 - Control de calidad del producto / servicio.

Los clientes a quienes se dirige esta oferta comercial están compuestos por:

- Los negocios se realizan entre personas. Son ellas las que los hacen vivir y crecer si se les ofrece un producto o servicio que cubra necesidades insatisfechas. Para nuestro análisis es necesario:
- Segmentar el mercado, dividiéndolo en grupos diferenciados según sus características específicas (socioeconómicas, territoriales, personalidad, comportamiento, comprador).

- Analizar las motivaciones de compra que afectan a los distintos clientes (el interés económico, la comodidad, la seguridad, la moda, etc.), explicar cómo y cuándo toman sus decisiones de adquirir un producto, y dónde y cuánto compran.
- Obtener información acerca de cómo se toman las decisiones de compra. Las personas primero se informan, después contactan y por último adquieren y, según sea el peso económico del bien con respecto a sus rentas, tomarán una decisión más inmediata, sopesando el riesgo de la compra o bien actuando por impulso, pero siempre valorando la confianza que el producto les ofrece, su precio y su imagen, valoración que puede ser individual o mediatizada por recomendaciones o influencias.

4.4. VENTAJAS COMPETITIVAS.

Las principales ventajas competitivas sobre las que se basa el negocio son las siguientes:

Lo relacionado con la tecnología si la hubiera:

Plan de I+D+i. Aspectos tecnológicos a desarrollar. Calendario y presupuesto. Tecnología propia o no. Indicar si la tecnología es fruto de un desarrollo propio o no y su patente. Personal o departamento de I+D+i. Principales contingencias tecnológicas y cobertura. Investigadores de prestigio y/o colaboraciones para el desarrollo tecnológico. Indicar los distintos aspectos tecnológicos que puedan influir en la ejecución del proyecto empresarial.

4.5. ESTRATEGIA DE MARKETING.

Hay diferentes estrategias de marketing:

Estrategia de segmentación:

Se trata de establecer los segmentos en que se va a dividir el mercado de la empresa (que pueden ir desde un único segmento, que abarcaría a todo el mercado, hasta el número que el emprendedor considere oportuno diferenciar de acuerdo a las variables de segmentación que se utilicen).

Con la segmentación lo que se pretende es encontrar grupos de consumidores o usuarios lo más parecidos posible dentro de un mismo grupo y lo más distintos posible entre diferentes grupos, para así adecuar las políticas comerciales a llevar a cabo a los gustos, hábitos o necesidades de cada uno o de alguno de los segmentos diferenciados.

Para que una segmentación sea efectiva son necesarias una serie de condiciones:

1. Cada grupo deber tener percepciones diferentes respecto al producto o servicio.
2. Ha de ser posible determinar qué consumidores o usuarios pertenecen a cada grupo y qué preferencias tienen.
3. Se han de poder adaptar las estrategias de producto o servicio, precio, distribución y comunicación a las características de cada segmento.
4. El potencial de ventas de cada segmento debe ser lo suficientemente importante como para compensar y hacer rentables los costes de adaptación de las distintas políticas a ese segmento.
5. Los segmentos no deben ser tan cambiantes a lo largo del tiempo que no sea posible adecuarse a sus necesidades en cada momento.

Después, habrá que indicar, para cada uno de los segmentos señalados, su dimensión, los criterios significativos que lo definen y los beneficios identificados para el mismo.

La dimensión es el potencial de ventas existente en el segmento para su producto o servicio.

Los criterios significativos son las características que tiene un segmento y que son comunes para sus integrantes a diferencia de los restantes grupos, que carecen de ellas.

Algunos de los criterios más comúnmente utilizados son los siguientes:

Geográficos:

- ✓ Región: Comunidades Autónomas, zonas Nielsen, etc.
- ✓ Hábitat: rural o urbano, centro ciudad o periferia, etc.
- ✓ Tamaño de la población

Demográficos:

- ✓ Edad
- ✓ Sexo
- ✓ Tamaño de la familia
- ✓ Ciclo de vida familiar
- ✓ Renta
- ✓ Categoría socio-profesional
- ✓ Educación
- ✓ Religión
- ✓ Nacionalidad

Psicográficos:

- ✓ Clase social
- ✓ Estilo de vida
- ✓ Personalidad

Comportamiento:

- ✓ Ocasión de compra: compra regular, esporádica, nunca, etc.
- ✓ Tipo de usuario: antiguo usuario, usuario regular, usuario potencial, no usuario, etc.
- ✓ Tasa de utilización: nunca, baja, media, fuerte.
- ✓ Estadio de compra: desconoce el producto o servicio, lo conoce, está informado, etc.

Actitud ante el producto o servicio: entusiasta, positiva, indiferente, negativa, hostil, etc.

Los beneficios identificados: se trata de subdividir a los compradores en función de las ventajas que esperan obtener de un producto o servicio concreto. Así, por ejemplo, determinados consumidores comprarán un alimento por el precio, otros por la comodidad de preparación, otros por el sabor, etc.

Estrategia de posicionamiento: se puede optar entre:

La estrategia no diferenciada: indica que la empresa va a dedicarse a servir de la misma forma a todo el mercado, sin realizar ningún tipo de especialización o concentración en algún segmento o mercado-objetivo concreto.

La estrategia de diferenciación: implica la especialización de la empresa en algún aspecto que la haga única y que sea valorado por la totalidad del mercado, o sea, conseguir el liderazgo en calidad, en tecnología, en innovación, en servicio, etc.

La estrategia de concentración: supone que la empresa, al no disponer de los recursos suficientes que le permitieran atender a todo el mercado, va a servir sólo a uno o a unos pocos segmentos del mismo, en los cuales puede mantener alguna ventaja competitiva (ya sea en calidad, en precio, en distribución, etc.).

En este apartado hacemos referencia al MARKETING-MIX:

En cuanto a la naturaleza de las acciones de marketing, como es lógico, éstas se referirán a los elementos del marketing-mix oportunos en cada caso, por ser éste el nivel más concreto de la estrategia de marketing decidida; esto significa que en esta etapa de lo que se trata es de concretarlas más, detallando las acciones que habrá que poner en marcha para que no se queden en meras directrices (que es precisamente lo que son las estrategias; directrices para la acción).

Producto:

El producto es el elemento esencial del marketing-mix. Sus elementos fundamentales son: su calidad, sus características, marca, tipos de empaquetado y diseño, y servicios relacionados.

La totalidad de estos elementos deberá estar orientada a satisfacer las demandas del mercado, es decir, a complacer deseos de los individuos que lo integran; estos deseos actúan como motivador de la acción de compra. Los individuos buscarán en el mercado hasta satisfacer esas necesidades, lo cual incluye componentes tanto de orden físico como social o psicológico. Muchas de estas necesidades pueden ser suscitadas a través de oportunas acciones de marketing-mix.

Hay productos industriales y productos de consumo. Los industriales pueden ser finales (bienes producidos que sirven para producir otros bienes: edificios, maquinaria, bienes de equipo, etc.) o intermedios (bienes producidos que sirven para formar parte de otros bienes; piezas, componentes, etc.). Los de consumo también pueden ser finales (dirigidos al consumidor doméstico) o intermedios (dirigidos al consumidor industrial). En cuanto a los servicios, pueden ser empresariales (sus clientes son empresas) o personales (sus clientes son personas).

A la hora de definir el producto / servicio es necesario:

- Describir las líneas de productos o servicios que ofrece y las características fundamentales de los mismos.
- Comparar los productos / servicios con productos / servicios competitivos.
- Analizar si las necesidades que pretenden satisfacer sus productos / servicios están ya satisfechas por otros productos / servicios.
- Reflexionar sobre: ¿los productos / servicios son distintos de los que ya existen en el mercado?; en caso afirmativo ¿cuál es la novedad?; ¿qué ventajas aportan?.
- Considerar que resulta conveniente contar con elementos innovadores que los diferencien de la competencia; examinando este aspecto cuidadosamente y siendo precavido si se quiere hacer algo demasiado original (es sumamente arriesgado).
- Tener en cuenta que si el producto / servicio tiene éxito la competencia reaccionará sacando otros similares, por ello resulta necesario planear la diferenciación futura del producto / servicio o el desarrollo de otros nuevos.
- La diferenciación puede venir como consecuencia de la naturaleza del producto o servicio que va a realizar, del proceso que utilice en su elaboración, de la técnica de venta que aplique e incluso de otras prestaciones que ofrezca -la garantía y el servicio post-venta son especialmente importantes para determinados bienes- y para verificarlo debe analizar, observar, estudiar y aprender de aquellos que realizan actividades similares a la suya o bien vender productos u ofrecer servicios substitutivos.
- Hay que tener en cuenta que los competidores ya están en el mercado, y que muchas de sus actuaciones en cuanto a productos, precio, distribución y promoción, han pasado, y están pasando el examen del mercado.

- Si se estima necesario, se puede imitar a la competencia en aquello que hayan tenido éxito, pero tratando de diferenciarse en algo; reunir la máxima información que pueda sobre ellos y estudiar su posicionamiento, tanto desde el punto de vista de las funciones de uso de sus productos o servicios, como desde el de su elaboración física o acondicionamiento, estudiar su publicidad, sus productos y sus estrategias, y pensar que ellos están trabajando duramente por mantenerse en el mercado, lo que les exige un esfuerzo para estar al día y adaptarse continuamente a los cambios, a fin de satisfacer, conservar e incrementar una clientela cada vez más consciente del valor de intercambio de su dinero, de su esfuerzo y de su tiempo.

Precio:

Se trataría de definir la estrategia de precios más adecuada para la empresa así como el sistema de cobro que la empresa utilizará frente a los clientes.

Algunos de los criterios seguidos para la determinación del precio son:

- Atendiendo a los precios de la competencia
- Precios fijos, los marca la Administración
- Precios indicativos, los marca el proveedor, por ejemplo en las franquicias
- En función de los costes
- Atendiendo al mercado y a los consumidores, es el precio máximo aceptado.
- Rentabilidad esperada por la empresa
- Política de descuentos y rebajas

Más fácil resulta conocer lo que el cliente exige a un producto o servicio y partir de ese conocimiento fijar el precio en cuestión. Si se comparan las características de dos productos similares con precios diferentes, se observará que el de precio más alto justifica el incremento acreditando el empleo de materiales de mejor calidad, diseño y técnica novedosa. Por esa serie de conceptos un segmento de clientes está dispuesto a pagar más. Inevitablemente, el precio afecta a la demanda.

Puede optarse por fijar un precio alto con opción de descuento o fijar un precio ajustado para vender más, aunque sea a costa de obtener menores beneficios. Resulta muy eficaz observar la reacción de la demanda ante la rebaja en el precio de un producto en un porcentaje determinado: si las ventas crecen en la misma proporción se sabrá que se trabaja con una demanda elástica, si no es así la demanda podrá calificarse como inadaptable.

El propio producto, sus circunstancias y el comportamiento de la demanda, así como los objetivos de beneficio que se persigan serán los factores determinantes a considerar a la hora de establecer la política de precios.

Cabe destacar también las siguientes estrategias de fijación de precios:

- Precios altos. Se paga novedad y puede aplicarse si:
 - o El producto o servicio es único o está bien registrado.
 - o Es difícil de fabricar.
 - o El mercado es pequeño para atraer competencia.
- Precios bajos de salida: provocan una rápida expansión del producto o servicio, pero son peligrosos si los competidores son fuertes y reaccionan.
- Precios disuasorios: precios muy bajos para disuadir a la competencia de entrar en ese mercado.
- Reducción promocional: precio de salida bajo, como reclamo para que los clientes conozcan el producto y se animen a seguir comprándolo a su precio normal, más elevado.

Distribución:

Consiste en tener y hacer llegar el producto o prestar el servicio adecuado, a la persona indicada y en el momento justo. Para ello debe elegirse cuidadosamente los canales de distribución más adecuados. El tipo de canal más idóneo se deduce del mercado elegido, de los condicionantes de la empresa y de las normas de distribución del sector.

Formar una red de ventas adecuada no es fácil y más en la etapa inicial de una empresa.

Es difícil encontrar vendedores experimentados que quieran trabajar en la empresa e igualmente sucede con los representantes o agentes comerciales y distribuidores: son los primeros clientes a los que hay que convencer.

En la etapa inicial el empresario debe ser el primer comercial de la empresa. La tarea de ventas recaerá en importante proporción sobre él o sobre otra persona del equipo promotor, si son varios los promotores del negocio, por tanto necesita prepararse adecuadamente para esta tarea.

Cuando resulte necesario contratar comerciales, además de seleccionarlos cuidadosamente habrá que motivarlos, ya que la venta es pieza clave en la empresa, y deberá de cuidarse también la comunicación con ellos, pues tienen una información directa del mercado que será indispensable para el desarrollo del negocio.

Pensar que la exportación no está reservada a las grandes empresas: Diariamente pequeñas empresas de nuestro país se inician en ello; Europa es ya nuestro mercado y quizá la empresa tenga un producto de gran éxito fuera de nuestras fronteras. Es necesario informarse y asesorarse.

El transporte tiene una incidencia fundamental en un negocio y no suele prestársele la debida atención. Hay que considerar qué medio de transporte se adapta mejor, tanto a las compras como a las ventas, analizando su capacidad y tarifas. En su elección debe tenerse en cuenta la seguridad que ofrece en el traslado de la mercancía y en las operaciones de carga y descarga y manipulación

de la misma, así como en la regularidad y puntualidad del servicio y en la cobertura del riesgo de la mercancía.

Política de comunicación:

No basta con tener un hueco en el mercado, es necesario informar a los compradores tanto del producto / servicio como de las acciones comerciales.

Habrá que definir los objetivos previstos con la comunicación de la empresa y del mensaje a transmitir.

- Promociones previstas: tanto de lanzamiento como de mantenimiento
- Campañas publicitarias: campaña de lanzamiento. Definición de los medios a utilizar: prensa, radio, televisión, mailings, buzoneo, telemarketing, páginas amarillas, tarjetas de visita, página web, etc.
- Relaciones públicas: fiesta de inauguración, relaciones con los medios de comunicación (prensa y televisión local, revistas especializadas del sector) contactos con autoridades locales, entidades públicas y privadas....
- Merchandising: animación del punto de venta para conseguir que sea más atractivo y favorezca la venta. Imagen de la empresa: marcas, colores, logotipos, papelerías, rótulos, uniformes catálogos, catálogos
- Plan de ventas: Una vez definido el mercado concreto para el producto o servicio se debe estudiar la manera de aprovechar las oportunidades que brinda. Deben analizarse y definirse conceptos como:
 - o Gestión de ventas, canales de comercialización y local o punto de venta: es decir, los mecanismos y medios que la empresa utilizará para hacer llegar sus productos o servicios a los clientes.
 - o SE determinarán y cuantificarán los canales de comercialización que se van a utilizar ¿Cuáles cana a ser, como van a funcionar, qué apoyo se les va a dar?
 - o También debe establecerse el local o punto de venta en que se va a desarrollar a actividad o del que se quisiera disponer (normalmente en alquiler)
 - o Descripción de la zona en que se encuentra: mapa de la zona, tipo de zona (residencial, industrial, comercial, extrarradio...) principales locales circundantes, atractivos de la zona (parada de autobús o metro, grandes almacenes, hospital, organismos públicos,...)
 - o Descripción del local: plano, distribución interior, decoración, cambios previstos, tipo de contrato, adecuación al uso previsto.
 - o Objetivos de ventas: definición en detalle de loas ventas por tipo de producto o servicio y por segmento de mercado. Estos objetivos de ventas detallados se suelen recoger en el pronóstico de ventas de la empresa en el primer año de actividad. Este pronóstico debe detallarse por meses. Los conceptos a definir serían:

- Ventas por periodo: es decir, presentar las ventas en función del tiempo, viendo el crecimiento previsto y la estacionalidad supuesta
- Mix de ventas: se deben establecer las ventas por grupos de producto o familias, se suele recomendar que se establezcan grupos homogéneos y que su sea mayor de 8
- Ventas por grupo de clientes: puede ser útil clasificar las previsiones de ventas por grupos de clientes o segmentos de mercado
- Plantilla comercial necesaria: decidir que fuerza de ventas se va a utilizar, como se va a pagar, como se va a seleccionar, qué canal de venta se va a emplear, que puntos de venta se van a utilizar, etc.
- Cuota de mercado: porcentaje sobre el total de ventas en el mercado que la empresa espera captar. Esta elemento tendrá una importancia pequeña si la magnitud del mercado hace que la trascendencia de la empresa aislada e insignificante.

4.6. Objetivos de ventas.

Como consecuencia, los objetivos comerciales que se plantea la empresa para los próximos años se muestran en un cuadro que sigue a continuación que presenta, en Euros, las cifras de ventas previstas, producto por producto.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Producto 1	25.000,00	28.050,00	34.333,20	45.525,82
Producto 2	20.000,00	22.440,00	27.466,56	36.420,66
Producto 3	6.400,00	7.180,80	8.789,30	11.654,61
Producto 4	3.900,00	4.375,80	5.355,98	7.102,03
Producto 5	5.000,00	5.610,00	6.866,64	9.105,16
TOTAL	67.800,00	76.071,60	93.111,64	123.466,03

5. LA ORGANIZACIÓN Y EL PERSONAL

5.1. Estructura de la organización.

La organización funcional trata de estructurar de la forma más adecuada los recursos humanos e integrar éstos con los recursos materiales y financieros a fin de aplicar eficazmente las estrategias elaboradas y los medios disponibles, y conseguir los objetivos propuestos. El emprendedor / empresario tendrá que:

- Determinar la organización funcional de la empresa: sus áreas, relaciones, jerarquía y dependencia.

- Organizar las tareas que realizará cada empleado tanto cuantitativa (cuántas tareas) como cualitativamente (qué tareas). En función de este resultado podremos definir el número de horas de trabajo necesarias para desarrollar dichas tareas, establecer el número de empleados necesarios para cumplir con cada función específica, el tipo de horario (partido o continuado) que deba aplicarse, etc.
- Definir el nivel de conocimientos técnicos requeridos, así como la capacitación profesional.
- Establecer la importancia de cada una de las tareas en términos absolutos y en comparación con el resto. Esto permitirá establecer el nivel de exigencia durante el proceso de selección de personal, la estructuración del espacio físico de trabajo, el diseño de los sueldos, etc.

5.2. Plantilla.

En este apartado dentro de los recursos humanos es muy importante el Plan de Contratación:

El plan de contratación define el tipo de contrato que va a vincular a cada uno de los empleados con la empresa, las condiciones generales de las relaciones laborales y su coste.

No es preciso que todas las personas cuyas habilidades requiere la nueva empresa mantengan con ella vínculos de contratación a jornada completa y por tiempo indefinido.

En algunos casos, será suficiente contratar a algunas personas a tiempo parcial, por una temporada, o durante una época del año. En otros, será suficiente establecer un acuerdo de consulta o asesoramiento periódico algunas veces al mes.

El empresario debe reflexionar sobre los siguientes conceptos:

- El salario
- La jornada de trabajo
- Los costes de personal
- Los tipos de contrato*

Algunas funciones especializadas (temas jurídicos, tecnológicos, comerciales, etc.), puede ser conveniente desarrollarlas a través de consultores externos. Se deberá de determinar la naturaleza de las funciones a externalizar, identificando los consultores externos idóneos y cuantificando su coste.

5.3. Coste del personal.

Hay que establecer los salarios para cada categoría de trabajadores, para ello se debe de tener en cuenta el mercado de trabajo, el grado de cualificación y la experiencia de cada trabajador, los convenios colectivos, los costes, etc.

Asimismo establecer una previsión anual del incremento salarial en términos porcentuales y los regímenes de Seguridad Social para cada categoría de trabajador.

Aparte del sueldo bruto anual establecido para cada categoría de trabajador pueden determinarse una serie de incentivos que serán variables en función de la producción, las ventas o los beneficios.

6. LAS INVERSIONES

Las inversiones previstas, tanto para la puesta en marcha del proyecto como para años sucesivos, en el horizonte temporal del Plan, se establecen en este apartado.

Volumen de fondos necesarios para iniciar la actividad. En el presupuesto del Plan de inversión se detallará el importe económico sin IVA: el impuesto sobre el valor añadido nunca es mayor valor de la inversión, siempre y cuando sea fiscalmente deducible. No obstante, a efectos de financiación de la inversión, debe tenerse en cuenta.

Para elaborar el estudio económico-financiero es necesario partir de la siguiente información:

Concepto	Importe	%IVA	Total de Inversión
Gastos Amortizables:			
Gastos de constitución			
Gastos de primer establecimiento			
Otros Gastos amortizables			
Inmovilizado Inmaterial:			
Gastos de Investigación y Desarrollo			
Concesiones administrativas			
Propiedad industrial			
Fondo de comercio			
Aplicaciones informáticas			
Otro Inmovilizado Inmaterial			
Inmovilizado Material:			
Terrenos			
Edificios y construcciones			
Instalaciones			
Maquinaria y utillaje			
Mobiliario			
Equipamiento informático			
Elementos de transporte			
Otro Inmovilizado Material			

Inmovilizado Financiero:			
Depósitos y fianzas			
Otros (participaciones en S.G.R., etc.)			
Circulante:			
Existencias iniciales			
Provisión de fondos			
Otros			
TOTAL INVERSIONES			
TOTAL INVERSIONES (IVA INCLUIDO) ¹			

ACLARACIONES:

Gastos Amortizables:

- ✓ Gastos de constitución: honorarios de letrados, notarios y registradores; impresión de memorias, boletines y títulos; tributos; publicidad registral, etc.
- ✓ Gastos de primer establecimiento: gastos de viaje y otros para estudios previos de naturaleza técnica y económica; publicidad de lanzamiento; captación, adiestramiento y distribución de personal, etc.
- ✓ Otros gastos amortizables: ampliación de capital, formalización de deudas, etc.

Inmovilizado Inmaterial

- ✓ Gastos de Investigación y Desarrollo (I+D): es la indagación original y planificada que persigue descubrir nuevos conocimientos y mejor comprensión en los terrenos científico y técnico, así como la aplicación concreta de los logros obtenidos hasta que se inicia la producción comercial.
- ✓ Concesiones administrativas: gastos efectuados para la obtención de derechos de investigación o de explotación otorgados por el Estado u otras Administraciones públicas, o el precio de adquisición de aquellas concesiones susceptibles de transmisión.
- ✓ Propiedad industrial y patentes: importe satisfecho por la propiedad, o por el derecho al uso, o a la concesión del uso de las distintas manifestaciones de la propiedad industrial, en los casos en que, por las estipulaciones del contrato, deban inventariarse en la empresa adquirente.
- ✓ Esta cuenta comprenderá también todos los gastos realizados en I+D cuando los resultados de los proyectos fuesen positivos, y cumpliendo los necesarios requisitos legales, se inscribieran en el correspondiente Registro.
- ✓ Fondo de comercio: conjunto de bienes inmateriales tales como la clientela, nombre o razón social y otros de naturaleza análoga que impliquen valor para la empresa.

- ✓ Aplicaciones informáticas: importe satisfecho por la propiedad, o por el derecho al uso de programas informáticos; se incluirán los elaborados por la propia empresa.
- ✓ Otro Inmovilizado Inmaterial: derechos sobre bienes en régimen de arrendamiento financiero (leasing), anticipos para Inmovilizaciones Inmateriales, etc.

Inmovilizado Material:

- ✓ Terrenos: representa solares de naturaleza urbana, fincas rústicas, otros terrenos no urbanos, minas y canteras.
- ✓ Edificios y construcciones: representa los edificios, cualquiera que sea su destino.
- ✓ Instalaciones: cualquier otra instalación de uso especializado como instalaciones eléctricas en general, instalaciones de climatización, instalaciones de agua, instalaciones de higiene, equipos de medida y control, etc.
- ✓ Maquinaria y utillaje: representa las máquinas mediante las cuales se realiza la extracción o elaboración de productos.
- ✓ Mobiliario: muebles, material y equipos de oficinas; con excepción de los incluidos en la cuenta equipos para procesos de información.
- ✓ Equipamiento informático: ordenadores y demás conjuntos electrónicos.
- ✓ Elementos de transporte: vehículos de todas clases exceptuando los de transporte interno dentro de la factoría.
- ✓ Otro Inmovilizado Material: otros elementos patrimoniales tangibles, muebles o inmuebles, destinados a servir de forma duradera en la actividad de la empresa, y no comprendidos en epígrafes anteriores.

Inmovilizado Financiero:

- ✓ Depósitos o fianzas constituidos a largo plazo.
- ✓ Otros: Participaciones en Sociedades de Garantía Recíproca (SGR), etc.

Circulante:

- ✓ Existencias iniciales: coste del stock inicial que puede resultar necesario para hacer frente a la apertura del negocio.
- ✓ Provisión de fondos: importes necesarios para el mantenimiento de la empresa antes de cobrar las primeras facturaciones.
- ✓ Otros: cualquier otro no previsto anteriormente.

7. LAS EXISTENCIAS

Este apartado tendrá la siguiente redacción cuando se exporte a Word el plan de empresa “Se ha definido una política que contempla disponer permanentemente de las existencias suficientes para que no tenga que interrumpirse el proceso de prestación de servicios. Teniendo en cuenta que la empresa debe disponer en su almacén de una cierta cantidad de existencias de materiales para que pueda atender debidamente la demanda de sus clientes, es preciso establecer un criterio para fijar el volumen de estas existencias. Este criterio es, en nuestro caso, el de contar con una cantidad de existencias media de productos que se van a utilizar en los servicios prestados, equivalente al de un cierto número de días de venta, establecido en función del tiempo que tarda en suministrar estos productos el correspondiente proveedor.

Como consecuencia de la política de existencias planteada, el valor medio de las existencias anuales, en Euros, resulta ser el siguiente:”

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Existencias de materiales				
Servicios en curso				
TOTAL				

8. LOS COSTES

Una vez exportado el plan de empres a Word se agruparán cinco bloques diferentes:

- Consumos,
- Personal,
- Amortizaciones,
- Gastos Financieros,
- Otros Gastos

El contenido de los otros gastos es el siguiente:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Portes				
Comisiones				
Provisión Insolvencias				
Viajes				
Comunicaciones				
Relaciones Publicas				
Publicidad				

Servicios Exteriores				
Reparaciones y Mantenimiento				
Agua				
Electricidad				
Material de Oficina				
Limpieza				
Asesorías				
Arrendamientos				
Tributos Municipales				
Seguros				
Varios				
OTROS GASTOS				

9. CUENTAS DE RESULTADOS

Poniendo en relación, de manera ordenada, los ingresos con los gastos previstos, se obtienen las cuentas de Resultados previsionales. Los resultados muestran la viabilidad económica del proyecto.

Aun cuando un proyecto empresarial puede mostrar Resultados negativos el primero o el segundo año, pues los inicios de los negocios nunca son fáciles, la permanencia de este signo en los Resultados a lo largo del periodo para el que se ha planteado el Plan de Empresa es la verificación de la más que probable inviabilidad económica del proyecto.

Se aporta el cuadrante que genera el plan de empresa una vez introducidos los datos en la aplicación de nuestra web.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VENTAS				
Consumos				
MARGEN BRUTO				
Subvenciones				
Gastos Personal				
Amortizaciones				
Otros gastos				
RESULTADO EXPLOTACION				
Gastos financieros				
RDOS. ANTES DE IMPUESTOS				
Impuestos				
RESULTADOS EJERCICIO				
CASH-FLOW				

10. LAS FINANZAS

Se refiere a los fondos económicos de donde se obtienen los recursos para financiar el plan de inversiones.

Concepto	Importe	%
Capital/ Recursos Propios		
Subvenciones		
Préstamos		
Créditos		
Otra Financiación		

El Capital / Recursos Propios son los recursos aportados al inicio o de forma sucesiva por los propietarios y socios de la empresa. También incluiremos en este apartado la autofinanciación y recursos generados por la empresa (beneficios no distribuidos).

Una forma de financiarse las empresas es mediante el capital riesgo que son las sociedades de capital riesgo que invierten en empresas con dificultades para acceder a otras fuentes de financiación. Son participaciones minoritarias, a medio y largo plazo que buscan desinvertir una vez que la empresa se haya consolidado.

Los “Business Angels” son inversores privados que invierten en proyectos empresariales o empresas, ofrecen asesoría y facilitan contactos.

Además hay subvenciones que son cantidades a fondo perdido, no reembolsables, de carácter no regular, y que se pueden obtener en forma de reducción de tipos de interés o de ayuda directa. Las concede la administración y pueden destinarse al capital o a la explotación.

Existen diferentes líneas en función de las directrices económicas:

1. **Préstamos:** contrato en virtud del cual el prestamista entrega al prestatario una cantidad de dinero a un tipo de interés (fijo o variable) durante un plazo determinado de tiempo.
2. **Microcréditos:** son préstamos dirigidos a microempresas y actividades económicas en general que cuenten con un proyecto de inversión viable pero encuentren dificultades para acceder a los canales habituales de financiación.
3. **Microcréditos del Instituto de Crédito Oficial (ICO):** www.ico.es
4. **Préstamos participativos:** el tipo de interés varía en función de la evolución de la actividad de la empresa prestataria. Como garantía se exige la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto y experiencia del equipo gestor.
5. **Créditos:** cantidad de dinero que una entidad financiera pone a disposición del prestatario en una cuenta corriente abierta al efecto, hasta un límite determinado y por un plazo prefijado, liquidándose periódicamente los intereses sobre las cantidades dispuestas.

Otras formas de financiación son:

1. **Arrendamiento financiero:** arrendamiento de bienes muebles e inmuebles. Ofrece la ventaja de poder disponer de un bien sin desembolsar la totalidad de la inversión.
2. **Leasing:** arrendamiento financiero, a medio o largo plazo, de bienes de equipo o inmuebles destinados a finalidades empresariales o profesionales. Al final del contrato, se puede adquirir el bien por un valor residual.
3. **Renting:** la compañía de renting alquila el bien al arrendatario y le garantiza el uso y disfrute del mismo.
4. **Garantía Recíproca:** las Sociedades de Garantía Recíproca avalan a las empresas con objeto de facilitarles el acceso al crédito.

Una vez incorporado los datos en la aplicación se genera estos dos cuadros que se adjunta:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Aportaciones del Capital				
Créditos a largo plazo				
Créditos a corto plazo				
Subvenciones				
% Ventas aplazadas				
Nº días aplazamiento				
Plazo medio pago a proveedores (días)				

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Importe				
Tipo de interés				
Plazo en nº de años				
Período de carencia (años)				

Derivado de los anteriores planteamientos se genera además el cuadro siguiente, de forma detallada, el Plan Financiero en Euros.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
TESORERIA INICIAL				
MOV. FINANCIERO DE EXPLOTACION				
- Autofinanciación				
Resultados				
Amortizaciones				
Amortizaciones Inmov. Inmat. y G. P. Establecimiento				

Amortización subvenciones				
- Capital Circulante				
Tesorería				
Clientes				
Existencias				
Proveedores				
Periodificaciones				
MOV. DE FUERA DE EXPLOTACION				
- Cobros				
Capital				
Créditos				
Créditos corto				
Recuperación de fianzas				
Subvenciones				
- Pagos				
Nuevos créditos				
Créditos corto				
Inversiones				
Inmov. Inmat. y G. P. Establecimiento				
Fianzas y depósitos				
Distribución de beneficios				
MOV. FINANCIERO DEL PERIODO				
TESORERIA FINAL				

11. BALANCES PREVISIONALES

Se adjunta el cuadrante de balance previsional que genera la aplicación:

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Terrenos y bienes naturales				
Edificios				
Maquinaria				
Elementos de transporte				
Mobiliario				
Equipos oficina				
INMOVILIZADO MATERIAL				
INMOVILIZADO INMATERIAL				
INMOVILIZADO FINANCIERO				
INMOVILIZADO NETO				
EXISTENCIAS				

Cientes				
Deudores				
REALIZABLE				
DISPONIBLE				
ACTIVO TOTAL				
PASIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Capital				
Subvenciones				
Reservas				
Resultado				
FONDOS PROPIOS				
Créditos				
EXIGIBLE A LARGO				
Proveedores				
Créditos				
Hacienda Pública				
Seguridad Social				
EXIGIBLE A CORTO				
PASIVO TOTAL				

Aclaraciones:

ACTIVO

Gastos Amortizables: desembolso que no se lleva totalmente a la cuenta de resultados del ejercicio en el que ha incurrido, sino que se activa, imputándose anualmente mediante un coeficiente de amortización determinado.

Inmovilizado Material: parte del inmovilizado de la empresa compuesto por bienes inmuebles, o bienes muebles no destinados a la venta en el curso normal de las operaciones.

Inmovilizado Inmaterial: activos no físicos y amortizables que consisten en un bien o derecho de la propiedad industrial o comercial.

Inmovilizado Financiero: activos financieros que se tiene como objetivo de filiales o participaciones estables.

Amortización Acumulada: expresión del deterioro del activo fijo para su utilización en el proceso productivo.

Existencias: valor de las existencias, materias primas y auxiliares que se compran adicionalmente a la mercadería vendida en el periodo.

Clientes y otros deudores: recoge el saldo pendiente de cobro de clientes y otros deudores.

Tesorería: expresa la disponibilidad de medios líquidos en caja.

PASIVO

Capital social: importe del capital aportado por los accionistas para constituir el patrimonio social que les otorga sus derechos sociales.

Reservas: son los beneficios no distribuidos que forman parte de los fondos propios de la empresa.

Subvenciones al capital: importe de la ayuda económica concedida por la Administración por la realización de inversiones.

Pérdidas y Ganancias: muestra el resultado (beneficio o pérdida) de forma informativa, como componente de los recursos propios de la empresa. Su desglose se muestra en el punto 5.6. Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Préstamos a largo plazo: muestra la deuda pendiente sobre el dinero concedido por una entidad bancaria, con devoluciones superiores al año y con un coste financiero.

Otra financiación a largo plazo: importe de las deudas pendientes de pago en el momento de cierre del ejercicio originadas por las inversiones y compra de mercaderías.

Acreeedores a corto plazo: saldos pendientes de pago derivados de otros gastos de explotación.

Proveedores a corto plazo: saldos pendientes de pago por la compra de mercaderías.

Administraciones Públicas: importe de los saldos pendientes con las Administraciones Públicas.

12. CONCLUSIONES FINALES

El propósito y finalidad del Plan de Empresa es mostrar a sus destinatarios la coherencia y viabilidad del proyecto empresarial que contiene.

Con este objeto, y para su análisis desde una perspectiva técnica, se incluyen a continuación los resultados de la evolución de los índices más utilizados para analizar la viabilidad económica y financiera de una empresa.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
RATIOS ECONOMICOS				
Umbral de rentabilidad (% s/Ventas)				
Punto Muerto (% s/Ventas)				

Rentabilidad de explotación S/Fondos Propios				
Rentabilidad de explotación S/Activo total				
Rentabilidad de explotación S/Ventas				
Rentabilidad total S/Fondos Propios				
Rentabilidad total S/Activo total				
Rentabilidad total S/Ventas				
Rotación ventas S/Fondos Propios				
Rotación ventas S/Activo Total				
Fondos generados (Euros)				
Fondos generados (% S/Activo)				
RATIOS FINANCIEROS				
Fondo de Maniobra				
Liquidez				
Solvencia técnica				
Solvencia total				
Endeudamiento s/Fondos Propios				
Endeudamiento s/Activo				

Además es aconsejable indicar los factores clave de éxito del proyecto, es decir, el conjunto de circunstancias físicas, financieras, personales, demográficas, etc., que resultan determinantes para el éxito de la iniciativa empresarial, así como incluir un análisis DAFO.

3. FORMAS JURÍDICAS



¿Cuál es la forma jurídica más apropiada?

¿Y las empresas de Economía Social como las Sociedades Laborales y las Sociedades Cooperativas?

¿Cuáles son las nuevas formas jurídicas con la nueva Ley de Emprendedores e Internacionalización?

Diferencias entre una forma jurídica y otra.

Cuáles son las directrices a seguir para elegir correctamente mi forma jurídica más ventajosa.

CRITERIOS DE SELECCIÓN	CUADRO COMPARATIVO
EMPRESARIO INDIVIDUAL	SOCIEDAD CIVIL/COMUNIDAD DE BIENES
SOCIEDAD LIMITADA	SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA
SOCIEDAD LABORAL	SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA
EMPRENDEDOR DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	SOCIEDAD LIMITADA DE FORMACIÓN SUCESIVA

CRITERIOS DE ELECCIÓN DE FORMA JURÍDICA

Una vez que se ha madurado la idea, se ha plasmado en el plan de empresa y hemos testado nuestros productos y servicios con los clientes debemos darle “vestido” jurídico a nuestra idea de negocio.

La elección de uno u otro tipo es de gran importancia dadas las consecuencias jurídicas que de ello se derivan, es decir, que cada forma implica una serie de ventajas y limitaciones que encajarán mejor o peor con el proyecto que se pretende materializar.

Para tomar una decisión al respecto es necesario, en primer lugar, conocer los distintos tipos que la ley recoge, sus requisitos, ventajas e inconvenientes. Además, deberán valorarse otros factores:

El número de promotores que participan en el proyecto:

Se puede desarrollar la actividad económica en solitario, y en ese caso se podrá optar entre limitar o no la responsabilidad patrimonial (ej.: sociedad limitada unipersonal o empresario individual, respectivamente). Cuando hay más de una persona implicada como promotor de la idea de negocio, es recomendable, tanto desde una perspectiva legal como económica, acudir a una forma societaria ya sean con personalidad jurídica como sin personalidad jurídica.

El grado y tipo de implicación de los promotores:

Las formas jurídicas societarias son más acordes a repartos de capital y por tanto más idóneas para cuando haya diferentes socios que aportan mayor o menor capital social. Igualmente acordes para determinar si van a ser socios trabajadores o capitalistas y es que por ejemplo las sociedades limitadas permiten la figura de una persona que aporta capital social pero no va a realizar trabajo en la empresa.

Complejidad y coste en la constitución:

Las formas societarias mercantiles son más complejas en la constitución que las formas jurídicas de empresario individual y comunidades de bienes y sociedades civiles. Además no sólo es la sencillez en la formalización que supone por ejemplo el ser empresario individual frente a Sociedad Limitada sino además el coste inicial ya que no existe coste inicial para formalizar la situación del empresario individual frente hacienda y seguridad social y en las sociedades se tiene que firmar ante notaría e inscripción en el registro cuyo coste oscilará en función de una serie de variables que nunca serán inferior a 100 € + IVA.

No es aconsejable tomar la decisión basándose exclusivamente en la mayor o menor burocracia que la constitución pueda generar, dado que se trata de una cuestión relevante sólo en el momento inicial.

Responsabilidad de los promotores:

El principio general es que el empresario, sea persona física o jurídica, responde de sus deudas con todos sus bienes presentes y futuros. Por ello si la forma elegida no supone la creación de una entidad con personalidad jurídica independiente, el empresario responderá tanto con los bienes de su empresa y como con todos los que integran su patrimonio. En las sociedades mercantiles que disponen de personalidad diferenciada quien responde es, en principio, el patrimonio propio de la sociedad. Esta definición clásica de responsabilidad se va atenuada con la aparición de la nueva ley de emprendedores

Gestión:

El margen de actuación y la libertad en la toma de decisiones es absoluta en los casos del empresario individual y las sociedades unipersonales. En el caso de formas jurídicas de varias personas implicadas en la gestión como administrador la gestión ya no será individual y será de forma mancomunada o solidaria o formalmente en ciertos casos en la forma de Consejo de Administración.

Necesidades económicas del proyecto:

La dimensión económica del proyecto puede hacer necesario cierto nivel de inversión o de flujo de capitales que hagan aconsejable la limitación de responsabilidad patrimonial. Igualmente. La dimensión económica de una inversión hace que sea necesaria la participación de varias personas para acometerla, por lo que normalmente se optará por formar una sociedad. Por otra parte, las entidades de crédito y otras instituciones financieras dan más facilidad a la concesión de créditos a empresas que dispongan de avales o de la garantía que constituye un capital social elevado

Fiscalidad:

Un aspecto muy importante a tener en cuenta son los impuestos que se relacionan con cada forma jurídica, en atención especial a los impuestos directos como son el IRPF y el IS. El primero de ellos es un impuesto progresivo por lo que cuanto mayor beneficio mayor será el tipo impositivo que nos grave, si bien puede ser de antemano inferior al tipo impositivo del IS que es fijo. Por ello es importante hacer un buen estudio económico para analizar un posible beneficio y saber si convendría mejor fiscalmente estar afecto al IRPF o al IVA.

Seguridad Social:

En muchos casos consideramos que el emprendedor es quien determina el encuadramiento en la seguridad social en un régimen o en otro, si bien no es así. Es el Instituto Nacional de la Seguridad quien en función de una serie de circunstancias de poder de control en la empresa, porcentaje de participación en la empresa conjuntamente con sus familiares, si es administrador...te encuadrará en un régimen o en otro. En este sentido por ejemplo la normativa de Seguridad Social establece

que todos los empresarios individuales se encuadran en el R.E.T.A. (régimen especial de trabajadores autónomos).

La actividad en sí misma:

En ocasiones es la propia normativa reguladora de una actividad la que exige la adopción de una forma jurídica determinada (ej. las agencias de viajes deben ser sociedades limitadas o anónimas). En otros casos, la naturaleza misma de la actividad puede llevar aparejado un alto riesgo que aconseje la limitación de responsabilidad, propia de las formas mercantiles.

Acceso a ayudas públicas:

Aunque no es un criterio recomendable en sí mismo a la hora de escoger la forma jurídica, sí es una variable a tener en cuenta, por lo que habrá que atender a las circunstancias de cada proyecto y a cada convocatoria específica.

FORMA JURÍDICA	Nº SOCIOS	RESPON-SABALIDAD	CAPITAL SOCIAL	REG FISCAL	REG LABORAL	TRABAJADO-RES	LEGISLACIÓN BÁSICA
Empresario Individual	1	Ilimitada	No hay mínimo	I.R.P.F. e I.V.A.	R.E.T.A	No hay límites	Ley 20/2007, Estatuto T. Autónomo y C.Comercio
Emprendedor Responsabilidad Limitada E.R.L.	1	Limitada parcialmente	No hay mínimo	I.R.P.F. e I.V.A.	R.E.T.A	No hay límites	Ley 24 mayo 2013 de emprendedores (1)
Sociedad Limitada de formación sucesiva S.L.F.S.	Mínimo 1 o más	Limitada	Posibilidad de inferior a 3.000 €	I.S. e I.V.A.	R.E.T.A, si tiene poder de dirección	No hay límites	Ley 24 mayo 2013 de emprendedores
Sociedad Civil Comunidad Bienes S.C/ C.B.	Mínimo 2 o más	Ilimitada	No hay mínimo	I.R.P.F. e I.V.A.	R.E.T.A	No hay límites	Código Civil
Sociedad Limitada S.L.	Mínimo 1 o más	Limitada	Mínimo 3.000 €	I.S. e I.V.A.	R.E.T.A, si tiene poder dirección	No hay límites	R. Dec Leg. 1/2010, de Soc. de Capital.
Sociedad Anónima S.A.	Mínimo 1 o más	Limitada	Mínimo 60.000 €	I.S. e I.V.A.	R.E.T.A, si tiene poder dirección	No hay límites	R. Dec Leg. 1/2010, de Soc. de Capital.
Sociedad Laboral	Mínimo 3	Limitada	Mínimo 3.000 € o	I.S. e I.V.A.	Reg gen, salvo si	Tiene limitaciones	Ley 4/97 de Sociedades

S.L.L. o S.A.L.			60.000€		tiene poder dirección	(2)	Laborales
Sociedad Limitada Nueva Empresa S.L.N.E.	Mínimo 1 y máximo 5 (3)	Limitada	Mínimo 3.000€ y máximo 120.000 €	I.S. e I.V.A.	R.E.T.A, si tiene poder dirección	No hay limites	R. Dec Leg. 1/2010, de Soc. de Capital.
S. Cooperativa Andaluza S.Coop.And.	Mínimo 3	Limitada	Mínimo 3.000 €	I.S. e I.V.A.	Elección R.E.T.A o Reg. general	Tiene limitaciones (4)	Ley 14/2011 de S. Coop. And.

(1) Pendiente de entrada en vigor.

(2) El nº de horas/año realizadas por los trabajadores no socios con contrato indefinido no puede ser superior al 15% de las realizadas por los socios trabajadores, o al 25% en caso de sociedades con menos de 25 trabajadores.

(3) *Artículo 437.2 del* Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. Al tiempo de la constitución, los socios no podrán superar el número de cinco. Además se refiere a personas físicas.

(4) El nº de horas/año realizadas por trabajadores con contrato indefinido no podrá ser superior al 35% de las realizadas por socios trabajadores.

EMPRESARIO INDIVIDUAL

DEFINICIÓN

Persona física que ejercita habitualmente y en nombre propio, por sí o por medio de representantes, una actividad constitutiva de empresa (comercial, industrial o profesional).

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg Social
Mínimo 1	No requiere	Ilimitada	I.R.P.F.	R.E.T.A.

VENTAJAS

- *Forma idónea para empresas de reducido tamaño.
- *Gestión personal de la empresa.
- *Requiere menos trámites en su constitución ya que no hay personalidad jurídica.

INCONVENIENTES

- *Responsabilidad ilimitada: responde con su patrimonio empresarial y personal (presente y futuro) de las deudas generadas. Además, puede extenderse al cónyuge (si no hay separación de bienes)

- *Tipos impositivos más elevados cuanto mayor sea el volumen de renta (tributan por

<p>*Especial simplicidad en su puesta en marcha y desarrollo, ya que no exige de un capital social ni requiere su elevación a escritura público antes notario de la constitución de la empresa.</p> <p>*Posibilidad de acogerse a incentivos propios del fomento del autoempleo y de la capitalización del desempleo hasta el 100%.</p>	<p>IRPF).</p> <p>*Forma jurídica sin personalidad jurídica propia.</p> <p>*Salvo excepciones no requiere de su inscripción en el Registro Mercantil.</p>
---	--

NUEVAS FORMAS JURÍDICAS

El pasado 24 de mayo de 2013 el Gobierno de la Nación aprobó la Ley de Emprendedores que aún está pendiente de la aprobación por el Congreso y establece dos nuevas modalidades:

Emprendedor de responsabilidad limitada (ERL): La responsabilidad derivada de sus deudas empresariales no afectará a su vivienda habitual, si su valor no supera los 300.000€.

Sociedad limitada de formación sucesiva (SLFS): Posibilidad de creación de sociedades con capital inferior a 3.000€, bajo determinadas condiciones que aseguran la protección de terceros y obligan a reforzar los recursos propios.

COMUNIDAD DE BIENES/SOCIEDAD CIVIL

DEFINICIÓN

La Comunidad de Bienes (C.B.) Las comunidades de bienes son las formadas por varias personas que ostentan la propiedad y titularidad de una cosa o derecho indiviso.
 La Sociedad Civil (S.C.) se trata de un contrato por el cual dos o más personas se comprometen a poner en común bienes, dinero o trabajo para realizar negocios y repartir ganancias.

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg Social
Mínimo 2	No requiere	Ilimitada	I.R.P.F.	R.E.T.A.

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<p>*No es necesaria escritura pública ni se obliga a inscribir en el Registro Mercantil.</p> <p>*No tienen demasiados trámites de constitución. Únicamente presentar el contrato en Hacienda autonómica y posteriormente el alta en la Agencia Tributaria y alta en la Seg. Social de los socios trabajadores.</p> <p>*No exigen capital mínimo.</p> <p>*No recae en una sola persona el riesgo de crear empresa.</p> <p>*Forma: Contrato verbal o (recomendable) contrato privado escrito, no siendo obligatorio la firma ante notario.</p>	<p>*Responsabilidad ilimitada: Tras el patrimonio de la S.C. o C.B. responden los socios y comuneros con su patrimonio empresarial y personal (presente y futuro) de las deudas generadas.</p> <p>*Carece de personalidad jurídica.</p> <p>*Generalmente excluida de incentivos y ayudas</p> <p>*Tipos impositivos más elevados cuanto mayor sea el volumen de renta (tributan por IRPF).</p> <p>*El contrato se debe registrar en la Agencia Tributaria y se tiene que liquidar el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados en la Consejería de Hacienda de la Junta de Andalucía siendo el tipo impositivo el 1% de la cantidad declarada como aportación inicial a la C.B. o a la S.C.</p>

SOCIEDAD LIMITADA

DEFINICIÓN

La sociedad de responsabilidad limitada se presenta como una sociedad de tipo capitalista en la que el capital social se encuentra dividido en participaciones indivisibles y acumulables, y que no pueden denominarse acciones ya que estas se refieren a las sociedades anónimas.

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg. Social
Mínimo 1	3.000 €	Limitada	I.Sociedades	Depende

VENTAJAS

*La sociedad puede ser de carácter unipersonal, es decir puede constituirla una

INCONVENIENTES

*Exige un capital mínimo de 3.000 € que debe ser desembolsado íntegramente en el

<p>sola persona.</p> <ul style="list-style-type: none"> *Limita la responsabilidad de los socios al capital aportado a la sociedad. *Hay menos rigor formal y resulta más operativas para Pymes que en las sociedades anónimas. *Se pueden transmitir libremente las participaciones, tanto por actos ínter vivos como por mortis causa pero con el consentimiento de los demás partícipes, para lo cual el socio deberá comunicarlo a los administradores con un plazo de 15 días. Los adquirentes extraños a la sociedad deberán notificar a esta la adquisición. *Las aportaciones no dinerarias no hace falta que sean revisadas en cuanto a su valoración por expertos, si bien los socios responderán solidariamente frente a la Sociedad y frente a terceros de la realidad de las aportaciones y del valor que se les haya atribuido. 	<p>momento de constitución de la sociedad.</p> <ul style="list-style-type: none"> * La necesidad de acreditar un capital mínimo. *Mayor complejidad y cierta complejidad para la puesta en marcha y funcionamiento. Obligatoriedad de firma ante notario. * Coste económico mínimo de 120€ entre Notaría y Registro Mercantil. * Obligación de depositar cuentas anuales en el Registro Mercantil. *Para desvincularse de la sociedad se necesita el consentimiento del resto de socios. *Como tributa a través del Impuesto de Sociedades, se les aplica un tipo impositivo del 25-20%, posiblemente superior al tipo impositivo que se les aplica a las formas jurídicas que tributan a través del IRPF (variable en función de los beneficios).
---	--

NUEVAS FORMAS DE SOCIEDAD LIMITADA

El pasado 24 de mayo de 2013 el Gobierno de la Nación aprobó la Ley de Emprendedores que aún está pendiente de la aprobación por el Congreso y establece dos nuevas modalidades:

Emprendedor de responsabilidad limitada (ERL): La responsabilidad derivada de sus deudas empresariales no afectará a su vivienda habitual, si su valor no supera los 300.000€.

Sociedad limitada de formación sucesiva (SLFS): Posibilidad de creación de sociedades con capital inferior a 3.000€, bajo determinadas condiciones que aseguran la protección de terceros y obligan a reforzar los recursos propios.

SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA

DEFINICIÓN

La Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE) se rige por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. Es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL). Su capital social está dividido en participaciones sociales y la responsabilidad frente a terceros está limitada al capital aportado.

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg Social
De 1 a 5 iniciales	De 3.000€ a 12.000€	Limitada	I.Sociedades	Reg General R.E.T.A.

VENTAJAS

- *Aplazamiento sin aportación de garantías del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP/AJD), por la modalidad de operaciones societarias, derivada de la constitución de la Sociedad durante el plazo de un año desde su constitución.
- *Aplazamiento sin aportación de garantías, de las deudas tributarias del Impuesto sobre Sociedades correspondientes a los dos primeros períodos impositivos concluidos desde su constitución.
- *Aplazamiento o fraccionamiento, con garantías o sin ellas de las cantidades derivadas de retenciones o ingresos a cuenta del IRPF que se devenguen en el primer año desde su constitución.
- *No obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades, a cuenta de las liquidaciones correspondientes a los dos primeros períodos impositivos desde su constitución.

INCONVENIENTES

- *Limitación del número máximo de socios en el momento de la constitución a cinco, que han de ser personas físicas.
- * La denominación social se compone de los apellidos y el nombre de uno de los socios más un código alfanumérico único (ID-CIRCE). Además los inconvenientes propios de la S.L.:
 - *Exige un capital mínimo de 3.000 € que debe ser desembolsado íntegramente en el momento de constitución de la sociedad.
 - * La necesidad de acreditar un capital mínimo.
 - *Mayor complejidad y cierta complejidad para la puesta en marcha y funcionamiento. Obligatoriedad de firma ante notario.
 - * Coste económico mínimo de 120€ entre Notaría y Registro Mercantil.
 - * Obligación de depositar cuentas anuales en el Registro Mercantil.
 - *Para desvincularse de la sociedad se

*Cuenta ahorro-empresa cuyos fondos deben destinarse a la constitución de una empresa, con una duración mínima de dos años con, al menos, un local y un empleado con la forma jurídica de Sociedad Limitada Nueva Empresa, y cuyo régimen fiscal es similar al de la cuenta ahorro vivienda (devolución en el IRPF del 15% del importe depositado en la cuenta con el límite de 9.015,18 € anuales durante un plazo máximo de 4 años).

necesita el consentimiento del resto de socios.

*Como tributa a través del Impuesto de Sociedades, se les aplica un tipo impositivo del 25-20%, posiblemente superior al tipo impositivo que se les aplica a las formas jurídicas que tributan a través del IRPF (variable en función de los beneficios).

FUENTES

Página web del CIRCE.

SOCIEDADES LABORALES

DEFINICIÓN

Las sociedades laborales son aquellas sociedades anónimas o de responsabilidad limitada de naturaleza mercantil, en las que la mayoría del capital social es propiedad de los trabajadores que prestan en ellas servicios retribuidos en forma personal y directa, cuya relación laboral lo es por tiempo indefinido. Su regulación está en la Ley 4/97 de 24 de marzo de Sociedades Laborales.

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg Social
Mínimo 3 ¹	3.000 € ²	Limitada	I.Sociedades	Reg General R.E.T.A.

VENTAJAS

*Gestión democrática. Los socios trabajadores siempre tienen la mayoría de la propiedad de las participaciones o acciones.

*Al ser empresas de Economía Social pueden

INCONVENIENTES

*Se necesitan al menos tres socios para constituir la sociedad.

*Redacción compleja de los estatutos.

¹ Al menos dos socios trabajadores y un socio capitalista.

² La mayoría del capital social tiene que estar en propiedad de socios trabajadores.

<p>acceder a diferentes ayudas y prioridades en ciertos incentivos.</p> <p>*Limita la responsabilidad de los socios al capital aportado a la sociedad.</p> <p>*Tiene bonificaciones y exenciones fiscales.</p>	<p>*Tramitación más lenta que otras formas jurídicas ya que no puede usarse el canal del punto PAIT y requiere la inscripción en dos Registros Públicos (Reg de sociedades laborales y el Registro Mercantil).</p> <p>*Limitación en la contratación del personal.³</p>
--	--

SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA

DEFINICIÓN

Las sociedades cooperativas andaluzas son empresas organizadas y gestionadas democráticamente que realizan su actividad de forma responsable y solidaria con la comunidad y en las que sus miembros, además de participar en el capital, lo hacen también en la actividad societaria prestando su trabajo, satisfaciendo su consumo o valiéndose de sus servicios para añadir valor a su propia actividad empresarial, con arreglo a los principios y disposiciones de la Ley 14/2011 de 13 de diciembre de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg Social
Mínimo 3		Limitada	I.Sociedades	Reg General o R.E.T.A.

VENTAJAS

*Al ser empresas de Economía Social pueden acceder a diferentes ayudas y prioridades en ciertos incentivos.

*Limita la responsabilidad de los socios al capital aportado a la sociedad.

*Tiene bonificaciones y exenciones fiscales. Existe un régimen fiscal especial para las Cooperativas.

INCONVENIENTES

*Se necesitan al menos tres socios para constituir la sociedad.

*Redacción compleja de los estatutos.

*Tramitación más lenta que otras formas jurídicas ya que no puede usarse el canal del punto PAIT.

*Limitación en la contratación del personal.⁴

³ El nº de horas/año realizadas por los trabajadores no socios con contrato indefinido no puede ser superior al 15% de las realizadas por los socios trabajadores, o al 25% en caso de sociedades con menos de 25 trabajadores.

⁴ El nº de horas/año realizadas por trabajadores con contrato indefinido no podrá ser superior al 35% de las realizadas por socios trabajadores y no hay límite si los trabajadores no quieren incorporarse como socio.

<p>*Gestión democrática.</p> <p>*Posibilidad de escoger el régimen de Seguridad Social de los socios.</p> <p>*Generalmente en los concursos públicos tiene reducción en el importe de la fianza y prioridad en caso de empate.</p> <p>*No requiere de firma ante Notario de forma obligatoria.</p> <p>*Con la nueva Ley de 2011 los asociados puede llegar a tener hasta el 49% del capital social.</p>	<p>*Exige alto grado de compenetración y confianza entre los socios.</p> <p>*Pese a la simplificación con la nueva Ley de 2011 es difícil la llevanza y gestión de los libros sociales.</p>
---	---

EMPRENDEDOR DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

DEFINICIÓN

Tal y como establece el art. 7 Ley 14/2013 de emprendedores e internacionalización, el emprendedor persona física, cualquiera que sea su actividad, podrá limitar su responsabilidad por las deudas que traigan causa del ejercicio de dicha actividad empresarial o profesional mediante la asunción de la condición de «Emprendedor de Responsabilidad Limitada», una vez cumplidos los requisitos y en los términos establecidos en este Capítulo.

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg Social
Mínimo 1	No requiere	Limitada parcialmente	I.R.P.F.	R.E.T.A.

VENTAJAS

*Las ventajas propias del empresario individual.

*Aplicable a cualquier tipo de actividad,

INCONVENIENTES

*Redacción de acta notarial que refleje datos del inmueble a limitar la responsabilidad.

*Requiere de su inscripción obligatoria en el

empresarial o profesional, desarrollada directamente por el empresario persona física.

*La responsabilidad y riesgos de la actividad no alcanzarán a la vivienda habitual del emprendedor. Ésta deberá estar valorada como máximo en 300.000,00 €.

Registro Mercantil.

*En las relaciones con terceros el emprendedor se identificará mediante la expresión Emprendedor de Responsabilidad Limitada o sus iniciales ERL.

*El ERL deberá llevar una contabilidad completa según el Código de Comercio y la Ley de Sociedades de Capital (tomando como referencia las obligaciones contables de las S.L.U.). Deberá depositar en el Registro Mercantil las cuentas anuales dentro de los 7 meses siguientes al cierre del ejercicio.

*Tipos impositivos más elevados cuanto mayor sea el volumen de renta (tributan por IRPF).

SOCIEDAD LIMITADA DE FORMACIÓN SUCESIVA

DEFINICIÓN

El art. 12 Ley 14/2013 de emprendedores e internacionalización, establece la posibilidad de constitución de sociedades limitadas aún cuando el capital social sea inferior a los tres mil euros.

CARACTERÍSTICAS

Nº socios	Capital Social	Responsabilidad	Fiscalidad	Seg Social
Mínimo 1	No requiere	Limitada	I. Sociedades	Depende

VENTAJAS

*Posibilidad de constitución de la empresa sin la aportación del capital social mínimo de 3.000 €.

*Limita la responsabilidad de los socios al capital aportado a la sociedad.

*Hay menos rigor formal y resulta más

INCONVENIENTES

*Este tipo de Sociedades está sujeta a un régimen de publicidad específico.

*Los socios y a los administradores son responsables solidarios frente a los acreedores respecto de las deudas sociales y por el desembolso de la cifra del mínima de capital previsto por la ley.

operativas para Pymes que en las sociedades anónimas.

*Se pueden transmitir libremente las participaciones, tanto por actos ínter vivos como por mortis causa pero con el consentimiento de los demás partícipes, para lo cual el socio deberá comunicarlo a los administradores con un plazo de 15 días. Los adquirentes extraños a la sociedad deberán notificar a esta la adquisición.

*Las aportaciones no dinerarias no hace falta que sean revisadas en cuanto a su valoración por expertos, si bien los socios responderán solidariamente frente a la Sociedad y frente a terceros de la realidad de las aportaciones y del valor que se les haya atribuido.

*Las aportaciones dinerarias quedan sujetas a un concreto régimen de prueba.

* Sólo podrá acordarse repartir dividendos a los socios cuando se haya dotado el 100% del capital social, y siempre que el valor del patrimonio neto tras el reparto de dividendos no sea inferior a 3.000 euros.

*Requiere de su inscripción obligatoria en el Registro Mercantil.

*Mayor complejidad y cierta complejidad para la puesta en marcha y funcionamiento que los empresarios individuales. Obligatoriedad de firma ante notario.

* Coste económico mínimo de 120€ entre Notaría y Registro Mercantil.

* Obligación de depositar cuentas anuales en el Registro Mercantil.

*Como tributa a través del Impuesto de Sociedades, se les aplica un tipo impositivo del 25-20%, posiblemente superior al tipo impositivo que se les aplica a las formas jurídicas que tributan a través del IRPF (variable en función de los beneficios).

4. TRÁMITES Y PUESTA EN MARCHA



¿Qué es un punto PAE?

¿Cuáles son los trámites que tendré que realizar ante Hacienda, Seguridad Social, Ayuntamiento...?

Sobre Prevención de Riesgos Laborales, ¿Qué tengo que tener en cuenta?

¿Y sobre la Protección de Datos?

PUNTO DE ATENCIÓN AL EMPRENDEDOR	PROTECCIÓN DE DATOS
TRÁMITES EMPRESARIO INDIVIDUAL: PAE	TRÁMITES EN MEDIO AMBIENTE
TRÁMITES SOCIEDAD LIMITADA: PAE	PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
REGISTRO MERCANTIL	

PUNTO DE ATENCIÓN AL EMPRENDEDOR: PAE

¿QUE ES?

Los Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAE), actuales PAE desde la nueva Ley de Emprendedores de septiembre de 2013, son centros en los que se asesora y presta servicios a los emprendedores, tanto en la gestación, tramitación administrativa y puesta en marcha de sus iniciativas empresariales, como durante los primeros años de su actividad.

Los PAE pueden depender de entidades públicas o privadas, colegios profesionales, organizaciones empresariales o cámaras de comercio.

Estos centros deben firmar un convenio con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo para poder actuar como tales. La Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa dispone de un buscador para localizar el PAE que más le convenga al emprendedor.

Los PAE se apoyan en el CIRCE para crear empresas, y en concreto en uno de los componentes que lo forman: el Sistema de Tramitación Telemática (STT). En este sentido, cuando un emprendedor opta por iniciar los trámites de creación de una empresa desde un PAE, implícitamente está utilizando el sistema CIRCE.

El PAE tiene una doble misión:

Prestar servicios de información y asesoramiento a los emprendedores en la definición de sus iniciativas empresariales y durante los primeros años de actividad de la empresa

Iniciar el trámite administrativo de constitución de la empresa a través del Documento Único Electrónico (DUE).

¿QUE ES CIRCE?

El Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE) es un sistema de información que permite realizar de forma telemática, los trámites de constitución y puesta en marcha de determinadas sociedades mercantiles en España.

Los tipos de sociedades que se pueden crear a través de CIRCE son:

1. Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE)
2. Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL o SL)
3. Empresario Individual (Autónomo)
4. Sociedad Limitada de Formación Sucesiva.

El sistema CIRCE le facilita la creación de su empresa a través de acuerdos y comunicaciones con todos los organismos y administraciones que intervienen en el proceso de constitución de empresas.

El emprendedor sólo deberá cumplimentar el Documento Único Electrónico (DUE) que engloba multitud de formularios y CIRCE, de forma automática, realiza todos los trámites necesarios para constituir la empresa, comunicándose con todos los organismos implicados (Agencia Tributaria, Seguridad Social, Registro Mercantil, Notaría, etc.).

Para la cumplimentación del DUE, el emprendedor tiene dos alternativas.

- Acudir a un Punto de Asesoramiento e Inicio de la Tramitación (PAE), donde se le asesorará en todo lo relacionado con la definición de su proyecto empresarial y se le permitirá iniciar los trámites de constitución de la empresa.
- Iniciar dichos trámites por sí mismo a través del Portal CIRCE, rellenando personalmente el DUE, para lo cual es necesario disponer de un certificado electrónico.

ANDALUCIA EMPRENDE-PUNTO PAE

En el marco de la colaboración que Andalucía Emprende mantiene con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADES) forman parte de la Red PAE (Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación) desde junio de 2009 con el fin de mejorar la prestación de servicios de apoyo a la ciudadanía emprendedora.

Estos puntos permiten realizar telemáticamente, a través del Documento Único Electrónico (DUE), los trámites de constitución y puesta en marcha de sociedades limitadas de nueva empresa, sociedades de responsabilidad limitada y proyectos promovidos por empresarios individuales, con el consecuente ahorro en tiempo y costes para el emprendedor.

Encuentra su CADE-PAE más cercano en la siguiente dirección:

www.circe.es/Circe.Publico.Web/pub/BusquedaPAEMapa.aspx

TRÁMITES EMPRESARIO INDIVIDUAL: PAE

Trámites

Procedimiento para crear un empresario individual de forma telemática.

Pasos obligatorios que forman el procedimiento telemático

- Paso 01 - Cumplimentación del Documento Único Electrónico (DUE)
- Paso 02 - Trámites en la Seguridad Social
- Paso 03 - Comunicación del inicio de actividad a la Agencia Tributaria

Pasos complementarios

- Paso 01 – Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de protección de datos
- Paso 02 – Solicitud de reserva de Marca o Nombre Comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas
- Paso 03 – Solicitud de Licencias en el Ayuntamiento

Pasos no incluidos en el procedimiento telemático

Existen una serie de trámites necesarios para constituir un Empresario Individual que todavía no están cubiertos por CIRCE. Entre ellos:

- La comunicación de los contratos de trabajo al Servicio Público de Empleo Estatal
- La comunicación de la apertura del Centro de Trabajo
- La obtención y legalización de los libros

Documentación necesaria

1. DNI del titular de la actividad empresarial.
2. Fecha del estado civil
3. Documento que acredite el nº de afiliación a la Seguridad Social
4. Certificado de minusvalía con grado reconocido o resolución de invalidez si se diera el caso.
5. Epígrafes de IAE y CNAE en los que se dará de alta
6. Deberá señalarse:
7. Sistema de Tributación elegido en IRPF: Estimación directa simplificada o Estimación Objetiva (Módulos) y si está obligado a realizar retenciones por rendimientos del trabajo, de actividades profesionales o de alquileres.
8. Opciones de IVA.
9. Nº cuenta bancaria para el cargo del recibo de autónomo

10. Además debe indicar:

- a. La mutua de Incapacidad Temporal (IT) que seleccionará
- b. La cobertura de AT y EP y la mutua en su caso. (Opcional)
- c. Si desea que anualmente se estudie la revalorización de su base de cotización

11. Domicilio fiscal, domicilio de la actividad y superficie del local

12. Si se van a contratar trabajadores, debe aportar de cada trabajador:

- a. DNI
- b. Documento que acredite el nº de afiliación a la Seguridad Social
- c. Comunicación de que la persona trabajadora quiere trabajar para esa empresa
- d. Régimen de encuadramiento en Seguridad Social, tipo de contrato, grupo de cotización y si tuviera bonificación aportar justificación oportuna de la misma.
- e. La mutua de Incapacidad Temporal (IT) que seleccionará
- f. Indicar si el trabajador está inscrito como demandante de empleo antes de la realización del contrato

Coste económico

El proceso de constitución como autónomo, en principio, **no tiene ningún coste**.

Los únicos costes a los que tendrá que hacer frente el empresario son los derivados de la cotización de las Seguridad Social.

FUENTE

Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, www.ipyme.es

Empresa: Creación y puesta en marcha.

TRÁMITES SOCIEDAD LIMITADA: PAE

Trámites

A través del procedimiento telemático de creación de empresas el emprendedor sólo tiene que realizar dos desplazamientos:

1. **Al CADE-PAE** donde le asesoraremos y cumplimentaremos el Documento Único Electrónico (DUE) sin necesidad de utilizar formularios en papel.
2. **A la Notaría**, previa cita concertada a través del PAE, para el otorgamiento de la escritura de constitución.

El emprendedor también puede realizar los trámites de creación de su empresa por sí mismo a través del PAE Virtual. Para ello deberá acceder al portal CIRCE desde un ordenador con acceso a Internet y disponer de un certificado digital. En este caso, el único desplazamiento necesario será ir a la Notaría para firmar las escrituras.

Pasos previos al procedimiento telemático

- Paso 01 - Reserva de la Denominación Social
- Paso 02 – Depósito del Capital Social

Pasos obligatorios que forman el procedimiento telemático

- Paso 01 - Cumplimentación del Documento Único Electrónico (DUE)
- Paso 02 - Otorgamiento de la Escritura de constitución
- Paso 03 – Solicitud del NIF provisional.
- Paso 04 - Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados
- Paso 05 – Inscripción en el Registro Mercantil Provincial.
- Paso 06 - Trámites en la Seguridad Social
- Paso 07 – Expedición de la Escritura inscrita
- Paso 08 – Solicitud del NIF definitivo de la sociedad.

Pasos complementarios

- Paso 01 – Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de protección de datos
- Paso 02 – Solicitud de reserva de Marca o Nombre Comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas
- Paso 03 – Solicitud de Licencias en el Ayuntamiento.

Pasos no incluidos en el procedimiento telemático

Existen una serie de trámites necesarios para constituir la SRL que todavía no están cubiertos por CIRCE. Entre ellos:

- La comunicación de los contratos de trabajo al Servicio Público de Empleo Estatal.
- La comunicación de la apertura del Centro de Trabajo.
- La obtención y legalización de los libros.

Documentación necesaria

- DNI de los socios y de los cónyuges si existen
- Indicar si los socios tienen matrimonio en Régimen de Gananciales o Separación de bienes.

- Documento que acredite el nº de afiliación a la Seguridad Social de cada uno de los socios
- Certificado de minusvalía con grado reconocido o resolución de invalidez si se diera el caso
- Si los socios ya fueran autónomos previamente al momento de constitución de la sociedad, deben traer la Resolución de Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos anterior (Original y fotocopia)
- Certificado de Denominación Negativa de Nombre del Registro Mercantil Central
- Certificado bancario de depósito del Capital en la cuenta de la S.L. en constitución
- Cuantificación del Capital Social, nº de participaciones y valor de las mismas y funciones de los socios (trabajo, dirección, gerencia, etc.).
- Domicilio fiscal, domicilio de la actividad y superficie del local
- Epígrafes de IAE y CNAE en los que se dará de alta
- Nº cuenta bancaria para el cargo del recibo de autónomo
- El autónomo debe indicar:
 - La mutua de Incapacidad Temporal (IT) que seleccionará
 - Si desea que anualmente se estudie la revalorización de su base de cotización
- Objeto Social de la SL
 - Pueden elegir un objeto social tipo.
 - Si no eligen objeto tipo, deben traerlo redactado en formato electrónico (memoria USB)
- Si va tener trabajadores, debe aportar de cada trabajador:
 - DNI (Original y fotocopia)
 - Documento que acredite el nº de afiliación a la Seguridad Social
 - Comunicación de que la persona trabajadora quiere trabajar para esa empresa (
 - Régimen de encuadramiento en Seguridad Social, tipo de contrato, grupo de cotización y si tuviera bonificación aportar justificación oportuna de la misma.
 - La mutua de Incapacidad Temporal (IT) que seleccionará
 - Indicar si el trabajador está inscrito como demandante de empleo antes de la realización del contrato
- NOTARIOS:
 - Una vez obtenida la cita con el Notario en el CADE de manera electrónica, le recomendamos llamar a la Notaría y confirmarla
 - Deben llevar al notario las Capitulaciones Matrimoniales en caso de separación de bienes cuando vayan a firmar la constitución de la S.L. (Original)

Trámites de forma presencial

Trámites necesarios para crear una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) de forma **presencial**:

Para su constitución como sociedad:

- Registro Mercantil Central
- Notaría
- Agencia Tributaria
- Registro Mercantil Provincial

Trámites administrativos para su puesta en marcha:

- Tesorería General de la Seguridad Social
- Ayuntamiento
- Consejerías de Trabajo de las Comunidades Autónomas
- Inspección Provincial de Trabajo
- Servicio Público de Empleo Estatal
- Agencia Española de Protección de Datos
- Oficina Española de Patentes y Marcas

Coste económico

Para sociedades con un capital social menor de 30.000 € y sin socios jurídicos:

- El notario otorgará la escritura de constitución en el mismo día en el que reciba la certificación negativa de denominación expedida por el Registro Mercantil Central.
- El registrador mercantil procederá a la calificación e inscripción en el plazo de tres días hábiles, a contar desde la recepción telemática de la escritura.
- Se aplicarán como aranceles notariales y registrales, **la cantidad de 150€ para el notario y 100€ para el registrador.**

Para aquellas sociedades con capital social inferior a los 3.100 €, sin socios jurídicos y cuyos estatutos se adapten a algunos de los aprobados por el Ministerio de Justicia:

- El notario otorgará la escritura de constitución en el mismo día en el que reciba la certificación negativa de denominación expedida por el Registro Mercantil Central.
- El registrador mercantil procederá a la calificación e inscripción dentro del plazo de las 7 horas hábiles siguientes a la recepción telemática de la escritura.
- Se aplicarán los siguientes aranceles: **60 euros para el notario y 40 euros para el registrador.**

FUENTE

Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, www.ipyme.es

Empresa: Creación y puesta en marcha.

REGISTRO MERCANTIL

¿Qué es el registro mercantil?

El Registro Mercantil es una oficina pública, existente en todas las capitales de provincia y demás ciudades previstas reglamentariamente, a cargo de uno o varios Registradores Mercantiles y que depende de la Dirección General de los Registros y del Notariado del Ministerio de Justicia.

Existe también un único Registro Mercantil Central que se ocupa de lo relativo a las denominaciones de las sociedades y entidades mercantiles.

Las sociedades adquieren su personalidad jurídica con la inscripción en el Registro mercantil correspondiente a su domicilio social, lo que quiere decir que su inscripción en el registro es obligatoria y constitutiva.

Las inscripciones registrales se practican previa la calificación registral: control de la legalidad y de la validez del contenido de los actos y acuerdos sociales y de la capacidad y legitimación de quienes los suscriben.

Como consecuencia de ese control registral, dichas inscripciones tienen atribuidos fuertes efectos legales:

- a) El contenido del Registro se presume exacto y válido.
- b) Los actos inscritos son oponibles a terceros de buena fe.
- c) Los asientos del Registro están bajo la salvaguardia de los Tribunales y producirán sus efectos mientras no se inscriba la declaración judicial de su inexactitud o nulidad.
- d) La declaración judicial de inexactitud o nulidad de las mismas no perjudicará los derechos de terceros de buena fe, adquiridos conforme a derecho.

Objetos y actos inscribibles

En el Registro Mercantil se inscriben entre otras:

- Los empresarios individuales
- Las sociedades mercantiles
- Las sociedades civiles
- Las entidades de crédito y seguros, así como las entidades de garantía recíproca
- Las instituciones de inversión colectiva
- Las agrupaciones de interés económico
- Las cajas de ahorros
- Los fondos de pensiones

La **constitución** de las sociedades mercantiles constituye el primer asiento del historial registral de una sociedad. Tras el mismo se constatarán los actos y contratos relativos a cada sociedad (aumento o reducción de su capital social, cambios en la estructura de su órgano de administración, nombramientos o ceses de administradores o apoderados, situaciones de insolvencia de la empresa, acciones judiciales de impugnación de sus acuerdos sociales...)

Los libros de **contabilidad**: los empresarios y las sociedades están obligados a llevar una serie de libros contables que, con carácter obligatorio, deberán presentarse en el Registro Mercantil correspondiente a su domicilio para su legalización por el registrador mercantil. La presentación deberá realizarse antes de que trascurren cuatro meses de la fecha de cierre del ejercicio social de cada empresa. Así, normalmente aquellas empresas cuya fecha de cierre sea el 31 de diciembre deberán presentarlos antes del 30 de abril.

El **depósito** de las cuentas anuales de los empresarios y demás sujetos obligados a depositarlas: la llevanza de las cuentas anuales con arreglo al Plan General Contable tiene carácter obligatorio. Las cuentas deben aprobarse por los socios o accionistas dentro de los seis meses siguientes al cierre de su ejercicio y, una vez aprobadas, presentarse dentro del mes siguiente para su obligatoria legalización en el Registro Mercantil que corresponda. Así, normalmente aquellas empresas cuya fecha de cierre sea el 31 de diciembre y hayan aprobado cuentas el 30 de junio deberán obligatoriamente proceder a su depósito antes del 30 de junio.

Normativa

Normas generales contenidas en el Código de Comercio de 1885.

Real Decreto Ley 1/2010, de 2 de julio de Sociedades de Capital. Ley 3/2009 de 3 de abril de modificaciones estructurales. Legislación específica correspondiente a determinadas sociedades por el sector específico de la actividad a la que se dedican (entidades financieras, aseguradoras, sector eléctrico, empresas de *leasing*...)

Reglamento del Registro Mercantil de 19 de Julio de 1996. Actualmente se está trabajando en la redacción de un nuevo texto de Reglamento.

Fuentes

Registradores. www.registradores.org

Registro Mercantil Central. www.rmc.es

PROTECCIÓN DE DATOS

Normativa

El marco normativo en materia de protección de datos se recoge en las siguientes normas:

- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. (BOE núm. 298, Martes 14 diciembre 1999).
- Real Decreto por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (B.O.E. núm. 17, 19 de enero 2008).

Principios transversales

Como toda materia contiene una serie de principios generales que son transversales y que sirven de hilo conductor de la normativa. Así, la Ley orgánica 15/1999, de 13 de diciembre y el RDLOPD 1720/2007, regulan dentro de su título II los principios rectores que deben regir la protección de datos en España. La regulación gira sobre los siguientes principios básicos que han de ser respetados en todas las fases del tratamiento de los datos, cuando resulten aplicables. Estos principios son:

Calidad de los datos

Derecho de información en la recogida de datos

Consentimiento del interesado

Deber de secreto

Cesión o comunicación de datos

Acceso a los datos por terceros

DERECHOS DE LAS PERSONAS: DERECHOS ARCO

Los derechos ARCO son:

- Derecho de acceso: Este derecho se identifica con la posibilidad que tiene el interesado de dirigirse al titular del fichero para solicitar y obtener información sobre sus datos de carácter personal sometidos a tratamiento, sobre su origen y las comunicaciones realizadas o que se prevean realizar de los mismos.
- Derecho de Rectificación y Cancelación: La LOPD establece en su artículo 16 LOPD y 32.2. del RDLOPD, que “el responsable del tratamiento tendrá la obligación de hacer efectivo el derecho de rectificación o cancelación del interesado en el plazo de diez días”.

El titular de los datos puede ejercitar estos derechos cuando los datos sean inexactos, incompletos o que el tratamiento que se está realizando no se ajuste a la LOPD.

Por otro lado, en base al artículo 4 (Principio de Calidad de los Datos), el responsable del fichero podrá modificar por propia iniciativa los datos que resulten incompletos o inexactos.

- Derecho de Oposición: Es el derecho del interesado a que sus datos no lleguen a ser tratados o introducidos en un fichero. En la legislación sobre protección de datos puede distinguir dos clases de derecho de oposición:
 - La primera es la posibilidad de los titulares para oponerse a que sus datos sean tratados con una finalidad de marketing y prospección comercial.
 - La segunda es que el interesado se podrá oponer al tratamiento de sus datos cuando existan motivos fundados y legítimos relativos a una concreta situación personal, siempre que la Ley no disponga lo contrario.
 - Derecho de impugnación: En el artículo 13 de la LOPD se indica que Los ciudadanos tienen derecho a no verse sometidos a una decisión con efectos jurídicos, que se base únicamente en un tratamiento de datos destinados a evaluar determinados aspectos de su personalidad. El afectado podrá impugnar los actos administrativos o decisiones privadas que impliquen una valoración de su comportamiento, cuyo único fundamento sea un tratamiento de datos de carácter personal que ofrezca una definición de sus características o personalidad. En este caso, el afectado tendrá derecho a obtener información del responsable del fichero sobre los criterios de valoración y el programa utilizados en el tratamiento que sirvió para adoptar la decisión en que consistió el acto. La valoración sobre el comportamiento de los ciudadanos basada en un tratamiento de datos, únicamente podrá tener valor probatorio a petición del afectado.
 - Derecho de indemnización: Los interesados que, como consecuencia del incumplimiento de lo dispuesto en la LOPD por el responsable o el encargado del

tratamiento, sufran daño o lesión en sus bienes o derechos tendrán derecho a ser indemnizados.

Cuando se trate de ficheros de titularidad pública, la responsabilidad se exigirá de acuerdo con la legislación reguladora del régimen de responsabilidad de las Administraciones Públicas.

En el caso de los ficheros de titularidad privada, la acción se ejercitará ante los órganos de la jurisdicción ordinaria.

- **Derecho de consulta al Registro General:** Además de los derechos anteriormente indicados, se reconoce en el artículo 14 de la LOPD el derecho de consulta al Registro General de Protección de Datos. Este derecho consiste en poder acudir a dicho registro para obtener información sobre los ficheros tanto de naturaleza pública como privada inscritos en él (el nombre del responsable del fichero y la finalidad del mismo), y el de impugnación de valoraciones, que permite impugnar las decisiones que tengan efectos jurídicos, basadas únicamente en una evaluación de sus características o personalidad resultado de un tratamiento de datos de carácter personal.

FICHEROS DE TITULARIDAD PRIVADA

Los ficheros de titularidad privada pueden ser creados cuando resulte necesario para la actividad u objeto legítimo de la persona, empresa o entidad.

Los ficheros de titularidad privada deben tener unas finalidades determinadas, acordes con los fines institucionales o con el objeto social de la persona, entidad o empresa.

Será necesaria su notificación ante la Agencia Española de Protección de Datos (Registro General de Protección de Datos) tanto la creación como la modificación o supresión del fichero. En esta notificación deberá comunicarse como contenido, según nos indica el artículo 26.2 de la LOPD: “el responsable del fichero, la finalidad del mismo, su ubicación, el tipo de datos de carácter personal que contiene, las medidas de seguridad, con indicación del nivel básico, medio o alto exigible y las cesiones de datos de carácter personal que se prevean realizar”.

Asimismo, deberá comunicarse cualquier cambio en la finalidad, el responsable o la dirección de ubicación del fichero.

Los ficheros de datos de carácter personal de titularidad privada serán notificados a la AEPD por la persona, empresa o entidad que pretenda crearlos con carácter previo a su creación.

Transcurrido un mes desde la presentación de la solicitud de inscripción sin que la Agencia hubiera resuelto sobre la misma, se entenderá inscrito el fichero a todos los efectos. En este caso, se cuenta con silencio positivo de la AEPD.

El procedimiento para la inscripción de ficheros consiste en la presentación de los modelos o formularios, bien en soporte electrónico o en soporte papel, de notificación de creación, modificación o supresión de ficheros, de conformidad con lo establecido en los artículos 55 a 59 del RDLOPD.

Los pasos a seguir para la inscripción de los ficheros son los siguientes:

PASO 1-Responder a las preguntas iniciales del asistente dependiendo del tipo de solicitud y forma de presentación elegido.

Inicialmente, y con el fin de preparar el formulario electrónico específicamente al tipo de solicitud y forma de envío que tiene previsto realizar, el asistente le formulará varias preguntas sobre:

- Tipo de solicitud de inscripción: Se debe señalar la casilla que corresponda, en función de si va a notificar una nueva inscripción, una modificación de un fichero que ya figura inscrito en el Registro General de Protección de Datos (RGPD) o una supresión de un fichero que, igualmente, ya figura inscrito en el RGPD. Tanto para notificar una modificación como una supresión, deberá conocer determinados datos de la inscripción del fichero (código de inscripción y CIF del responsable con el que el fichero figura inscrito en el RGPD).
- Modelo de declaración: Puedes optar por utilizar una de las notificaciones tipo precumplimentadas que aparecen en el formulario o bien por utilizar el formulario electrónico vacío para ser cumplimentado de forma completa por Vd.
- Forma de presentación: Por último, debes señalar la casilla correspondiente a la forma de envío que vas a utilizar:
 - ✓ A través de Internet con certificado digital de firma electrónica.
 - ✓ A través de Internet con presentación convencional de la Hoja de solicitud.
 - ✓ Mediante formulario en soporte papel con código de barras bidimensional PDF 417.

PASO 2-Cumplimentar los apartados de la notificación. Se recomienda guardar la notificación antes de pasar a la siguiente fase de cumplimentación, ya que una vez que se haya optado por cumplimentar la Hoja de solicitud no se podrán realizar nuevos cambios en la notificación.

Tanto si ha elegido utilizar una notificación tipo como un formulario vacío, deberá cumplimentar los apartados del formulario que describan el fichero que va a ser notificado.

El formulario electrónico de NOTificaciones Telemáticas a la AEPD (NOTA) de titularidad privada se compone de 2 páginas de detalle y la correspondiente Hoja de solicitud. En este formulario son de cumplimentación obligatoria distintos apartados.

En todos los apartados se encuentra disponible la ayuda contextual y una opción que nos permite verificar si el mismo ha sido cumplimentado correctamente.

Se recomienda guardar la notificación antes de pasar a la siguiente fase de cumplimentación, ya que una vez que se hayamos optado por cumplimentar la Hoja de solicitud no se podrán realizar nuevos cambios en la notificación.

Puede imprimir un borrador de la notificación teniendo en cuenta que esta impresión no podrá ser presentada para su inscripción en la Agencia. Tenemos que tener en cuenta que cualquier cambio que necesitemos hacer en la notificación deberá realizarse mediante el formulario electrónico, ya que en cualquiera de las formas de presentación la información consignada mediante dicho formulario electrónico prevalece sobre cualquier anotación realizada de forma manual.

PASO 3-Cumplimentar la Hoja de solicitud. Una vez que se ha comprobado que los distintos apartados han sido cumplimentados correctamente, deberá cumplimentar la Hoja de solicitud. Para ello debemos pulsar el botón «Cumplimentar hoja de solicitud» que se encuentra al final del formulario.

Debemos indicar los datos identificativos de la persona que firma la solicitud y el cargo o la condición del firmante de esta solicitud en relación con el responsable del fichero.

Señalamos también la dirección completa a efectos de notificaciones (esta dirección debe cumplimentarse en todos los casos).

Si optamos por presentar la notificación a través de Internet con certificado digital de firma y disponemos de una dirección electrónica a efectos de notificaciones del Servicio de Notificaciones Electrónicas (<http://notificaciones.060.es>) podemos indicar esto en el apartado de Dirección electrónica servicio de notificaciones, donde se notificará la inscripción del fichero. En cualquier otro caso, la notificación será realizada a la dirección que a estos efectos se haga constar en el apartado correspondiente de la Hoja de solicitud.

Antes de realizar el envío de la notificación debemos leer y aceptar la información relativa a la LOPD.

Por último, si hemos optado por presentar la notificación a través de Internet con certificado digital de firma debemos proceder a firmar la notificación mediante el certificado de firma.

PASO 4-Generar/Enviar la notificación: En el caso de presentación a través de Internet con certificado de firma electrónica, deberá antes «Finalizar y Firmar» la notificación con su certificado

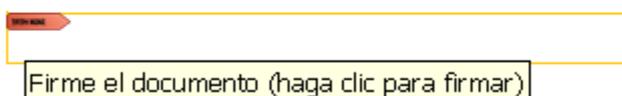
de firma electrónica reconocido. En el caso de presentación en formulario en papel, deberá pulsar el botón «Finalizar formulario» que se encuentra al final de la Hoja de solicitud generándose el código de barras bidimensional PDF 417 (nube de puntos), así como el correspondiente código de envío que establece la correspondencia entre el contenido que figura en cada una de las páginas que componen el modelo de notificación y la nube de puntos generada.

Dependiendo de la forma de presentación elegida, la notificación podrá ser presentada a través de los siguientes medios:

Presentación a través de Internet con certificado de firma reconocido: Una vez cumplimentada la notificación y la Hoja de solicitud de forma correcta, será necesario indicar al formulario que no se van a realizar más cambios mediante el botón «Finalizar formulario» para proceder a la firma de la notificación.

En este momento aparecerá un icono en el lugar previsto para la firma de la persona que efectúa la notificación.

Firma de la persona que efectúa la notificación



Pulsando el icono que aparece, se firmará la notificación con el certificado de firma reconocido correspondiente a la persona que, con representación suficiente del responsable del fichero, formula la notificación. Su sistema le informará de los certificados de firma de los que dispone y una vez firmada, se enviará la notificación al Registro Telemático de la AEPD.

Una vez recibida se emite un mensaje de confirmación de la solicitud, en el que constarán los datos proporcionados por el interesado, junto con la acreditación de la fecha y hora en que produjo la recepción y una clave de identificación de la transmisión. El mensaje de confirmación puede ser impreso o archivado informáticamente por el interesado y tendrá el valor de recibo de presentación a efectos de lo dispuesto en el artículo 6.3 del Real Decreto 772/1999.

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Fichero de titularidad privada
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN
Confirmación de la recepción de la notificación en la AEPD

NOTIFICACIONES
ELECTRÓNICAS A
LA AEPD

Tipo de solicitud

Activación sobre el fichero

Datos de registro de entrada (A consignar en la Agencia Española de Protección de Datos).

Número de registro: _____

Fecha: _____ Hora: _____

Soporte de la solicitud y modo de presentación: _____ Número del envío: _____

Persona física que actúa en representación del responsable del fichero ante la AEPD

Datos del responsable del fichero (del Apartado 1)

Razón Social o Nombre y Apellidos: _____ C.I.F./N.I.F.: _____

Declarante

Nombre: _____ Primer Apellido: _____ Segundo Apellido: _____

N.I.F.: _____ Cargo o condición del firmante en relación con el responsable de fichero: _____

Dirección a efectos de notificación

Apellidos y Nombre o razón Social: _____

Dirección postal: _____

Localidad: _____ Código Postal: _____ Provincia: _____ País: _____

Teléfono: _____ Fax: _____ Correo electrónico: _____

Medio de notificación: _____

De conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, sobre la inscripción en el Registro General de Protección de Datos del fichero de datos de carácter personal al que hace referencia el presente formulario de notificación, asumo, bajo mi responsabilidad manifiesto que dispongo de representación suficiente para solicitar la inscripción de este fichero en nombre del responsable del fichero y que este está informado del resto de obligaciones que se derivan de la LOPD. Igualmente, declaro que todos los datos consignados son ciertos y que el responsable del fichero ha sido informado de los supuestos legales que habilitan el tratamiento de datos especialmente protegidos, así como la cesión y la transferencia internacional de datos.

La Agencia Española de Protección de Datos podrá requerir que se acredite la representación de la persona que formula la presente notificación.

En _____ de _____ de _____

Conocimiento de los deberes del declarante

En cumplimiento del artículo 5 de la Ley 15/1999, por el que se regula el derecho de información en la recogida de los datos, se advierte de los siguientes extremos: Los datos de carácter personal, que pudieran constar en esta notificación, se incluirán en el Fichero de nombre "Registro General Protección de Datos", creado por Resolución del Director de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) de fecha 23 de abril de 2006 (D.O.E. nº 117) por la que se crea y modifica los Ficheros de datos de carácter personal existentes en la AEPD. La finalidad del fichero es velar por la publicidad de la existencia de los ficheros que contienen datos de carácter personal con el fin de hacer posible el ejercicio de los derechos de información, oposición, acceso, modificación y cancelación de los datos. Los datos relativos a la persona física que presenta la notificación de ficheros y solicita su inscripción en el Registro General de Protección de Datos se utilizarán en los términos previstos en los procedimientos administrativos que sean necesarios para la tramitación de la correspondiente solicitud y posteriores comunicaciones con la AEPD. También derecho a acceder a sus datos personales, modificados o, en su caso, cancelados en la AEPD, según responsable del fichero.

En caso de que en la notificación deban incluirse datos de carácter personal, referentes a personas físicas distintas de la que efectúa la solicitud o del responsable del fichero, deberá, con carácter previo a su inclusión, informarse de los extremos contenidos en el párrafo anterior.

La no recepción del mensaje de confirmación, o en su caso, la recepción de un mensaje de indicación de error implica que no se ha producido la recepción del mismo, debiendo realizarse la presentación en otro momento o utilizando otros medios.

La presentación de solicitudes, escritos y comunicaciones al Registro Telemático podrá realizarse durante las 24 horas de todos los días del año.

A través de Internet sin certificado de firma electrónica reconocido: Una vez cumplimentada la notificación y la Hoja de solicitud de forma correcta, hay que enviar la notificación mediante el formulario electrónico pulsando el botón «Enviar a través de Internet» que se encuentra en la Hoja de solicitud. El formulario indicará que se está conectando con el servidor de la AEPD y, acto seguido, el sistema enviará la Hoja de solicitud (en formato PDF) que confirma que la notificación ha sido enviada correctamente. Dicha Hoja de solicitud, firmada por la persona que efectúa la notificación, es la que deberá remitir a la AEPD.

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS

**Fichero de titularidad privada
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN
Confirmación de la recepción de la notificación en la AEPD**

NO NOTIFICACIONES ELEMATICAS A LA AEPD

Tipo de solicitud

Situación sobre el fichero

Datos de registro de entrada (A consignar en la Agencia Española de Protección de Datos)

Soporte de la solicitud y modo de presentación Número del envío

Persona física que actúa en representación del responsable del fichero ante la AEPD

Datos del responsable del fichero (del Apartado 1)

Razón Social o Nombre y Apellidos CIF/NIF

Declarante

Nombre Primer Apellido Segundo Apellido

NIF Cargo o condición del firmante en relación con el responsable del fichero

Dirección a efectos de notificación

Apellidos y Nombre o razón Social

Dirección postal

Localidad Código Postal Provincia País

Teléfono Fax Correo electrónico

Medio de notificación

De conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, su ámbito de inscripción en el Registro General de Protección de Datos del fichero de datos de carácter personal al que hace referencia el presente formulario de notificación. Asimismo, bajo mi responsabilidad manifiesto que dispongo de representación suficiente para solicitar la inscripción de este fichero en nombre del responsable del Fichero y que éste está informado del resto de obligaciones que se derivan de la LOPD. Igualmente, declaro que todos los datos consignados son ciertos y que el responsable del Fichero ha sido informado de los supuestos legales que habilitan el tratamiento de datos especialmente protegidos, así como la cesión y la transferencia internacional de datos.

La Agencia Española de Protección de Datos podrá requerir que se acredite la representación de la persona que formula la presente notificación.

En de de de

Firma de la persona que efectúa la notificación Conocimiento de los deberes del declarante

En cumplimiento del artículo 5 de la Ley 15/1999, por el que se regula el derecho de información en la recogida de los datos, es sujeto de los siguientes extremos:
Los datos de carácter personal, que pueden constar en esta notificación, se incluyen en el Fichero de nombre "Registro General Protección de Datos" creado por Resolución del Director de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) de fecha 28 de abril de 2006 (B.O.E. nº 177) por la que se crea y modifica los Ficheros de datos de carácter personal existentes en la AEPD. La finalidad del Fichero es velar por la publicidad de la existencia de los Ficheros que contienen datos de carácter personal con el fin de hacer posible el ejercicio de los derechos de información, oposición, acceso, rectificación y cancelación de los datos. Los datos relativos a la persona física que presenta la notificación de acceso y acceso su inscripción están protegidos cuando se inscriben en los Ficheros presentados en los procedimientos administrativos que sean necesarios para la inscripción de la correspondiente solicitud y posteriores comunicaciones con la AEPD. Tendrán derecho a acceder a sus datos personales, notificados o, en su caso, cancelados en la AEPD, el/los responsable/s del Fichero.

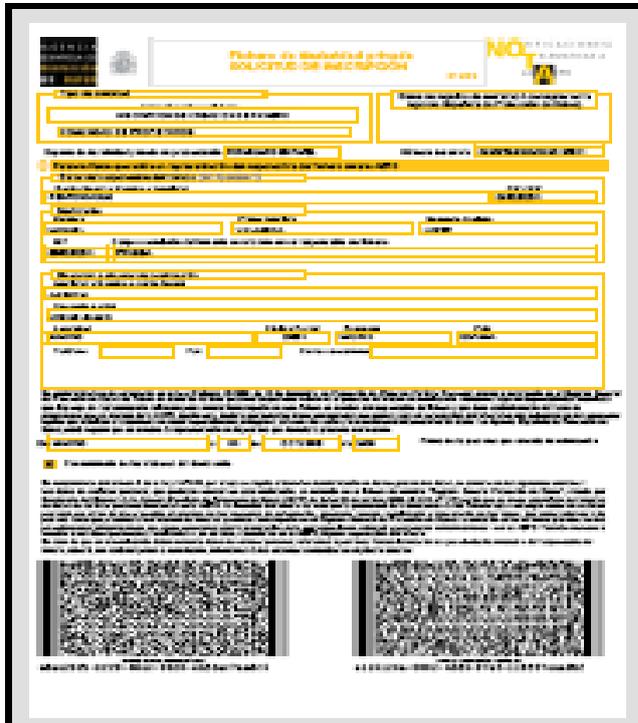
En caso de que en la notificación de acceso se incluyan datos de carácter personal, referentes a personas físicas distintas de la que efectúa la solicitud o del responsable del Fichero, deberá, con carácter previo a su inclusión, informarse de los extremos contenidos en el párrafo anterior.

EJEMPLAR PARA PRESENTAR EN LA AEPD

Cuando la notificación se envíe a través de Internet sin certificado de firma reconocido, no se considera recibida la notificación hasta la entrada en la Agencia Española de Protección de Datos de la hoja de solicitud firmada de forma manual. La dirección de la AEPD es:

Agencia Española de Protección de Datos
c. Jorge Juan, 6
28001- Madrid

Presentación en papel con código de barras bidimensional PDF 417: Una vez que hayamos cumplimentado la Hoja de solicitud, para obtener el modelo que puede ser presentado en la AEPD, debemos pulsar el botón «Finalizar formulario» que se encuentra al final de la Hoja de solicitud. En el caso de la presentación en papel, se genera el código de barras bidimensional PDF 417 (nube de puntos), así como el correspondiente código de envío que establece la correspondencia entre el contenido que figura en cada una de las páginas que componen el modelo de notificación y la nube de puntos generada. En el caso de que tengamos que realizar cambios en la notificación, debemos cumplimentar una nueva notificación y generar la correspondiente nube de puntos y código de envío. A continuación se muestra el aspecto que debe tener la Hoja de solicitud después de haber sido generada correctamente.



Una vez cumplimentada la notificación y la Hoja de solicitud de forma correcta, imprimimos la correspondiente notificación en la que figura el código de barras bidimensional PDF 417 (nube de puntos). Una vez firmada la Hoja de solicitud por la persona que, con representación suficiente del responsable del fichero, formula la notificación, se presentará en la AEPD o en alguno de los Registros y oficinas a los que se refiere el artículo 38.4 de la Ley 30/1992. La dirección de la AEPD es:

Agencia Española de Protección de Datos
c. Jorge Juan, 6
28001- Madrid

TRÁMITES EN MEDIO AMBIENTE

Permisos y licencias

El área de Medio Ambiente de la Administración Pública Local, tiene atribuida la competencia para otorgar las licencias de Inicio de Actividad y/o Apertura.

La de Licencia de Actividad o de Apertura, es una **licencia Municipal** obligatoria para que en un local, nave, oficina u otro, se pueda ejercer una actividad comercial, industrial o de servicios.

Consiste en un documento que acredita el cumplimiento de las condiciones de habitabilidad y uso de esa actividad.

La licencia de apertura o actividad se concede al **dueño de un negocio** para el desarrollo de una actividad determinada. Deberá renovarse cada vez que cambie la actividad desarrollada, que haya modificaciones en el mismo o que cambien los propietarios del negocio, por ejemplo en caso de traspaso.

Normativa

La Licencia de Inicio de Actividad o Apertura se regula jurídicamente por una normativa general de aplicación a todo el territorio nacional, otra concreta para nuestra Comunidad Autónoma y, por último, las normas que rigen para cada municipio andaluz. Por otra parte, existe una normativa específica de carácter sectorial, aplicable según la naturaleza de la actividad a desarrollar.

En el caso de que el inicio de actividad requiera la realización de una obra en el local u oficina donde se vaya a desarrollar su negocio, además deberán contemplarse las normas relativas a la obtención de la correspondiente licencia de obras, cuya competencia excede del área de Medio Ambiente antes mencionada, siendo competente para estos casos el área de Urbanismo de cada Ayuntamiento.

Con **carácter general** son de aplicación las siguientes normas:

Estatales:

- Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local.
- Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.
- Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.
- Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local.
- Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.
- Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Disposiciones Legales vigentes en materia de Régimen Local.
- Real Decreto 505/2007, de 20 de abril, por el que se aprueban las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad para el acceso y utilización de los espacios públicos urbanizados y edificaciones.
- Ley 25/2009 de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Real Decreto Ley 19/2012, de 25 de mayo, de medidas urgentes de liberalización del comercio y determinados servicios

Autonómicas:

Puesto que la competencia para otorgar la licencia de apertura corresponde principalmente a la Administración Local, solo se reseñan aquí algunas normas de carácter autonómico que guardan relación con esta materia, muy en especial las relacionadas con actividades sometidas a medidas de Prevención Ambiental:

- Ley 1/1999, de 31 de marzo de atención a las personas con discapacidad en Andalucía
- Decreto 293/2009, de 7 de julio, por el que se aprueba el reglamento que regula las normas para la accesibilidad en las infraestructuras, el urbanismo, la edificación y el transporte en Andalucía.
- Ley 34/2007, de 15 de noviembre, de calidad del aire y protección atmosférica.
- Ley 16/2002, de 1 de julio, de prevención y control integrados de la contaminación.
- Real Decreto 509/2007, que aprueba el Reglamento de la Ley 16/2002.
- Real Decreto Legislativo 1/2008, de 11 de enero, que aprueba el Texto Refundido de la Ley de Impacto Ambiental de proyectos.
- Ley 7/2007, de 9 de julio, de Gestión Integral de la Calidad Ambiental.

Locales:

En cada municipio de nuestra Comunidad Autónoma, regirán las distintas disposiciones que emanan de sus respectivos Ayuntamientos (Reglamentos, Acuerdos de Pleno, etc.)

Con **carácter específico** resultan aplicables las correspondientes normas sectoriales (como las de espectáculos,...)

Tipos de actividad

A efectos de Medio Ambiente las actividades se pueden clasificar del siguiente modo:

Actividades inocuas: son aquellas que no generan molestias significativas, impacto medioambiental (salubridad, higiene), daños a bienes públicos o privados ni riesgo para bienes o personas. Se consideran actividades inocuas muchos pequeños comercios como tiendas de moda o una papelería, así como pequeñas oficinas para la prestación de servicios diversos.

Actividades calificadas: son aquellas consideradas como molestas, insalubres, nocivas y/o peligrosas (hostelería, actividades industriales, determinados comercios y servicios) y que requieren adoptar medidas correctivas sanitarias, de seguridad y/o medioambientales. Muchas de ellas sólo se pueden realizar en suelo industrial. En Andalucía dichas actividades se contemplan en la 7/2007 de 9 de julio.

PROCEDIMIENTOS

Atendiendo a la clasificación del tipo de actividad, existen distintos procedimientos para obtener la licencia de apertura:

- **Actividades Inocuas:**
El procedimiento de legalización es más sencillo que en otros casos, con menores requisitos y costes. Aún así en la solicitud generalmente será necesario adjuntar un informe técnico que incluyan los planos del local realizados por un profesional.
- **Actividades calificadas:**
Precisan un proyecto técnico más completo, que permita emitir los correspondientes informes municipales según las características y dimensión del negocio (informes urbanísticos, industriales, sanitarios, medioambientales o jurídicos)

En todas las actividades será muy importante cumplir con las normas de accesibilidad para personas discapacitadas, así como las relativas a licencias de obras en el caso de que deban efectuarse obras o reformas en el local. También puede exigirse para determinadas actividades (discotecas, espectáculos, talleres, etc.) cumplir normas de insonorización o normativa contra incendios (también en actividades industriales), o de higiene y manipulación de alimentos (restaurantes, cafeterías, etc.) y de respeto medioambiental.

- **Procedimiento Ordinario:** Se aplica cuando la actividad está sujeta a prevención y control ambiental, o cuando se excluyan expresamente del procedimiento abreviado, así como cuando fuera necesario realizar obras en el local o edificación donde se va a desarrollar la actividad. En estos casos, las obras podrán requerir de un proyecto técnico para su ejecución.

Los pasos más habituales a seguir en este procedimiento son los siguientes:

- ✓ **Elaboración del informe o proyecto técnico** de licencia de apertura y/o adecuación de local, generalmente por técnico competente acreditado (ingeniero técnico industrial, arquitecto técnico...).
 - ✓ **Visado del proyecto** por el correspondiente Colegio Oficial. Conlleva el pago de unas tasas.
 - ✓ **Pago de las tasas municipales** correspondientes, en banco o en el propio Ayuntamiento, según proceda.
 - ✓ **Presentación de la solicitud** de licencia de apertura, junto con el proyecto técnico y el resguardo del abono de las tasas municipales, en el registro del área competente del Ayuntamiento, generalmente urbanismo o medioambiente.
- **Procedimiento Abreviado:** Se tramitarán por este procedimiento las licencias para actividades no sujetas a instrumentos de prevención y control ambiental.

- **Procedimiento de Modificación:** Cuando se produzca una modificación de los establecimientos y/o actividades sujetas a licencia de instalación o apertura, se atenderá a la clasificación entre aquéllas que tengan un carácter sustancial y las que no. Las modificaciones no sustanciales se realizarán a través de una comunicación previa o declaración responsable. En los supuestos de modificaciones que sean sustanciales se volverá a solicitar la oportuna licencia por el procedimiento correspondiente.

Se entiende por modificación sustancial, con carácter general, la variación, agregación, sustitución, eliminación o cualquier otro cambio en una actividad ya autorizada que conlleva la obligación de tramitar la correspondiente autorización de ampliación o modificación, por su repercusión medioambiental y/o en los aspectos técnicos que se tuvieron en cuenta para la legalización de la actividad.

Con la actual regulación en materia de licencias de apertura, existen determinadas **actividades exentas** de los procedimientos habituales. Además de la exención ya prevista para actividades profesionales, artesanales y artísticas que se realizan en el domicilio cuando no exista venta o atención al público y no se cause molestias a los vecinos, la Ley actual incluye también actividades comerciales minoristas y la prestación de determinados servicios contemplados expresamente (ver anexo del Real Decreto Ley 19/2012 de 25 de mayo) y para los cuales solo se exigirá la presentación de una Declaración Responsable y la Comunicación Previa del Inicio de la Actividad, aunque puedan estar sujetas a inspecciones posteriores.

- **Declaración Responsable:** Se realiza mediante un documento suscrito por el titular de la actividad, éste manifiesta, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos urbanísticos y sectoriales exigidos por la normativa vigente para implantar, modificar o ejercer la actividad, que dispone de la documentación que así lo acredita y que se compromete a mantener su cumplimiento durante el tiempo en que ejercite su actividad.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Obligación legal

El artículo 40.2 de la Constitución Española encomienda a los poderes públicos, como uno de los principios rectores de la política social y económica, velar por la seguridad e higiene en el trabajo.

Este mandato constitucional conllevó el desarrollo de una política de protección de la salud de los trabajadores mediante la prevención de los riesgos derivados de su trabajo, y encuentra en la **Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales**, su pilar fundamental.

Posteriormente, se ha ido incorporando al régimen jurídico numerosa normativa de desarrollo de la citada Ley, configurando de este modo el marco general en el que habrán de desarrollarse las distintas acciones preventivas en la empresa, dirigidas a garantizar las mejores condiciones de seguridad y salud para los trabajadores en el desempeño de su actividad profesional.

Obligaciones de los empresarios

La normativa de prevención de riesgos laborales establece que el empresario tiene el deber de proteger a los trabajadores frente a los riesgos producidos en el entorno de trabajo; así como garantizar la prevención, mediante la adopción de las medidas que sean necesarias.

Para ello, deberá llevar a cabo, entre otras, las siguientes actuaciones:

- El empresario tiene el deber de proteger a los trabajadores frente a los riesgos laborales.
- Deberá incorporar la prevención a todos los niveles jerárquicos, implicando a todo el personal, y definiendo su responsabilidad en el ámbito de la Prevención de Riesgos Laborales..
- La producción deberá planificarse en la empresa, integrando la prevención.
- Deberá dotar a la empresa de los medios necesarios para llevar a cabo las actividades preventivas.
- Deberá llevar a cabo un plan de prevención, en función de las características de la empresa y de la evaluación de riesgos realizada, y realizar un seguimiento permanente de la actividad preventiva, con el fin de mejorar permanentemente las actividades de identificación, evaluación y control de riesgos.
- Garantizar la vigilancia médica periódica en función del riesgo laboral.
- Garantizar la consulta y participación de los trabajadores, en todo lo que tenga relación con la salud laboral de los mismos.
- Informar y formar a los trabajadores en los riesgos generales y específicos existentes en la empresa, así como en la prevención de los mismos.
- Adoptar un plan de emergencia y primeros auxilios.
- Elaborar y conservar a disposición de la autoridad laboral, la documentación que indica la ley.
- En caso de riesgo grave e inminente, deberá adoptar las medidas necesarias para que los trabajadores puedan interrumpir su actividad y abandonar, si fuera necesario, el lugar de trabajo.
- Deberá llevar a cabo las actuaciones necesarias para dar cumplimiento a sus obligaciones en materia de coordinación de actividades empresariales con las empresas concurrentes en el centro de trabajo.

Obligaciones de los trabajadores

Del mismo modo, el artículo 29 de la Ley 31/95 de Prevención de Riesgos Laborales establece que corresponde a cada trabajador la obligación de 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.

En consecuencia, son obligaciones de los trabajadores, entre otras, las siguientes:

- Cooperar con el empresario para garantizar unas condiciones de trabajo seguras.
- Cumplir con las órdenes e instrucciones relativas a la prevención y protección de riesgos.
- Informar de inmediato sobre las situaciones que, a su juicio, entrañen riesgos para la seguridad y salud de los trabajadores.
- Utilizar correctamente las herramientas y medios con los que desarrollen su actividad, los medios y equipos de protección personal, así como los dispositivos de seguridad existentes o que se instalen, relacionados con su actividad o en los lugares de trabajo en los que desarrolle la misma.
- Comunicar al empresario las situaciones de salud incompatibles con su trabajo

El incumplimiento por parte de los trabajadores de estas obligaciones en materia de seguridad y salud en el trabajo, se considerará como incumplimiento laboral, regulado en el artículo 58.1 del Estatuto de los Trabajadores.

Modalidades de organización de la actividad preventiva

Para llevar a cabo las actividades preventivas en la empresa, el empresario puede optar por alguna de las siguientes modalidades de organización, de conformidad con lo previsto en el Real Decreto 39/1997, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.

- Asumir la actividad preventiva través del propio empresario.
- Designar a uno o varios trabajadores para llevarlo a cabo.
- Constituir un servicio de prevención propio.
- Recurrir a un servicio de prevención ajeno.
- Servicios de prevención mancomunados.

Particularidades de los trabajadores autónomos

Existe una tendencia habitual a pensar que los autónomos sin trabajadores contratados no están afectados por las obligaciones establecidas en la normativa de Prevención de Riesgos Laborales, lo cual es, evidentemente, un error.

En concreto, pueden producirse las siguientes situaciones:

1.- Es usted trabajador autónomo y tiene trabajadores empleados. En ese caso, es usted empresario a todos los efectos, y le es de aplicación todos los requisitos establecidos en la normativa básica y de desarrollo de Prevención de Riesgos Laborales.

2.- Es usted trabajador autónomo, y no tiene trabajadores contratados, pero comparte centro de trabajo con otras entidades u organismos, o es subcontratado por otra empresa para realizar una actividad. En ese caso, usted deberá cumplir con los requisitos de coordinación de actividades empresariales, establecidos en el artículo 24 de la Ley 31/1995, de Prevención de Riesgos Laborales, así como el RD 171/2004, por el que se desarrolla el citado artículo. Para ello, deberá informar sobre los riesgos asociados a la actividad que usted desarrollará, y al mismo tiempo, deberá recibir información sobre los riesgos derivados de la actividad del resto de empresas concurrentes en el centro de trabajo, o de la empresa que le contrata. También será necesario intercambiar la información relativa a las actuaciones a adoptar en situaciones de emergencia. En consecuencia, usted deberá contar al menos con una evaluación de riesgos y un plan de emergencias.

3.- Es usted autónomo, no tiene trabajadores contratados, ni comparte centro de trabajo con ninguna otra empresa, ni realiza trabajos como subcontrata de otras empresas. En este caso, la Ley de Prevención de Riesgos Laborales no le afecta.

Direcciones de interés

Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo.

<http://www.insht.es>

Junta de Andalucía. Información sobre la organización de la actividad preventiva en la empresa.

<http://juntadeandalucia.es/organismos/economiainnovacioncienciayempleo/areas/seguridad-salud/organizacion.html>

Junta de Andalucía. Manual de recursos.

http://www.cem.junta-andalucia.es/empleo/recursos2/material_didactico/comun/prevencion_riesgos_laborales/frameset.html

Listado no exhaustivo de normativa en materia de prevención de riesgos laborales

Ley de Prevención de Riesgos Laborales (Ley 31/1995 y modificaciones: Ley 39/1999, RDL 5/2000, Ley 54/2003, Ley 30/2005, Ley 31/2006, Ley O. 3/2007, Ley 25/2009 y Ley 32/2010).

Reglamento de los Servicios de Prevención (RD 39/1997 y modificaciones: RD 780/1998, RD 688/2005, RD 604/2006, RD 298/2009, RD 337/2010 y RD 843/2011)

RD 485/1997 “Disposiciones mínimas en materia de Señalización de seguridad y salud en el trabajo”.

RD 486/1997 “Disposiciones mínimas en materia de seguridad y salud en los Lugares de Trabajo”.

RD 487/1997 “Disposiciones mínimas en materia de seguridad y salud relativas a la Manipulación Manual de Cargas que entrañe riesgos para los trabajadores”.

RD 488/1997 “Disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas al trabajo que incluyen Pantallas de Visualización

RD 664/1997 “Protección de los trabajadores contra los riesgos relacionados con la exposición a Agentes Biológicos durante el trabajo”.

RD 773/1997 “Disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la utilización por los trabajadores de los Equipos de Protección Individual”.

RD 1215/1997 y modificaciones (RD 2177/2004) “Disposiciones mínimas de seguridad y salud para la utilización por los trabajadores de los Equipos de Trabajo”.

5. SEGURIDAD SOCIAL



¿En qué momento me tengo que dar de alta en la Seguridad Social?

¿Qué costes tiene?

¿Qué es más beneficioso el IRPF o el IS?

Si soy administrador... ¿en qué régimen tendría que estar encuadrado?

¿Cuáles son las bonificaciones por ser joven emprendedor?

BASES Y COTIZACIÓN RETA

ENCUADRAMIENTO SOCIOS SEG SOCIAL

BONIFICACIÓN Y CONTRATOS

BASES Y COTIZACIÓN RETA (RÉG. ESPECIAL TRABAJADORES AUTÓNOMOS)

BASE DE COTIZACIÓN

En 2014 las bases mínimas y máximas son las siguientes para el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

BASE MÍNIMA	875,70 euros
BASE MÁXIMA	3.597,00 euros
BASE LÍMITE >47 años	1.888,80 euros
TIPO (con IT)	29,80 %
TIPO (sin IT) Cese de Actividad	26,50 % 29,30 % + 2,20% + Tipo AT y EP
TIPO AT y EP (con IT)	Tarifa primas disposición adicional cuarta Ley 42/2006, de 28 de diciembre, en redacción dada por la disposición final octava de la Ley 26/2009, de 23 de diciembre, sobre la misma base de cotización elegida por los interesados por contingencias comunes. La cotización por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, incluyendo el cese de actividad, tiene carácter voluntario para los autónomos menores de 30 años desde la aprobación del Real Decreto Ley 4/2013 de medidas de apoyo al emprendedor.

BONIFICACIONES

A. Menores de 30 años.

1. Los trabajadores incorporados al R.E.T.A a partir de la entrada en vigor del Estatuto del Trabajador Autónomo, que tengan menos de 30 años de edad (menores de 35 años, en el caso de mujeres), se aplicarán una reducción sobre la cuota de contingencias comunes que les corresponda durante los 15 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta, equivalente al 30 por 100 de la cuota resultante de aplicar el tipo mínimo vigente (29,80% o 29,30% si está acogido a la protección por cese de actividad) a la base mínima de cotización de este régimen, y una bonificación de igual cuantía en los 15 meses siguientes a la finalización de la reducción anterior.

Estos beneficios serán aplicables tanto si se trata de un alta inicial como si se trata de un alta sucesiva en el Régimen consecuencia del reinicio de su actividad producida a partir del 1 de enero de 2005. Para que dicha alta tenga la consideración de sucesiva, a estos efectos, no deberá ser

continuada debiendo mediar al menos un mes natural entre la fecha de efectos de la baja anterior y la fecha de efectos del nuevo alta.

2. Alternativamente a este sistema de bonificaciones y reducciones, los trabajadores por cuenta propia que tengan menos de 30 años de edad y que causen alta inicial o que no hubieran estado en situación de alta en los cinco años inmediatamente anteriores, a contar desde la fecha de efectos del alta, en el R.E.T.A. podrán aplicarse las siguientes reducciones y bonificaciones sobre la cuota por contingencias comunes, incluida la incapacidad temporal, resultante de aplicar a la base mínima el tipo mínimo de cotización vigente en cada momento, por un período máximo de 30 meses según la siguiente escala:

- a. Una reducción equivalente al 80% de la cuota durante los 6 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta.
- b. Una reducción equivalente al 50% de la cuota durante los 6 meses siguientes al período señalado en la letra a).
- c. Una reducción equivalente al 30% de la cuota durante los 3 meses siguientes al período señalado en la letra b).
- d. Una bonificación equivalente al 30% de la cuota en los 15 meses siguientes a la finalización del período en reducción.

Lo previsto en el presente apartado no resultará de aplicación a los trabajadores por cuenta propia que empleen trabajadores por cuenta ajena.

Tendrá una duración de 30 meses en total, ininterrumpidos, con independencia de los períodos de baja en el Régimen dentro de dicho plazo y que serán tenidos en cuenta a efectos del cómputo de los 30 meses.

Los trabajadores por cuenta propia que opten por el sistema del apartado anterior, podrán acogerse a las bonificaciones y reducciones del apartado 1, siempre que el cómputo total de las mismas no supere el plazo máximo de 30 mensualidades.

B. Mayores de 30 años.

1. Los trabajadores por cuenta propia que tengan 30 o más años de edad y que causen alta inicial o que no hubieran estado en situación de alta en los cinco años inmediatamente anteriores, a contar desde la fecha de efectos del alta, en el R.E.T.A, podrán aplicarse las siguientes reducciones sobre la cuota por contingencias comunes, siendo la cuota a reducir el resultado de aplicar a la base mínima de cotización que corresponda el tipo mínimo de cotización vigente en cada momento, incluida la incapacidad temporal, por un período máximo de 18 meses, según la siguiente escala:

- a) Una reducción equivalente al 80 por ciento de la cuota durante los 6 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta.

- b) Una reducción equivalente al 50 por ciento de la cuota durante los 6 meses siguientes al período señalado en la letra a).
- c) Una reducción equivalente al 30 por ciento de la cuota durante los 6 meses siguientes a período señalado en la letra b).

Lo previsto en el presente apartado no resultará de aplicación a los trabajadores por cuenta propia que empleen trabajadores por cuenta ajena.

2. Los trabajadores por cuenta propia que opten por el sistema del apartado anterior, no podrán acogerse a las bonificaciones y reducciones de la disposición adicional trigésima quinta de la Ley General de la Seguridad Social aplicable a jóvenes trabajadores por cuenta propia menores de 30 años.

3. Lo dispuesto en los apartados anteriores será también de aplicación a los socios trabajadores de Cooperativas de Trabajo Asociado que estén encuadrados en el R.E.T.A.

BONIFICACIÓN Y CONTRATOS

BONIFICACIONES/REDUCCIONES A LA CONTRATACIÓN DE CÁRACTER GENERAL PARA JÓVENES LEY 11/2013					
TIPO DE CONTRATO	COLECTIVO	CUANTÍA	DURACIÓN	VIGENCIA DE LA MEDIDA	NORMATIVA
Contratación a tiempo parcial con vinculación formativa. INDEFINIDO/DURACIÓN DETERMINADA	Menores de 30 años, inscritos en la Oficina de Empleo. ¹⁾	Reducción del 100% de la cuota empresarial por contingencias comunes en empresas de plantilla inferior a 250 trabajadores. 75% en empresas de igual o superior plantilla.	➤ Máximo 12 meses, prorrogables por 12 meses más.	➤ Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%.	➤ Ley 11/2013. (Art.9)
Contratación de un joven por microempresas y empresarios autónomos EMPRESARIOS AUTÓNOMOS INDEFINIDO	Menores de 30 años, inscritos en la Oficina de Empleo. .	Reducción del 100% de la cuota empresarial por contingencias comunes	➤ 12 meses	➤ Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%.	➤ Ley 11/2013. (Art 10)
Contratación en nuevos proyectos de emprendimiento o joven. INDEFINIDO	Mayor de 45 años. ²⁾	Reducción del 100% de la cuota empresarial a la Seguridad Social.	➤ 12 meses	➤ Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%.	➤ Ley 11/2013. (Art 11)
Conversión en indefinido del contrato primer empleo joven	Menores de 30 años, inscritos en la Oficina de Empleo. .	A su transformación, finalizada su duración mínima de 3 meses : Hombres : 500 euros/año. Mujeres : 700 euros/año	➤ 3 años	➤ Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%.	➤ Ley 11/2013. (Art.12)

¹ Además debe cumplir alguno de los requisitos establecidos en el art. 9. de la Ley 11/2013.

² Además debe cumplir alguno de los requisitos establecidos en el art. 11. de la Ley 11/2013.

**BONIFICACIONES/REDUCCIONES A LA CONTRATACIÓN DE CÁRACTER GENERAL
PARA JÓVENES LEY 11/2013**

TIPO DE CONTRATO	COLECTIVO	CUANTÍA	DURACIÓN	VIGENCIA DE LA MEDIDA	NORMATIVA
Contrato en prácticas	Menores de 30 años, independientemente del periodo transcurrido desde la finalización de sus estudios.	Reducción del 50% de la cuota empresarial por contingencias comunes.	➤ Durante toda la vigencia del contrato	➤ Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%.	➤ Ley 11/2013. (Art.13)
Contrato en prácticas	Menores de 30 años, que realicen prácticas no laborales, acogidos al R.D.1543/2012.	Reducción del 75% de la cuota empresarial a la Seguridad Social por contingencias comunes	➤ Durante toda la vigencia del contrato	➤ Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%.	➤ Ley 11/2013. (Art 13)
Empresas de inserción TEMPORAL/ INDEFINIDO	Menores de 30 años en situación de exclusión social. ³⁾	1650 euros/ año.	➤ Durante toda la vigencia del contrato o durante 3 años en contratación indefinida	➤ Indefinida	➤ Ley 11/2013. (Art 14)
Cooperativas ³⁾ o sociedades laborales	Menores de 30 años, inscritos en la Oficina de Empleo, que se incorporen como socios trabajadores o de trabajo.	800 euros/ año	➤ 3 años	➤ Indefinida .	➤ Ley 11/2013. (Art.14)

³⁾ En el caso de cooperativas, estas han tenido que optar por un Régimen de Seguridad Social propio de trabajadores por cuenta ajena. Art. 14 de la Ley 11/2013.

**BONIFICACIONES/REDUCCIONES A LA CONTRATACIÓN DE CÁRACTER GENERAL
PARA JÓVENES LEY 11/2013**

TIPO DE CONTRATO	COLECTIVO	CUANTÍA	DURACIÓN	VIGENCIA DE LA MEDIDA	NORMATIVA
Indefinido de trabajadores procedentes de una ETT con contrato de primer empleo joven	Trabajadores que hubieran estado contratados por una ETT con contrato eventual, "primer empleo joven" y puestos a disposición de una empresa usuaria que procede a su contratación como indefinido.	Hombres 500 euros/año Mujeres 700 euros/ año	➤ Durante 3 años.	➤ Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%.	➤ Ley 11/2013.(Art 12.4)
Indefinido para trabajadores procedentes de una ETT con contrato para la formación y el aprendizaje	Trabajadores que hubieran estado contratados por una ETT para la formación y el aprendizaje y puestos a disposición de una empresa usuaria que procede a su contratación como indefinido.	Reducción de la cuota empresarial a la Seguridad Social durante 3 años: Hombres : 1500 euros/año Mujeres : 1800 euros/año	➤ Durante 3 años.	➤ Indefinida.	➤ Disposición Final 4ª de la Ley 11/2013
Indefinido para trabajadores procedentes de una ETT con contrato en prácticas	Trabajadores que hubieran estado contratados por una ETT en prácticas y puestos a disposición de una empresa usuaria que procede a su contratación como indefinido	Reducción de la cuota empresarial a la Seguridad Social durante 3 años: Hombres : 500 euros/año Mujeres : 700 euros/año	➤ Durante 3 años.	➤ Indefinida.	➤ Ley 14/1994 R.D.-Ley 16/2013

BONIFICACIONES/REDUCCIONES A LA CONTRATACIÓN DE CARÁCTER GENERAL

TIPO CONTRATO		COLECTIVOS		CUANTÍA ANUAL (EUROS)	DURACIÓN	VIGENCIA DE LA MEDIDA	NORMATIVA	
Indefinido	Para empresas de menos de 50 trabajadores	Mayores de 45 años desempleados inscritos en la oficina de empleo		Desempleados/as 1.300	3 años	Hasta que la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 15%	➤ Ley 3/2012	
				Mujeres subrepresentadas ⁴ 1.500				
		Jóvenes de 16 y 30 años, ambos inclusive, desempleados inscritos en la Oficina de Empleo		Desempleados/as 1.º año, 1.000; 2.º, 1.100 y 3.º, 1.200				
				Mujeres subrepresentadas Las anteriores cuantías se incrementarán en 100 euros				
	Indefinido	Victimas de violencia de género (RD 1917/2008)		1.500	4 años	Indefinida	➤ Ley 43/2006	
		Victimas del terrorismo (art 34 Ley 29/2011)		1.500	4 años			
		Victimas de violencia doméstica		850	4 años			
		Trabajadores en situación de exclusión social		600	4 años			
		Personas con discapacidad	Menores de 45 años	En general	4.500	Vigencia del contrato		Indefinida
				Discapacidad severa ⁵	5.100			
Mujeres	En general		5.350					
	Discapacidad severa		5.950					
Mayores de 45 años	En general	5.700						
	Discapacidad severa	6.300						

⁴ Mujeres en los que el colectivo este menos representado.

⁵ Personas con parálisis cerebral, enfermedad mental o discapacidad intelectual o superior al 33 % y discapacidad física o sensorial igual o superior al 65 %.

TIPO CONTRATO		COLECTIVOS		CUANTÍA ANUAL (EUROS)	DURACIÓN	VIGENCIA DE LA MEDIDA	NORMATIVA
Indefinido		<ul style="list-style-type: none"> Contratación de un trabajador con discapacidad por un C.E.E.⁶ (Relación de carácter especial) 		<ul style="list-style-type: none"> 100 % cuotas empresariales por todos los conceptos 	Vigencia del contrato	Indefinida	
		Trabajadores desempleados mayores de 52 años beneficiarios de los subsidios del art. 215 LGSS, a tiempo completo y de forma indefinida ⁷		Bonificación que corresponda según el vigente PFE ⁸	Según la normativa aplicable del PFE	Según la norma aplicable del PFE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ LGSS (art. 228.4) y Ley 45/2002 (DT 5) ➤ Ley 43/2006
Conversiones en indefinido	Conversión de contratos en prácticas a la finalización de su duración inicial o prorrogada, de relevo y sustitución por jubilación (9) en empresas de menos de 50 trabajadores	Hombres	500	3 años	Indefinida	➤ Ley 3/2012	
		Mujeres	700				

⁶ Centro Especial de Empleo.

⁷ Estos trabajadores, que se acogen voluntariamente a este programa, pueden compatibilizar los subsidios por desempleo con el trabajo por cuenta ajena en aplicación de lo previsto en el párrafo primero del apartado 4 del artículo 228 del Texto Refundido de la Ley General de la Seguridad Social.

⁸ PFE = Programa de Fomento de Empleo (dependiendo del colectivo, Ley 43/2006 o Ley 3/2012).

⁹ Medida de fomento de empleo derogada desde el 1-1-2013, excepto para las situaciones contempladas en la Disposición Final 12.2 de la ley 27/2012, de 1 de agosto.

TIPO CONTRATO	COLECTIVOS		CUANTÍA ANUAL (EUROS)	DURACIÓN	VIGENCIA DE LA MEDIDA	NORMATIVA
	Personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> • Conversión de contratos temporales de fomento del empleo, así como de contratos en prácticas y para la formación y el aprendizaje en las empresas ordinarias • Conversión de todos los contratos temporales en CEE 	<ul style="list-style-type: none"> • Mismo régimen que las contrataciones indefinidas iniciales (empresas ordinarias) • 100 % de las cuotas empresariales a la S. S. por todos los conceptos y cuotas de recaudación en conjunto (CEE) 			➤ Ley 43/2006
Conversión de contratos para la formación y el aprendizaje y de formación celebrados con anterioridad a la entrada en vigor del Real Decreto-Ley 10/2011	Hombres		Reducción 1.500	3 años	Indefinidos	➤ Ley 3/2012
	Mujeres		Reducción 1.800			
Conversiones de contratos indefinidos, temporales celebrados con víctimas del terrorismo, violencia de género y personas en situación de exclusión social			1.500	4 años		➤ Disposición Final 14 Ley 3/2012

TIPO CONTRATO	COLECTIVOS		CUANTÍA	DURACIÓN	VIGENCIA DE LA MEDIDA	NORMATIVA			
Contratación temporal	Contratos formativos	En prácticas y para el contrato para la Formación y el Aprendizaje (si no se ha optado por la reducción de la (Ley 3/2012) ⁽¹⁰⁾)	50% cuota empresarial por contingencias comunes	Toda la vigencia del contrato	Indefinida	➤ ET (DA 2ª)			
		Para la Formación y el Aprendizaje ⁽¹¹⁾	Reducción del 75 % o del 100 % de las cuotas del empresario ⁽¹²⁾	Toda la vigencia del contrato	Indefinida	➤ Ley 3/2012			
	Personas con discapacidad	Contratos de interinidad con desempleados con discapacidad para sustituir a trabajadores con discapacidad en situación de incapacidad temporal		100 % todas las aportaciones	Toda la vigencia del contrato	Indefinida	➤ Ley 45/2002 (DA 9ª)		
		Contratación de un trabajador con discapacidad por un C.E.E. (relación de carácter especial)		100% todas las aportaciones	Toda la vigencia del contrato	Indefinida	➤ Ley 43/2006		
		Contrato temporal fomento del empleo	En general	Varones	Menores 45 años 4.100	Toda la vigencia del contrato	Indefinida	➤ Ley 43/2006 D. Adicional 1ª	
	Mujeres			Menores 45 años 4.700					
	Discapacidad severa		Varones	Menores 45 años 4.100					
			Mujeres	Menores 45 años 4.700					
	Victima violencia de género o doméstica		600						
	Trabajadores en situación de exclusión social		500						
Contratación víctimas del terrorismo según artículo 34 Ley 29/2011		600		Toda la vigencia del contrato	Indefinida				➤ Ley 43/2006 D. Final ley 3/2012
Contrato temporal para la Formación y el Aprendizaje	Jóvenes desempleados inscritos en la O. E., contratados para la formación y el aprendizaje		Reducción del 75 % o del 100 % de las cuotas del empresario	Toda la vigencia del contrato	Indefinida				➤ Ley 3/2012

¹⁰ Supuesto de no cumplir los requisitos de la Ley 3/2012, en el caso del contrato para la formación y el aprendizaje.

¹¹ En el supuesto de trabajadores discapacitados, no se aplica el límite de edad.

¹² Dependiendo que la plantilla sea inferior a 250 personas (100 %) o igual o superior (75 %).

FUENTE

SEPE:

http://www.sepe.es/contenido/empleo_formacion/empresas/pdf/ResumenBonificacionesMarzo2012.pdf.pdf

ENCUADRAMIENTO SOCIOS Y ADMINISTRADORES EN LA SEGURIDAD SOCIAL

SOCIEDADES MERCANTILES CAPITALISTAS

Según el artículo 34 de la Ley 50/98 de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social el encuadramiento será en tres regímenes diferentes en función de una casuística que se expone:

Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

Los socios trabajadores que ejerzan las funciones de dirección y gerencia y que conlleva el desempeño del cargo de consejero o administrador, o presten otros servicios para una sociedad mercantil capitalista, a título lucrativo y de forma habitual, personal y directa, siempre que posean el **control efectivo**, directo o indirecto, de aquélla.

Régimen General de la Seguridad Social.

Quedan englobados en este régimen:

- Los trabajadores por cuenta ajena.
- Los socios trabajadores que presten servicios retribuidos en los dos siguientes supuestos:
 - Cuando no formen parte del órgano de la administración social de la sociedad.
 - Cuando sean administradores que no desarrollen funciones de dirección y gerencia de la sociedad, ni posean **control efectivo** de la Sociedad.

Régimen General Asimilado (Exclusión de protección de desempleo y Fondo de Garantía Salarial)

Estarán encuadrados los consejeros y administradores de sociedades mercantiles capitalistas, siempre que no posean el **control efectivo** de la sociedad, cuando el desempeño de su cargo conlleve la realización de las funciones de dirección y gerencia de la sociedad, siendo retribuidos por ello o por su condición de trabajadores por cuenta de la misma.

CONTROL EFECTIVO

En relación al control efectivo hay dos niveles:

- Presunción *irius et de iure* (no se permite prueba en contrario) de control efectivo:

Se entenderá, en todo caso, que se produce tal circunstancia, cuando las acciones o participaciones del trabajador supongan, al menos, la mitad del capital social

- Presunción *irus tamtum* de control efectivo (se permite prueba en contrario):

- 1.º Que, al menos, la mitad del capital de la sociedad para la que preste sus servicios esté distribuido entre socios, con los que conviva, y a quienes se encuentre unido por vínculo conyugal o de parentesco por consanguinidad, afinidad o adopción, hasta el segundo grado.
- 2.º Que su participación en el capital social sea igual o superior a la tercera parte del mismo.
- 3.º Que su participación en el capital social sea igual o superior a la cuarta parte del mismo, si tiene atribuidas funciones de dirección y gerencia de la sociedad.

SOCIEDADES LABORALES

El artículo 21 de la Ley 4/97 de Sociedades Laborales de redactado por Ley 50/1998, 30 diciembre («B.O.E.» 31 diciembre), de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social desarrolla el encuadramiento en la Seguridad Social.

Régimen General de la Seguridad Social.

Los socios trabajadores de las sociedades laborales, cualquiera que sea su participación en el capital social dentro del límite establecido en el artículo 5 de la presente Ley, y aun cuando formen parte del órgano de administración social, tendrán la consideración de trabajadores por cuenta ajena a efectos de su inclusión en el Régimen General o Especial de la Seguridad Social que corresponda por razón de su actividad, y quedarán comprendidos en la protección por desempleo y en la otorgada por el Fondo de Garantía Salarial, cuando estas contingencias estuvieran previstas en dicho Régimen.

Régimen General Asimilado (Exclusión de protección de desempleo y Fondo de Garantía Salarial)

Dichos socios trabajadores se asimilan a trabajadores por cuenta ajena, a efectos de su inclusión en el Régimen de la Seguridad Social que corresponda, con exclusión de la protección por desempleo y de la otorgada por el Fondo de Garantía Salarial, en los siguientes supuestos:

- a) Cuando por su condición de administradores sociales, realicen funciones de dirección y gerencia de la sociedad siendo retribuidos por el desempeño de este cargo, estén o no vinculados, simultáneamente, a la misma mediante relación laboral común o especial.
- b) Cuando, por su condición de administradores sociales, realicen funciones de dirección y gerencia de la sociedad y, simultáneamente, estén vinculadas a la misma mediante relación laboral de carácter especial del personal de alta dirección.

Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

No obstante lo dispuesto en los apartados anteriores, los socios trabajadores estarán incluidos en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los trabajadores por cuenta propia o autónomos,

cuando su participación en el capital social junto con la de su cónyuge y parientes por consanguinidad, afinidad o adopción hasta el segundo grado, con los que convivan alcance, al menos, el cincuenta por cien, salvo que acredite que el ejercicio del control efectivo de la sociedad requiere el concurso de personas ajenas a las relaciones familiares.

SOCIEDADES COOPERATIVAS

La Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas en su artículo 9 desarrolla el encuadramiento en la Seguridad Social de los socios trabajadores.

Se establece una alternativa que la siguiente:

- a) Como asimilados a personas trabajadoras por cuenta ajena. Dichas sociedades cooperativas quedarán integradas en el Régimen General o en alguno de los Regímenes Especiales de la Seguridad Social, según proceda, de acuerdo con su actividad.
- b) Como personas trabajadoras autónomas en el Régimen Especial correspondiente.

Las sociedades cooperativas ejercerán la opción en los estatutos y solo podrán cambiarla en los supuestos y condiciones que el Gobierno del Estado establezca. Todo ello, de conformidad con la normativa estatal aplicable.

6. FISCALIDAD



¿Qué impuestos se han de pagar?

¿Qué es lo que realmente hace mi gestoría en lo relativo a los impuestos?

¿Qué es más beneficioso el IRPF o el IS?

¿Siempre se “paga” IVA?

Deducciones y bonificaciones, ¿a cuales me puedo acoger?

DECLARACIÓN CENSAL	IRPF: ESTIMACIÓN DIRECTA
IRPF: ESTIMACIÓN OBJETIVA	I. SOCIEDADES
I.V.A.	I.T.P.A.J.D.

DECLARACIÓN CENSAL

CONCEPTO

La Administración Tributaria dispone de un Censo de Obligados Tributarios. Dentro de este, se encuentra el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores, en el que deben darse de alta las personas o entidades que vayan a desarrollar actividades empresariales o profesionales o satisfagan rendimientos sujetos a retención.

Además del alta inicial, debe presentarse también cuando existan modificaciones o cuando decida darse de baja, en los términos que vemos a continuación.

OBLIGADOS A PRESENTARLA

DECLARACIÓN DE ALTA

- Empresarios o profesionales que vayan a comenzar el ejercicio de una o varias actividades económicas en territorio español.
- Quienes, no actuando como empresarios o profesionales, abonen rentas sujetas a retención o ingreso a cuenta o realicen adquisiciones intracomunitarias de bienes sujetas al IVA.
- Los no residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente o satisfagan en España rentas sujetas a retención o ingreso a cuenta, así como las entidades en régimen de atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español.
- Los establecimientos permanentes en territorio español de las personas jurídicas o entidades no residentes
- En el caso de entidades en régimen de atribución de rentas (Sociedades Civiles y Comunidades de Bienes), la entidad deberá presentar la declaración inicial de alta, consignando en la misma el nombre de los socios o partícipes. Además, cada socio o partícipe deberá presentar declaración censal para comunicar las obligaciones tributarias que se deriven de su condición de miembro de tales entidades.
- En cualquier caso, mediante la declaración censal de alta las personas jurídicas y entidades en general y las personas físicas empresarios o profesionales que no dispongan de él, solicitarán el Número de Identificación Fiscal (NIF).

DECLARACIÓN DE MODIFICACIÓN

Las personas o entidades que hayan presentado declaración de alta deberán presentar declaración de modificación cuando:

- Varíe cualquiera de sus datos identificativos.
- Cambie de domicilio fiscal.
- Varíe cualquier otro dato consignado en la declaración de alta o en otra declaración de modificación posterior.

DECLARACIÓN DE BAJA

Deben presentarla quienes cesen en el desarrollo de todo tipo de actividades empresariales o profesionales o cuando por otra causa no deban formar parte del

Censo de empresarios, profesionales y retenedores

FINALIDAD DE LA DECLARACIÓN CENSAL

Además de para causar alta en el Censo de Obligados Tributarios, la Declaración Censal sirve para:

- Solicitar la asignación del Número de Identificación Fiscal (NIF) provisional o definitivo (solo para el caso de sociedades).
- Identificar las actividades a realizar, dándose de alta en el IAE (Impuesto sobre Actividades Económicas), para aquellos sujetos que resulten exentos del mismo: autónomos en todos los casos; sujetos pasivos del Impuesto de Sociedades, sociedades civiles, comunidades de bienes, contribuyentes por el Impuesto sobre la Renta de No Residentes con establecimiento permanente, con un importe neto de cifra de negocio inferior a 1.000.000 de €.
- Comunicar el régimen aplicable en el IVA
- Comunicar el régimen aplicable en el IRPF
- Solicitar la inclusión en los registros especiales de operadores intracomunitarios (sólo cuando se realicen operaciones con otros Estados miembros de la Unión Europea) o de devolución mensual del IVA.

DECLARACIÓN DE ACTIVIDADES Y LOCALES

Mediante la Declaración Censal se comunica el alta, la baja o variación de alguno de los datos correspondientes a las actividades o a la relación de los establecimientos o locales en los que se desarrollen las mismas, siempre que los sujetos pasivos no tributen por el Impuesto sobre Actividades Económicas por alguna de sus actividades económicas. En caso contrario se presentará además el modelo 840.

La determinación de la actividad deberá efectuarse de acuerdo con las normas y la clasificación del Impuesto sobre Actividades Económicas o según el tipo de actividad cuando se trate de actividades que no formen parte del hecho imponible de dicho Impuesto (actividades agrícolas, ganaderas, forestales, pesqueras y de producción de mejillón).

IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

En el apartado correspondiente al Impuesto sobre el Valor Añadido de la Declaración Censal hay que hacer constar los siguientes datos:

- Si el declarante está establecido en el territorio de aplicación del impuesto y si realiza exclusivamente operaciones no sujetas o exentas que no obligan a presentar declaración-liquidación periódica.
- Si la entrega de bienes o prestación de servicios que se realice en el ámbito de la actividad empresarial o profesional es simultánea o posterior a la adquisición de bienes o servicios. Esto es importante ya que se entiende por inicio de actividad no solamente la realización de entregas de bienes y prestaciones de servicios sino la adquisición de bienes o servicios con la intención, confirmada por elementos objetivos, de destinarlos a la realización de actividades de naturaleza empresarial o profesional. Así, comunicando que se van a adquirir bienes o servicios destinados a la actividad se podrán deducir las cuotas de IVA soportadas en dichas adquisiciones (si la entidad tiene derecho a deducirlas) en la primera declaración del IVA que se presente.
- Indicación del Régimen del Impuesto sobre el Valor Añadido aplicable en función de la actividad a desarrollar: régimen general, régimen simplificado, régimen del recargo de equivalencia, régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca, etc...
- Inscripción/baja en el Registro de Devolución Mensual del IVA: se trata de una inscripción voluntaria que puede hacer cual cualquier contribuyente, personas físicas y personas jurídicas, con independencia de la naturaleza de sus operaciones y del volumen de éstas. Aquellas empresas que se decanten por presentar declaración mensual deberán mantener ese modelo hasta diciembre, independientemente que las declaraciones le salgan a devolver o pagar.

- Inscripción/baja en el Registro de operadores intracomunitarios: personas o entidades que vayan a efectuar entregas o adquisiciones intracomunitarias de bienes sujetas a IVA.
- Proponer un porcentaje provisional de deducción en aplicación de la regla de prorata del IVA, así como ejercer la opción de prorata especial de deducción, para lo cual hay que indicar las actividades que conforman sectores diferenciados en función de su código CNAE.
- Optar por el “criterio de caja” para efectuar las declaraciones del IVA: (a partir del 1 de enero de 2014) solamente para los autónomos y PYMES cuya facturación anual o volumen de operaciones durante el año natural anterior no haya superado los 2.000.000 de euros.

IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Los trabajadores autónomos, profesionales y miembros de entidades en régimen de atribución de rentas sometidos al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por la realización de actividades empresariales o profesionales deben indicar si están obligados o no a realizar pagos fraccionados a cuenta de dicho impuesto. No están obligados los profesionales ni quienes realicen actividades agrícolas, ganaderas, forestales o pesqueras si el 70% de sus ingresos en el año anterior (o en cada trimestre si es el primer año de actividad) fueron objeto de retención o ingreso a cuenta.

Asimismo, se debe indicar el método de estimación de la base imponible del IRPF que se aplicará a la actividad económica:

- Estimación directa normal: si la cifra de negocios del conjunto de actividades supera los 600.000 € anuales en el año inmediato anterior o se renuncia a la estimación directa simplificada.
- Estimación directa simplificada: si el importe neto de la cifra de negocios para el conjunto de actividades desarrolladas no supera los 600.000 € y dichas actividades no están incluidas en el método de estimación objetiva.
- Estimación objetiva: si todas y cada una de sus actividades están incluidas en la Orden anual que desarrolla el régimen de estimación objetiva y no rebasan los límites establecidos para cada actividad.

IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

Las sociedades deben indicar si para efectuar los pagos fraccionados a cuenta del Impuesto sobre Sociedades van a elegir la modalidad normal de la base de cálculo de dichos pagos (cuota a ingresar del último periodo impositivo cuyo plazo reglamentario de declaración estuviese vencido el primer día de los veinte días naturales de los meses de abril, octubre y diciembre), o por el contrario optan por la modalidad del artículo 45.3 del Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades (la base de cálculo del pago fraccionado es la parte de la base imponible del período correspondiente a

los tres, nueve u once meses de cada año integrando en la misma el 25% de los dividendos y demás rentas de valores de procedencia extranjera).

Asimismo, en este apartado de la Declaración Censal las sociedades deben indicar si están exentas del Impuesto sobre Sociedades o no y en su caso qué tipo de exención les es aplicable (están exentas la Administración Pública, organismos públicos, entidades sin ánimo de lucro, uniones, federaciones y confederaciones de cooperativas, colegios profesionales, asociaciones profesionales, Cámaras de Comercio, sindicatos, etc.)

RETENCIONES E INGRESOS A CUENTA

En el apartado correspondiente a las retenciones e ingresos a cuenta de la Declaración Censal hay que indicar, en su caso, la obligación de efectuar determinadas retenciones o ingresos a cuenta:

- Sobre rendimientos del trabajo personal (si se tienen trabajadores contratados)
- Sobre rendimientos de actividades profesionales, agrícolas, ganaderas, forestales u otras.
- Sobre rendimientos procedentes del arrendamiento o subarrendamiento de inmuebles urbanos .
- Otras retenciones y pagos a cuenta derivados del rendimiento de bienes y valores mobiliarios.

VENTAS A DISTANCIA

Cuando se realizan operaciones con bienes que es preciso transportar de un país miembro de la UE a otro (ventas a distancia) para ponerlos a disposición del adquirente, esas operaciones quedan gravadas a efectos del IVA en el país donde se encuentren en el momento de iniciarse el transporte.

No obstante, en el caso de ventas a distancia desde nuestro país a otros estados miembros, las entregas quedarían gravadas en dicho estado o estados si se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- El transporte de los bienes lo realiza el empresario vendedor.
- Los destinatarios son particulares o bien empresarios en régimen de agricultura, ganadería o pesca, o bien empresarios que solo realizan operaciones exentas de IVA, o personas jurídicas que no actúen como empresarios.
- Que no se trate de medios de transporte nuevos, bienes objeto de instalación o bienes que tributen por el régimen especial del IVA de bienes usados.
- Que el importe de las ventas, excluido el IVA, haya excedido en el año anterior los límites fijados por dicho estado. O bien cuando en el año en curso se haya excedido dicho límite.

El vendedor español puede optar a que la operación quede gravada en destino aún sin superar los límites establecidos, si opta por esta opción en la Declaración Censal. Esta opción comprenderá, como mínimo, dos años naturales.

Las entregas de bienes objeto de impuestos especiales (tabaco, alcohol, combustibles) que cumplan los requisitos 1. y 2. se entenderán realizadas (y gravadas) siempre en el territorio de destino.

Del mismo modo, en el caso de compras a distancia desde otro estado miembro al nuestro, las entregas quedarían gravadas, a efectos de IVA, en nuestro país si se cumplen los puntos 1. 2. 3. y 4. anteriores (y en todo caso si se trata de tabaco, alcohol o combustibles), a no ser que se renuncie a ello. (El límite fijado por el Estado español es de 35.000 €)

I.R.P.F.

DEFINICIÓN

El IRPF es un tributo de carácter directo¹ y naturaleza personal², que grava la renta de las personas físicas, residentes en España, en función de su cuantía y de las circunstancias personales y familiares.

Es un impuesto que grava las siguientes rentas obtenidas por el contribuyente:

- a) Rendimientos del trabajo.
- c) Rendimientos de capital.
- d) Ganancias y pérdidas patrimoniales.
- e) **Rendimiento de las actividades económicas.** (Se realiza actividad económica cuando un contribuyente ordena por cuenta propia medios de producción y recursos humanos o uno solo de ambos, siendo su finalidad la de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios).

Nos vamos a centrar en los Rendimiento de las actividades económicas y en los Regímenes para determinar dichos Rendimientos:

- a) Estimación Directa.
- b) Estimación Objetiva

Notas aclaratorias:

(1) Se dice que es un impuesto directo porque el fisco lo recibe directamente del tributario.

(2) Personal, porque se fija sobre la persona y no sobre el bien.

IRPF. ESTIMACIÓN DIRECTA

ESTIMACIÓN DIRECTA NORMAL

El método de estimación directa normal se aplica, con carácter general, a los empresarios y profesionales salvo que estén acogidos a la modalidad simplificada o al régimen de estimación objetiva.

Se aplicará siempre que el importe de la cifra de negocios del conjunto de actividades ejercidas por el contribuyente supere los *600.000 euros* anuales en el año inmediato anterior o cuando se hubiera renunciado a la estimación directa simplificada.

Con carácter general, el rendimiento neto se calcula por diferencia entre los ingresos computables y los gastos deducibles, aplicando, con algunas matizaciones, la normativa del Impuesto sobre Sociedades.

Como ingresos computables se entenderá la totalidad de los ingresos íntegros derivados de las ventas y de la prestación de servicios, que constituyen el objeto propio de la actividad así como, el autoconsumo y las subvenciones, entre otros.

Serán gastos, aquellos que se producen en el ejercicio de la actividad tales como los de suministros, los de consumo de existencias, los gastos del personal, los de reparación y conservación, los de arrendamiento y las amortizaciones, que se computarán en la cuantía que corresponda a la depreciación efectiva de los distintos elementos en funcionamiento, según el resultado de aplicar los métodos previstos en el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades.

La **transmisión de elementos patrimoniales afectos**, pertenecientes al inmovilizado material o inmaterial de la actividad económica, cualquiera que sea el método de determinación del rendimiento, **origina ganancias o pérdidas patrimoniales que no se incluyen en el rendimiento neto de la actividad**. La cuantificación de su importe y su tributación efectiva se realizará de acuerdo con las reglas aplicables para las ganancias o pérdidas patrimoniales en la normativa del IRPF.

ESTIMACIÓN DIRECTA SIMPLIFICADA

Es de aplicación a los empresarios y profesionales cuando concurren las siguientes circunstancias:

- Que sus actividades no estén acogidas al régimen de estimación objetiva.
- Que, en el año anterior, el importe neto de la cifra de negocios para el conjunto de actividades desarrolladas por el contribuyente no supere los *600.000 euros*. Cuando en el año inmediato anterior se hubiese iniciado la actividad, el importe neto de la cifra de negocios se elevará al año.
- Que no se haya renunciado a su aplicación.

- Que ninguna actividad que ejerza el contribuyente se encuentre en la modalidad normal del régimen de estimación directa.

El rendimiento neto de la actividad se halla a través de la diferencia entre los ingresos computables y los gastos de la actividad (las amortizaciones y provisiones se calculan de forma simplificada según tablas). Esta cantidad se minorará en el porcentaje previsto por la Ley como gastos de difícil justificación y que es del 5%.

Las ventajas de acogerse a este régimen de estimación directa y no al normal radican en la posibilidad de aplicar un método de cuantificación de determinados gastos más sencillo, en no tener que llevar una contabilidad ajustada al Código de Comercio y en la deducción de un porcentaje sobre el rendimiento neto en concepto de provisiones deducibles y gastos de difícil justificación.

En los supuestos de renuncia o exclusión de la modalidad simplificada del régimen de estimación directa, el contribuyente determinará el rendimiento neto de todas las actividades económicas por la modalidad normal de este régimen durante los 3 años siguientes.

PAGOS FRACCIONADOS EN EL IMPUESTO EN EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Una vez calculados los rendimientos netos de la actividad deberán realizarse cuatro pagos fraccionados trimestrales (Modelo 130, para empresarios y profesionales en régimen de estimación directa o Modelo 131, para empresarios en régimen de estimación objetiva) **a cuenta del Impuesto sobre la Renta**¹ en los plazos siguientes: los tres primeros trimestres entre el 1 y el 20 de los meses de Abril, Julio y Octubre, respectivamente, y el cuarto trimestre entre el 1 y el 30 del mes de Enero del año siguiente.

Nota:

¹- La declaración de Renta se hace en el ejercicio siguiente donde se computarán los Rendimientos de la Actividad Económica así como los Pagos a Cuenta del ejercicio.

Estimación Directa Normal y Simplificada

Para actividades agrícolas, ganaderas, forestales y **profesionales**, cuando en el año natural anterior, al menos el 70% de los ingresos de la actividad fueron objeto de retención o ingreso a cuenta no existe obligación de presentar pagos fraccionados.

El importe de cada uno de los pagos fraccionados se calculará como se expone a continuación (la mitad actividades en Ceuta, Melilla):

- a) **Actividades empresariales:** en general, el **20 por 100** del rendimiento neto obtenido desde el inicio del año hasta el último día del trimestre al que se refiera el pago. De la cantidad resultante se deducirán los pagos fraccionados ingresados por los trimestres anteriores del mismo año, retenciones,...
- b) **Actividades agrícolas, ganaderas, forestales y pesqueras:** el **2 por 100** del volumen de ingresos del trimestre, excluidas las subvenciones de capital y las indemnizaciones. De la cantidad resultante se deducirán las retenciones y los ingresos a cuenta correspondientes al trimestre, ...
- c) **Actividades profesionales:** el **20 por 100** del rendimiento neto, desde el inicio del año hasta el último día del trimestre al que se refiere el pago. De la cantidad resultante se deducirán los pagos fraccionados ingresados por los trimestres anteriores del mismo año, las retenciones, ...

Si en algún trimestre no resultasen cantidades a ingresar, deberá presentarse declaración negativa.

FUENTES

Agencia Estatal de Administración Tributaria

<http://www.aeat.es>

IRPF. ESTIMACIÓN OBJETIVA

Se aplica el régimen de estimación objetiva exclusivamente a empresarios y profesionales (solo incluidas determinadas actividades profesionales accesorias a otras empresariales de carácter principal), que cumplan los siguientes requisitos:

- Que cada una de sus actividades esté incluida en la Orden del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas que desarrolla el régimen de estimación objetiva y no rebasen los límites establecidos en la misma para cada actividad.
- Que el volumen de rendimientos íntegros en el año inmediato anterior, no supere cualquiera de los siguientes importes:
 - 450.000 euros para el conjunto de actividades económicas.
 - 300.000 euros para el conjunto de actividades agrícolas y ganaderas.
 - 300.000 euros para el conjunto de actividades de transporte de mercancías por carretera (epígrafe 722 IAE) y de servicios de mudanzas (epígrafe 757 IAE) que estén sometidas al tipo de retención del 1%. Cuando las actividades tributen por el régimen especial del recargo de equivalencia

o por el régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca, las cuotas de IVA teóricamente repercutidas por el recargo, y las compensaciones, deberán incluirse dentro del volumen de ingresos de las mencionadas actividades.

- Que el volumen de los rendimientos íntegros correspondientes al conjunto de las actividades enumeradas en el artículo 95.6 del Reglamento del Impuesto a las que puede resultar de aplicación el tipo de retención del 1% -excluidas las dos actividades señaladas anteriormente, epígrafes 722 y 757- que proceda de personas o entidades retenedoras supere cualquiera de las siguientes cantidades (IVA excluido):
 - 225.000€
 - 50.000€ si, además, representan más del 50% del volumen total de rendimientos.
- Que el volumen de compras en bienes y servicios en el ejercicio anterior, excluidas las adquisiciones de inmovilizado, no supere la cantidad de 300.000 euros anuales (IVA excluido). Si se inició la actividad el volumen de compras se elevará al año. En el supuesto de obras y servicios subcontratados, el importe de los mismos se tendrá en cuenta para el cálculo de este límite.
- Que las actividades económicas no sean desarrolladas, total o parcialmente, fuera del ámbito de aplicación del IRPF. A estos efectos se entenderá que las actividades de transporte urbano colectivo y de viajeros por carretera, de transporte por autotaxis, de transporte de mercancías por carretera y de servicios de mudanzas se desarrollan, en cualquier caso, dentro del ámbito de aplicación del IRPF.
- Que no hayan renunciado expresa o tácitamente a la aplicación de este régimen.
- Que no hayan renunciado o estén excluidos del régimen simplificado del IVA, y del régimen especial simplificado del Impuesto General Indirecto Canario (IGIC).
- Que no hayan renunciado al régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca del IVA ni al régimen especial de la agricultura y ganadería del IGIC.
- Que ninguna actividad ejercida por el contribuyente se encuentre en estimación directa, en cualquiera de sus modalidades.

En los requisitos 2 y 4 deberán computarse las operaciones desarrolladas por el contribuyente, así como por su cónyuge, ascendientes y descendientes y aquellas entidades en atribución en las que participen cualquiera de los anteriores siempre que las actividades sean idénticas o similares clasificadas en el mismo grupo del IAE y exista dirección común compartiendo medios personales o materiales.

Cuando en el año inmediato anterior se hubiese iniciado una actividad, el volumen de rendimientos íntegros, y el de compras, se elevará al año.

Determinación del rendimiento neto en módulos

(Cuantía de los signos o módulos previstos para cada actividad)

= **Rendimiento neto previo**

(Consiste en restar a este importe el de los incentivos a la inversión y al empleo)

= **Rendimiento neto minorado**

(Este rendimiento se multiplica por los índices correctores determinados legalmente)

= **Rendimiento neto de módulos**

Se restan los gastos por circunstancias extraordinarias al rendimiento neto. Al importe resultante se le aplican las reducciones legales para hallar el rendimiento neto reducido y para finalizar se restan las percepciones empresariales

= **Rendimiento neto de la actividad**

La renuncia a este régimen podrá efectuarse, de forma general, durante el mes de diciembre anterior al inicio del año natural en que deba surtir efecto.

La **transmisión de elementos patrimoniales afectos**, pertenecientes al inmovilizado material o inmaterial de la actividad económica, cualquiera que sea el método de determinación del rendimiento, **origina ganancias o pérdidas patrimoniales que no se incluyen en el rendimiento neto de la actividad**. La cuantificación de su importe y su tributación efectiva se realizará de acuerdo con las reglas aplicables para las ganancias o pérdidas patrimoniales en la normativa del IRPF.

PAGOS FRACCIONADOS EN EL IMPUESTO EN EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Una vez calculados los rendimientos netos de la actividad deberán realizarse cuatro pagos fraccionados trimestrales (Modelo 130, para empresarios y profesionales en régimen de estimación directa o Modelo 131, para empresarios en régimen de estimación objetiva) **a cuenta del Impuesto sobre la Renta**¹ en los plazos siguientes: los tres primeros trimestres entre el 1 y el 20 de los meses de Abril, Julio y Octubre, respectivamente, y el cuarto trimestre entre el 1 y el 30 del mes de Enero del año siguiente.

Nota:

¹.- La declaración de Renta se hace en el ejercicio siguiente donde se computarán los Rendimientos de la Actividad Económica así como los Pagos a Cuenta del ejercicio.

Estimación Objetiva

El importe de cada uno de los pagos fraccionados se calculará aplicando los porcentajes que se indican a continuación (la mitad actividades en Ceuta, Melilla):

1. Actividades empresariales.

En general, el 4 por 100 del rendimiento resultante de la aplicación de los módulos en función de los datos-base existentes a 1 de enero. Cuando se inicie una actividad, los datos-base serán los existentes el día de comienzo de la misma. Cuando algún dato-base no pudiera determinarse a 1 de enero, se tomará el correspondiente al año anterior. Si no pudiera determinarse ningún dato-base, el pago fraccionado consistirá en el 2 por 100 del volumen de ventas o ingresos del trimestre.

- Cuando se tenga sólo a una persona asalariada, el 3 por 100.
- Cuando no se disponga de personal asalariado, el 2 por 100.

2. Actividades agrícolas, ganaderas y forestales: en los supuestos en los que exista la obligación de efectuar pagos fraccionados, la cantidad a ingresar será el 2 por 100 del volumen de ingresos del trimestre, excluidas las subvenciones de capital y las indemnizaciones.

Las actividades económicas en estimación objetiva, podrán deducir de lo que sería el importe a ingresar por el pago fraccionado, las retenciones e ingresos a cuenta del trimestre. No obstante, si estas últimas son superiores podrá deducirse la diferencia en cualquiera de los siguientes pagos fraccionados correspondientes al mismo período impositivo cuyo importe lo permita.

Asimismo podrá deducir el importe obtenido de dividir la cuantía de la deducción por obtención de rendimientos del trabajo o de actividades económicas (400 €), entre cuatro, siempre que el resultado de esta minoración sea mayor o igual que cero. La diferencia podrá deducirse en los siguientes pagos fraccionados del mismo período impositivo, cuyo importe lo permita y hasta el límite máximo de dicho importe.

Si en algún trimestre no resultasen cantidades a ingresar, deberá presentarse declaración negativa.

FUENTES

Agencia Estatal de Administración Tributaria

<http://www.aeat.es>

IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

CONCEPTO

Es un tributo de carácter directo y naturaleza personal que grava la renta de las Sociedades y demás entidades jurídicas sujetas por Ley.

Este impuesto grava las rentas obtenidas por la sociedad, entendidas por tales, los rendimientos de las explotaciones económicas de toda índole, los rendimientos derivados de cualquier elemento patrimonial, así como los incrementos de patrimonio

NORMATIVA

- Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades. (BOE, 11-marzo-2004).
- Real Decreto 1777/2004, de 30 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades. (BOE, 06-agosto-2004).
- LEY 16/2007, de 4 de julio, de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional con base en la normativa de la Unión Europea. (BOE, 05-julio-2007).
- Ley 16/2012, de 27 de diciembre, por la que se adoptan diversas medidas tributarias dirigidas a la consolidación de las finanzas públicas y al impulso de la actividad económica (BOE, 28-diciembre-2012).
- Ley 11/2013, de 26 de julio, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo. (BOE, 27-julio-2013).
- Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. (BOE, 28-septiembre-2013).
- Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad (BOE, 14-julio-2013).
- Ley 20/1990, de 19 de diciembre, sobre Régimen Fiscal de las Cooperativas (BOE, 20-diciembre-1990)

CÁLCULO DE LOS RENDIMIENTOS NETOS

La Base Imponible se calcula sobre el resultado contable (ingresos menos gastos) determinado según las normas contables corregido por los preceptos de la Ley del Impuesto que se separen de los criterios contables. Como regla general, los ingresos y los gastos deben computarse por sus valores contables. Las partidas deducibles se valoran por su precio efectivo de adquisición o por su coste de producción.

Imputación temporal de Ingresos y Gastos: En general, se imputarán en el período impositivo en que se devenguen, atendiendo a la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan, con independencia del momento de su cobro o pago. Excepciones: gastos contabilizados en un periodo impositivo posterior e ingresos contabilizados en un periodo positivo anterior se imputarán en el ejercicio de su contabilización siempre que de ello no se derive una tributación menor a la que hubiera correspondido; gastos por amortización de elementos patrimoniales que puedan amortizarse libre o aceleradamente; en las operaciones a plazo o con precio aplazado la renta se entiende obtenida a medida que se efectúen los correspondientes cobros.

Ingresos Integros. Definición : Totalidad de los derivados de las actividades de todo tipo desarrolladas por la sociedad, así como de cesión de bienes y derechos.

Gastos deducibles Definición: Gastos necesarios para la obtención de los ingresos íntegros y el importe del deterioro sufrido por los bienes de que los ingresos procedan.

El esquema liquidatorio del Impuesto sobre Sociedades desde que se genera la Base Imponible hasta que se determina la cantidad a ingresar o devolver es como sigue:

	Resultado contable
+/-	Ajustes extracontables
-	Compensación bases imponibles negativas ejercicios anteriores
=	Base imponible
*	Tipo de gravamen
=	Cuota íntegra
-	Deducciones doble imposición
-	Bonificaciones
-	Deducción por inversiones y por creación de empleo
=	Cuota líquida positiva

- Retenciones e ingresos a cuenta

- Pagos Fraccionados

= **Cuota diferencial**

+ Incremento por pérdida beneficios fiscales de ejercicios anteriores

+ Intereses de demora

= **Líquido a ingresar o devolver**

TIPOS DE GRAVÁMEN

SUJETOS PASIVOS	TIPOS DE GRAVAMEN:	
Tipo general		30%
Entidades de nueva creación (constituidas a partir del 1 de enero de 2013) que inicien una actividad económica y que no formen parte de un grupo. Tipo aplicable al primer ejercicio económico con base imponible positiva y al siguiente.	Parte de Base Imponible hasta 300.000 €	15%
	Resto	20%
Entidades con cifra negocio < 5 M€ y plantilla < 25 empleados, que tributen al Tipo general con condiciones	Parte de Base Imponible hasta 300.000 €	20%
	Resto	25%
Empresas Reducida Dimensión (cifra negocio < 10M€), excepto que tributen a tipo diferente del general	Parte de Base Imponible hasta 300.000 €	25%
	Resto	30%
Cooperativas fiscalmente protegidas	Resultado cooperativo	20%
	Resultado extracooperativo	30%
Sociedades anónimas cotizadas de inversión en el mercado inmobiliario. (SOCIMI)	En general	0%
	Gravamen especial sobre dividendos distribuidos a socios con participación en capital social igual o superior al 5 % y dichos dividendos, en sede de socio, están exentos o tributan a tipo inferior al 10%.	19%
SICAV con determinadas condiciones indicadas en art. 28.5.a) TRLIS		1%
Fondos de inversión de carácter financiero		

con determinadas condiciones indicadas en art. 28.5.b) TRLIS		
Sociedades y fondos de inversión inmobiliaria con determinadas condiciones indicadas en art. 28.5.c) y d) TRLIS		
Fondo de regulación del mercado hipotecario		
Fondos de pensiones		0%
Entidades dedicadas a exploración, investigación y explotación de yacimientos de hidrocarburos y otras actividades (Ley 34 /1998)		35%

DEDUCCIONES DE LA CUOTA ÍNTEGRA

Sobre la cuota íntegra, resultante de aplicar el tipo de gravamen a la base imponible, se practicarán las deducciones y bonificaciones establecidas en la Ley del Impuesto sobre Sociedades para obtener la cuota líquida.

Estas deducciones y bonificaciones son las siguientes:

- a) Deducción para evitar la doble imposición interna: dividendos y plusvalías.
- b) Deducción para evitar la doble imposición internacional: por impuestos soportados, por rentas obtenidas a través de establecimiento permanente y por
- c) dividendos y participaciones en beneficios gravados en el extranjero.
- d) Bonificación por rentas obtenidas en Ceuta y Melilla
- e) Bonificación por actividad exportadora de producciones cinematográficas o audiovisuales y de libros siempre que los beneficios sean reinvertidos. (Se deroga a partir de 2014).
- f) Deducción por actividades de I+D y de innovación tecnológica.
- g) Deducción por inversiones y gastos relacionados con bienes de interés cultural
- h) Deducción por inversiones en producciones cinematográficas y en edición de libros.
- i) Deducción por inversiones medioambientales
- j) Deducción por gastos para habitar a empleados a utilización nuevas tecnologías de comunicación e información.
- k) Deducción por creación de empleo para minusválidos.
- l) Deducción por reinversión de beneficios extraordinarios.
- m) Deducción por contratación del primer trabajador menor de 30 años por tiempo indefinido, bajo ciertas condiciones.

EMPRESAS DE REDUCIDA DIMENSIÓN

La Ley del Impuesto sobre Sociedades establece una serie de incentivos fiscales para empresas de reducida dimensión, entendiéndose por tales aquellas cuya cifra de negocios en el período impositivo inmediato anterior sea inferior a 10 millones de euros. Estos incentivos fiscales serán de aplicación en los tres períodos impositivos inmediatos y siguientes a aquél período impositivo en que las entidades alcancen la referida cifra de negocios de 10 millones de euros, siempre que las mismas hayan cumplido las condiciones para ser consideradas como de reducida dimensión tanto en aquél período como en los dos períodos impositivos anteriores a este último.

El régimen fiscal establecido para estas Sociedades se caracteriza por los beneficios que a continuación se señalan:

<p>Libertad de amortización para las inversiones con creación de empleo</p>	<p>Las empresas que realicen inversiones en elementos del inmovilizado material nuevos, gozarán de libertad de amortización, siempre que, durante los 24 meses siguientes a la fecha del inicio del período impositivo en que los bienes adquiridos entren en funcionamiento dichas inversiones conlleven incremento de la plantilla media total de la empresa con respecto a los doce meses anteriores, y dicho incremento se mantenga, como mínimo, durante dos años. La cuantía de la inversión que podrá beneficiarse del régimen de libertad de amortización será la que resulte de multiplicar la cifra de 120.000 euros por el referido incremento, calculado con dos decimales.</p>
<p>Libertad de amortización para inversiones de escaso valor</p>	<p>Los elementos del inmovilizado material nuevos, cuyo valor unitario no exceda de 601,01 euros, podrán amortizarse libremente hasta un límite de 12.020,24 euros y la puesta a disposición se realice en un período impositivo en el que sea aplicable el régimen especial de empresas de reducida dimensión</p>
<p>Amortización acelerada del inmovilizado material nuevo y del inmovilizado inmaterial</p>	<p>Los elementos del inmovilizado material nuevos, así como los elementos del Inmovilizado Inmaterial, podrán amortizarse en función del coeficiente que resulte de multiplicar por 2 el coeficiente de amortización lineal máximo previsto en las tablas de amortización oficialmente aprobadas.</p>
<p>Dotación por posibles insolvencias de deudores</p>	<p>Podrá deducirse una dotación para la cobertura del riesgo derivado de las posibles insolvencias hasta el límite del 1% sobre los deudores existentes a la conclusión del período impositivo. salvo que se hubiera reconocido una pérdida por deterioro individual o que se trate de deudores cuyas pérdidas por deterioro no tengan el carácter de deducible.</p>
<p>Amortización de elementos patrimoniales objeto de reinversión</p>	<p>Los elementos del inmovilizado material en los que se reinvierta el importe total obtenido en la transmisión de otros elementos del inmovilizado material afectos a las explotaciones económicas de las empresas de reducida dimensión, podrán amortizarse en función del coeficiente que resulta de multiplicar por 3 el coeficiente de amortización lineal máximo de las tablas de amortización fiscalmente</p>

aprobadas. Se establece la posibilidad de amortización acelerada cuando se den las siguientes circunstancias: La transmisión se debe realizar en un periodo impositivo en que se considere a la entidad como de reducida dimensión

- Sólo afecta a elementos del inmovilizado material
- Debe tratarse de una transmisión onerosa, esto es, se descarta la posibilidad de enajenaciones a título gratuito.
- Tanto los elementos enajenados como aquellos en los que se materialice la reinversión deben estar afectos al desarrollo de la explotación económica
- La reinversión ha de realizarse en el plazo marcado por el artículo 42.6 del TRLIS, es decir, durante el año anterior o los tres posteriores a la enajenación

COOPERATIVAS

Cualquier cooperativa tiene, por el solo hecho de serlo, protección fiscal. Existen dos niveles de protección: general y especial, gozando las cooperativas especialmente protegidas de unos incentivos adicionales.

INCENTIVOS APLICABLES A TODAS LAS COOPERATIVAS

Deducción de cantidades destinadas al Fondo de Reserva Obligatorio	El 50% de la parte de los resultados cooperativos y extracooperativos que se destine obligatoriamente al Fondo de Reserva Obligatorio es deducible de la Base Imponible.
Tipo de gravamen	La parte de la Base Imponible que corresponde a los resultados cooperativos tributa al 20% (al 25% para las cooperativas de crédito) y la parte que corresponde a los resultados extracooperativos tributa al tipo general.
Libertad de amortización de los elementos nuevos de inmovilizado adquiridos en los 3 primeros años	Gozan de libertad de amortización los elementos del activo fijo nuevos que hayan sido adquiridos en el plazo de 3 años a partir de la inscripción en el Registro de Cooperativas. La cantidad fiscalmente deducible en concepto de libertad de amortización no podrá exceder del importe del saldo de la cuenta de resultados cooperativos disminuido en las aplicaciones obligatorias al Fondo de Reserva Obligatoria y participaciones del personal asalariado.
Compensación de pérdidas	Si la cuota íntegra previa resultase negativa, su importe podrá compensarse por la cooperativa con las cuotas íntegras positivas de los periodos impositivos que concluyan en los quince años inmediatos y sucesivos.

INCENTIVOS ADICIONALES APLICABLES A COOPERATIVAS ESPECIALMENTE PROTEGIDAS

Son cooperativas especialmente protegidas las siguientes:

- Cooperativas de Trabajo Asociado.
- Cooperativas Agrarias.
- Cooperativas de Explotación Comunitaria de la Tierra.

- Cooperativas del Mar.
- Cooperativas de Consumidores y Usuarios.

A estas cooperativas se les aplican los siguientes incentivos adicionales a los anteriormente expuestos:

- Con carácter general: Bonificación del 50% de la cuota íntegra minorada previamente, en su caso, por las cuotas negativas de ejercicios anteriores pendientes de compensar.
- Para las cooperativas de trabajo asociado que cumplan determinados requisitos: Bonificación del 90% (durante 5 años) de la cuota íntegra.
- Para las explotaciones agrarias asociativas prioritarias: Bonificación del 80% de la cuota íntegra.

IVA

DEFINICIÓN

El Impuesto Sobre el Valor Añadido es un tributo de naturaleza indirecta¹ que recae sobre el consumo² y grava, las siguientes operaciones:

Las entregas de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por empresarios o profesionales.

Las adquisiciones intracomunitarias de bienes.

Las importaciones de bienes.

Notas aclaratorias:

(1) Se dice que es un impuesto indirecto porque el fisco no lo recibe directamente del tributario. Lo recibe de las liquidaciones realizadas por los empresarios o profesionales.

(2) Sobre el consumo, es decir soportado por el consumidor final.

TIPOS DE RÉGIMENES DE IVA

1. General
2. Regímenes especiales:
 - 1.º Régimen simplificado.
 - 2.º Régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca.

- 3.º Régimen especial de los bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección.
- 4.º Régimen especial aplicable a las operaciones con oro de inversión.
- 5.º Régimen especial de las agencias de viajes.
- 6.º Régimen especial del recargo de equivalencia.
- 7.º Régimen especial aplicable a los servicios prestados por vía electrónica.
- 8.º Régimen especial del grupo de entidades.

El objetivo de los regímenes especiales es la simplificación de las obligaciones de los contribuyentes y por lo tanto el control por parte de las administraciones tributarias, para mejorar la optimización de los recursos y por lo tanto de la relación costo-beneficio.

RÉGIMEN GENERAL

Están sujetos a este régimen las sociedades y personas físicas, comerciantes y profesionales, no acogidos a un régimen específico.

Forma de tributar: Por la diferencia entre el IVA devengado/repercutido y el IVA soportado.

En la aplicación del impuesto por los empresarios o profesionales se pueden distinguir dos aspectos:

- Por sus ventas o prestaciones de servicios, repercuten a los adquirentes las cuotas de IVA que correspondan, con obligación de ingresarlas en el Tesoro. (IVA Repercutido)
- Por sus adquisiciones, soportan cuotas que tienen derecho a deducir en sus declaraciones liquidaciones periódicas. En cada liquidación se declara el IVA repercutido a los clientes, restando de éste el soportado en las compras y adquisiciones a los proveedores, pudiendo ser el resultado tanto positivo como negativo. (IVA Soportado)

Si el resultado es positivo debe ingresarse en el Tesoro.

Si es negativo, con carácter general, se compensa en las autoliquidaciones siguientes. Sólo si al final del ejercicio, en la última declaración presentada, el resultado es negativo o si se trata de sujetos pasivos inscritos en el registro de devolución mensual, en cualquier declaración, se puede optar por solicitar la devolución o bien compensar el saldo negativo en las liquidaciones siguientes.

Con el nuevo régimen del **IVA con criterio de caja**, aprobado en la ley de Emprendedores, a partir del 1 de enero de 2014 las empresas y autónomos que facturen menos de 2 millones de euros al año si no quieren no tendrán que **adelantar a Hacienda el impuesto de las facturas** hasta que no sean cobradas.

En la actualidad hay tres tipos de IVA vigentes: General (21 %), Reducido (10 %) y súper reducido (4%).

Las sociedades y personas físicas, sujetas a este régimen, están obligadas a conservar y emitir las facturas con el desglose del IVA y su tipo y a la llevanza de Libros Registros de Facturas recibidas y emitidas.

REGÍMENES ESPECIALES

Los regímenes especiales tendrán carácter voluntario, salvo los aplicables a las operaciones con oro de inversión (sin perjuicio de la posibilidad de renuncia), agencias de viajes y recargo de equivalencia.

El régimen especial de los bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección se aplicará a los sujetos pasivos que hayan presentado la declaración de comienzo de actividades, salvo renuncia, que podrá efectuarse para cada operación y sin comunicación expresa a la Administración.

El régimen simplificado y el de la agricultura, ganadería y pesca se aplicarán salvo renuncia de los sujetos pasivos, ejercitada en determinados plazos y forma.

El régimen especial aplicable a los servicios prestados por vía electrónica se aplicará a los operadores que hayan presentado la declaración relativa al comienzo de la realización de las prestaciones de servicios electrónicos efectuadas en el interior de la Comunidad.

El régimen simplificado y el especial del recargo de equivalencia, dada su importancia práctica, vamos a tratarlos a cada uno en un punto especial.

RÉGIMEN SIMPLIFICADO

El régimen simplificado se aplica a quienes cumplan los siguientes requisitos:

- Que sean personas físicas o entidades en régimen de atribución de rentas en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, siempre que en este último caso, todos sus socios, herederos, comuneros o partícipes sean personas físicas.
- Que realicen cualquiera de las actividades incluidas en la Orden Ministerial que regula este régimen, siempre que, en relación con tales actividades, no superen los límites establecidos para cada una de ellas por el Ministerio de Economía y Hacienda.

- Que el volumen de ingresos en el año inmediato anterior, no supere cualquiera de los siguientes importes:
 - Para el conjunto de sus actividades, 450.000 euros anuales.
 - Para el conjunto de actividades agrícolas, forestales y ganaderas que se determinen por el Ministro de Economía y Hacienda, 300.000 euros anuales.
 - Cuando el año inmediato anterior se hubiese iniciado una actividad, el volumen de ingresos se elevará al año.
- Que el volumen de adquisiciones e importaciones de bienes y servicios para el conjunto de todas las actividades económicas desarrolladas no supere los 300.000 euros (IVA excluido). Dentro de este límite se tendrán en cuenta las obras y servicios subcontratados y se excluirán las adquisiciones de inmovilizado.
- Que no haya renunciado a su aplicación.
- Que no haya renunciado ni esté excluido de la estimación objetiva en el IRPF.
- Que ninguna de las actividades que ejerza el contribuyente se encuentre en estimación directa en el IRPF o en alguno de los regímenes del IVA incompatibles con el simplificado según lo indicado en la introducción.

Una actividad sólo puede tributar en el régimen Simplificado de IVA si, asimismo, tributa en Estimación Objetiva en Renta.

La renuncia produce efectos durante un período mínimo de tres años.

Forma de tributar: Mediante la aplicación de los módulos (Reg. Simplificado)

El resultado de la liquidación del Impuesto sobre el Valor Añadido en el régimen simplificado se determina al término de cada ejercicio; no obstante, el empresario o profesional realizará un ingreso a cuenta con periodicidad trimestral.

Con carácter general, la liquidación del Impuesto sobre el Valor Añadido por la realización de cada actividad acogida al régimen simplificado resultará de la diferencia entre “cuotas devengadas por operaciones corrientes” y “cuotas soportadas por operaciones corrientes”, relativas a dicha actividad, con un importe mínimo de cuota a ingresar que será el determinado para cada actividad por la Orden de aprobación de los índices y módulos para ese ejercicio.

A. Cuotas devengadas por operaciones corrientes

La cuota devengada por operaciones corrientes será la suma de las cuantías correspondientes a los módulos previstos para la actividad. La cuantía de los módulos se calculará multiplicando la cantidad asignada a cada módulo por el número de unidades del mismo empleadas.

B. Cuotas soportadas por operaciones corrientes

La cuota soportada por operaciones corrientes será la suma de todas las cuotas soportadas o satisfechas por la adquisición o importación de bienes y servicios, distintos de los activos fijos, destinados al desarrollo de la actividad, en la medida en que sean deducibles.

Serán deducibles también las compensaciones satisfechas a sujetos pasivos acogidos al régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca.

Asimismo, será deducible en concepto de **cuotas soportadas de difícil justificación** el 1% del importe de la cuota devengada por operaciones corrientes.

El sujeto pasivo liquidará el IVA mediante la presentación de las declaraciones - liquidaciones trimestrales u ordinarias. (modelo 310 o 370) realizando un ingreso a cuenta del resultado final. Estas liquidaciones se realizarán entre el 1 y el 20 de los meses de Abril, Julio y Octubre.

El importe a ingresar o la cuantía a devolver se determinará en la declaración final (modelo 311 o 371) que se realiza entre el 1 y el 30 del mes de Enero del año siguiente.

RÉGIMEN ESPECIAL DE RECARGO DE EQUIVALENCIA

Régimen obligatorio para comerciantes minoristas, que sean personas físicas o entidades en régimen de atribución de rentas (si todos sus socios son personas físicas), y que comercialicen al por menor artículos o productos de cualquier naturaleza (en un ejercicio facturen menos del 20% de sus ventas a clientes profesionales ó empresarios), salvo los exceptuados en el Reglamento del IVA.

Forma de tributar: Liquidación del Impuesto a cargo del proveedor, previa aplicación del recargo correspondiente.

TIPO DE IVA	21%	10%	4%
RECARGO	5,2%	1,4%	0,5%Tabaco: 0,75%

Funcionamiento: Para el comerciante minorista supone pagar un IVA algo más alto del normal a cambio de no tener que presentar declaraciones de IVA a Hacienda. De esta manera paga el IVA directamente a su proveedor y se simplifica mucho su gestión del IVA. Sólo se aplica en facturas de bienes correspondientes a mercaderías o género.

Es **el proveedor del comerciante el que debe incluir el recargo de equivalencia en sus facturas**, diferenciado del IVA soportado, y considerar ambas cantidades como IVA repercutido en sus declaraciones de IVA.

Los empresarios sujetos a este régimen:

- No tienen que presentar declaraciones ni realizar pagos pero
- Están obligados a conservar las facturas y tickets,
- No tienen la obligación de emitir factura (bastan tickets de caja con la mención IVA incluido), salvo ventas o servicios cuyo destinatario sea, a su vez, sujeto pasivo del Impuesto, en dichos casos es necesario la factura.
- No es obligatorio la llevanza de Libros Registros de Facturas.
- Tiene la Obligación de acreditar ante el proveedor la sujeción a este Régimen.

FUENTES

Ley 37/1992 de 28 de diciembre del Impuesto sobre el Valor Añadido
Real Decreto 1624/1992, de 29 de diciembre, del Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido.
BOE el 28 de septiembre de 2013. Ley de Apoyo a los Emprendedores.

IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS

CONCEPTO

Es un tributo que grava los siguientes hechos imponibles:

Las transmisiones patrimoniales onerosas: compraventa de bienes muebles o inmuebles, constitución de derechos reales, arrendamientos...

Operaciones societarias de constitución, aumento y disminución de capital, fusión, escisión y disolución de sociedades, así como sobre las aportaciones que efectúen los socios para reponer pérdidas sociales.

Los actos jurídicos documentados: escrituras, actas y testimonios notariales, letras de cambio, anotaciones preventivas practicadas en Registros Públicos...

Se trata de un impuesto íntegramente cedido a las Comunidades Autónomas.

NORMATIVA

- El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados se encuentra regulado por el Real Decreto Legislativo 1/1993, de 24 de septiembre (BOE de 20 de octubre) y desarrollado por el Real Decreto 828/1995, de 29 de mayo (BOE de 22 de junio).

TRANSMISIONES PATRIMONIALES ONEROSAS

Son transmisiones patrimoniales onerosas a efectos de este impuesto la compraventa de bienes muebles e inmuebles, así como la constitución de derechos reales, préstamos, fianzas, arrendamientos, pensiones y concesiones administrativas, todo ello realizado al margen de actividades empresariales o profesionales que estén gravadas por el IVA.

Existe incompatibilidad, por tanto, entre este impuesto (en su modalidad de Transmisiones Patrimoniales Onerosas) y el IVA. No obstante, existen determinadas operaciones sobre bienes inmuebles sujetas y exentas de IVA que están gravadas por el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. Son las siguientes:

- Entrega de terrenos no edificables
- Segundas y ulteriores entregas de edificaciones
- Arrendamientos, constitución o transmisión de derechos reales de goce o disfrute sobre los mismos.
- Entregas de inmuebles incluidos en la transmisión de la totalidad de un patrimonio empresarial o profesional a favor de un solo adquirente cuando éste continúe el ejercicio de las mismas actividades empresariales o profesionales del transmitente.

BASE IMPONIBLE:

Está constituida por el valor real del bien transmitido o del derecho constituido o cedido. Únicamente serán deducibles las cargas que disminuyan el valor real de los bienes, pero no las deudas aunque estén garantizadas con prenda o hipoteca.

CUOTA TRIBUTARIA:

Se obtendrá aplicando a la base imponible los siguientes tipos de gravamen:

- Transmisión de bienes inmuebles así como en la constitución y cesión de derechos reales que recaigan sobre los mismos, excepto en los derechos reales de garantía:

- 2 % a la adquisición de vivienda para su reventa por una persona física o jurídica que ejerza una actividad empresarial a la que sean aplicables las normas de adaptación del Plan General del Sector Inmobiliario.
- 8%, 9% ó 10% en función del valor real de la transmisión.
- Transmisión de bienes muebles y semovientes, así como la constitución de derechos reales sobre los mismos distintos a los de garantía: 4%

OPERACIONES SOCIETARIAS

Son operaciones societarias sujetas a este impuesto:

- La constitución de sociedades, el aumento y disminución de su capital social y la disolución de sociedades.
- Las aportaciones que efectúen los socios que no supongan un aumento del capital social.
- El traslado a España de la sede de dirección efectiva o del domicilio social de una sociedad cuando ni una ni otro estuviesen previamente situados en un Estado miembro de la Unión Europea.

No están sujetas:

- Las operaciones de reestructuración.
- Los traslados de la sede de dirección efectiva o del domicilio social de sociedades de un Estado miembro de la Unión Europea a otro.
- La modificación de la escritura de constitución o de los estatutos de una sociedad y, en particular, el cambio del objeto social, la transformación o la prórroga del plazo de duración de una sociedad.
- La ampliación de capital que se realice con cargo a la reserva constituida exclusivamente por prima de emisión de acciones.

Base imponible:

- En la constitución y aumento de capital: el importe nominal de aquél más las primas de emisión, en caso de que se trate de sociedades que limiten la responsabilidad de sus socios, o el valor neto de la aportación en los demás casos, así como en las aportaciones de los socios para reponer pérdidas.
- En la escisión y fusión: la base será el capital del nuevo ente creado o el aumento de capital de la sociedad absorbente, más las primas de emisión.
- En la disminución de capital y disolución: la base será el valor real de los bienes y derechos entregados a los socios.

Cuota tributaria:

Se obtendrá aplicando a la base imponible el tipo de gravámen general del 1%.

Exenciones:

Están exentas del Impuesto la constitución de sociedades, el aumento de capital, las aportaciones que efectúen los socios que no supongan aumento de capital y el traslado a España de la sede de dirección efectiva o del domicilio social de una sociedad cuando ni una ni otro estuviesen previamente situados en un Estado miembro de la Unión Europea.

ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS

Están gravadas por el Impuesto:

Documentos notariales: Con independencia de su documentación en el correspondiente papel timbrado, las primeras copias de escrituras y actos notariales, cuando tengan por objeto cantidad o cosas valuables, contengan actos o contratos inscribibles en los Registros de la Propiedad, Mercantil y de la Propiedad Industrial y no sujetos al Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones o a los conceptos "Transmisiones Patrimoniales" y "Operaciones Societarias".

Documentos mercantiles: Letras de cambio y documentos que realicen función de giro.

Documentos administrativos: Anotaciones preventivas que se practiquen en los Registros Públicos

Base imponible:

Cuando se trate de primeras copias de escrituras públicas que tengan por objeto cantidad o cosa valuable, servirá de base, generalmente, el valor declarado; en las letras de cambio, será la cantidad girada; en las anotaciones preventivas, el valor del derecho que se garantice, publique o constituya.

Cuota tributaria:

- En las primeras copias de escritura y actas notariales cuando tengan por objeto cantidad o cosa valuable, contengan actos o contratos inscribibles en los Registros de la Propiedad, Mercantil, de la Propiedad Industrial y en el Registro de Bienes Muebles: 1,5%
- Anotaciones preventivas de embargo: 0,5%
- Escrituras notariales que formalicen transmisiones de inmuebles en las que se realiza la renuncia a la exención en el Impuesto sobre el valor añadido: 2%

- Letras de cambio: según la escala de gravamen fijada en el artículo 37 del Real Decreto Legislativo 1/1993, de 24 de septiembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

SUJETOS PASIVOS

El sujeto pasivo de este impuesto será:

- En las transmisiones patrimoniales onerosas: el adquirente o aquella persona en cuyo favor se constituya el derecho real, quien promueva los expedientes de dominio o las actas de notoriedad.
- En las operaciones societarias: en la constitución, aumento de capital, fusión, escisión ..., la sociedad; en la disolución de sociedades y reducción de capital, los socios
- En los actos jurídicos documentados: en los documentos notariales, el adquirente del bien o derecho, o aquel que inste el documento o a cuyo interés se expida; en las letras de cambio, el librador; en las anotaciones preventivas de embargo, la persona que las solicite.

7. LIBROS



¿Es necesario llevar libros en la empresa?

¿Cuáles?

¿Qué función y contenido tienen los libros sociales y contables en la empresa?

LIBROS SOCIALES

LIBROS CONTABLES

LIBROS CONTABLES

DEFINICIÓN

Los libros contables son el soporte material en la elaboración de la información financiera. Pueden ser de carácter obligatorio o voluntario.

Libros obligatorios son:

1. Libro diario
2. Libro de Inventario y Cuentas Anuales

Voluntarios:

1. Libro Mayor
2. Libros Auxiliares

La regulación legal de los libros contables está contenida en el Código de Comercio en los artículos del 25 al 33 ambos inclusive.

- Todo empresario deberá llevar una contabilidad ordenada, con seguimiento cronológico de todas sus operaciones.
- Los libros contables deberán ser legalizados en el Registro Mercantil del lugar donde tuviera la empresa su domicilio.
- Todos los libros contables deben ser llevados con claridad por orden de fechas, sin espacios en blanco, tachaduras o raspaduras y expresarse en la moneda nacional
- Los empresarios conservarán los libros y la documentación correspondiente durante seis años.

CONTENIDO DE LOS LIBROS CONTABLES

1. LIBRO DIARIO

“El libro Diario registrará día a día todas las operaciones relativas a la actividad de la empresa. Será válida, sin embargo, la anotación conjunta de los totales de las operaciones por periodos no superiores al mes, a condición de que su detalle aparezca en otros libros o registros concordantes, de acuerdo con la naturaleza de la actividad de que se trate.”

El Libro Diario recoge, por orden cronológico, todos los hechos contables que afectan a la empresa desde el punto de vista económico o financiero.

El objeto de este libro es reunir en él todas las operaciones realizadas por la empresa para después trasladarlas al libro Mayor

Todos los asientos contables registrados en el libro Diario se realizan cumpliendo el principio fundamental de la partida doble, Activo igual a la suma de Pasivo y Patrimonio Neto.

En el Diario se cumplirá necesariamente la igualdad siguiente: las sumas de las anotaciones realizadas en el Debe sean iguales a las del Haber.

2. LIBRO DE INVENTARIOS Y CUENTAS ANUALES

El libro de Inventarios y Cuentas anuales se abrirá con el balance inicial detallado de la empresa. Al menos trimestralmente se transcribirán con sumas y saldos los balances de comprobación.

Un **inventario** es una relación valorada en unidades monetarias de todos los bienes derechos y obligaciones contraídas por la empresa, en una fecha determinada, para calcular por diferencia el patrimonio neto.

Además de los inventarios se incluyen en este libro las cuentas anuales que son:

1. El Balance de situación
2. Cuenta de Resultados
3. La Memoria
4. Estado de Cambios de Patrimonio Neto
5. Estado de Flujos de Tesorería.

3. LIBRO MAYOR

Recoge información individualizada de todas las cuentas que intervienen en la contabilidad de la empresa, de esta forma en cualquier momento podemos ver todos los movimientos de la cuenta y calcular su valor para una fecha concreta.

Todas las anotaciones realizadas en el Diario pasan a su vez al libro Mayor.

En el libro mayor las cuentas aparecen representadas en forma de “T” donde el lado izquierdo se denomina “DEBE” y el derecho “HABER”.

FUENTES

Real Decreto de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio

LIBROS SOCIALES

CONCEPTO

Son aquellos que permiten conocer los movimientos significativos de una sociedad, ya sea sus acuerdos importantes tales como fusiones, escisiones, transformaciones, el aumento o disminución de capital social en su parte fija o variable, la salida o entrada de algún socio o accionista, la compraventa de acciones, convirtiéndose en la confirmación escrita de la vida e historia de la sociedad

Cualquier empresa que se constituye, tanto sea titularidad de un empresario autónomo o de una persona jurídica, debe cumplir una serie de obligaciones documentales referentes a la actividad económica que desarrolla. Estas obligaciones son más amplias cuando hablamos de entidades de capital

Las entidades mercantiles deben llevar una serie de libros exigidos por la normativa contable, por la fiscal y por la propia legislación de las sociedades.

TIPOS DE LIBROS SOCIALES

- El libro de socios. Exigible a las entidades de responsabilidad limitada. En él se anotan las participaciones sociales de cada socio y las variaciones en las mismas. Las sociedades anónimas y comanditarias llevarán un libro registro de acciones nominativas. Ambos deben legalizarse en el Registro Mercantil antes de su uso.
- Libro de actas. Las actas recogen los acuerdos tomados por las juntas y los órganos colegiados de la sociedad (administradores mancomunados, consejo de administración, comisiones ejecutivas...). Al igual que el libro de socios, se legalizará en el Registro Mercantil antes de su uso.
- Libro de contratos entre la empresa y el socio. Obligatorio tan solo para las sociedades unipersonales.

En las sociedades cooperativas andaluzas tras la reforma ley 14/2011 de 23 de diciembre, sin perjuicio de lo que dispongan otras leyes o disposiciones especiales, las cooperativas deberán llevar al día los siguientes libros:

- Libro de socios y aportaciones al capital
- Libro actas órganos sociales.
- Libro Inventario y cuentas anuales.
- Libro Diario.

LIBROS FISCALES

La normativa fiscal obliga a la llevanza de una serie de libros de naturaleza tributaria. Algunos de ellos son comunes para todo tipo de entidades, tanto se trate de empresario autónomo como de entidades mercantiles.

- Libros de facturas emitidas y recibidas a efectos de IVA. Las facturas se anotarán indicando su número, fecha, datos del emisor o destinatario, tipo impositivo y cuota soportada o repercutida. Se incluirán también las operaciones exentas y las de autoconsumo de bienes.
- Libro registro de determinadas operaciones intracomunitarias. Es exigible a los sujetos pasivos de IVA que realicen determinadas adquisiciones o entregas de bienes a otro estado miembro. Para cada operación se anotará la fecha, descripción del bien, identificación del destinatario a efectos del IVA, razón social y domicilio y estado miembro interviniente en la operación.

La documentación de naturaleza fiscal, es decir, los libros junto con los documentos que en ellos se registran, debe conservarse durante el plazo de cuatro años

En la actualidad, la mayor parte de la documentación societaria se elabora mediante programas informáticos, que permiten su conservación de manera fiel e inalterada y suponen un considerable ahorro de espacio y de papel.

FUENTES

Real Decreto de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio.

8. CONTABILIDAD



¿Qué es y para qué sirve la contabilidad?

¿El activo y el pasivo?

¿Un Balance y un resultado de pérdidas y ganancias, para que sirven y que son?

CONTABILIDAD

CONTABILIDAD

DEFINICIÓN

La contabilidad de empresas es un conjunto de conocimientos y técnicas que tienen por objeto la elaboración y análisis de la información relevante acerca de la situación y evolución de la realidad económica y financiera de la empresa, expresada en unidades monetarias, con el fin de que tanto las terceras personas interesadas como los directivos de la empresa puedan adoptar decisiones.

Sin contabilidad no hay información y sin información no sabremos donde nos encontramos. Es, por tanto, un pilar indiscutible, una brújula necesaria para gestionar un negocio.

Los principales documentos o estados financieros de los que se sirve la contabilidad son:

- ✓ Balance.
- ✓ Cuenta de pérdidas y ganancias.

BALANCE

El **BALANCE** es un documento contable que va a permitir conocer la situación financiera y económica de una empresa en un momento determinado del tiempo.

Está compuesto por el activo, el pasivo y el patrimonio neto.

ACTIVO. Conjunto de bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados, de los que se espera que la empresa obtenga beneficios o rendimientos económicos en el futuro.

PASIVO. Obligaciones actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para cuya extinción la empresa espera desprenderse de recursos que puedan producir beneficios o rendimientos económicos en el futuro.

PATRIMONIO NETO. Constituye la parte residual de los activos de la empresa, una vez deducidos sus pasivos. Incluye las aportaciones realizadas por sus socios, los resultados acumulados y otras variaciones que le afecten.

EJEMPLOS

Ejemplos de ACTIVO: local de la actividad, máquinas, ordenadores, dinero depositado en bancos, deudas a cobrar de clientes, existencias de productos, etc.

Ejemplos de PASIVO: deudas con bancos, deudas con proveedores, deudas con administraciones públicas, etc.

Ejemplos de PATRIMONIO NETO: capital aportado por los socios, reservas de la empresa, beneficio del ejercicio, etc.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS es un documento contable cuya utilidad es conocer el resultado económico del ejercicio que se obtendrá por diferencia entre dos grandes masas formadas respectivamente por los ingresos y beneficios por un lado y por los gastos y pérdidas por el otro.

Ingresos

Incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios propietarios.

Gastos

Decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento del valor de los pasivos, siempre que no tengan su origen en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en condición de tales.

EJEMPLOS

Ejemplos de INGRESOS: venta de productos o prestaciones de servicios, ingresos por arrendamientos, ingresos por intereses generados en cuentas bancarias, etc.

Ejemplos de GASTOS: compra de materias primas, sueldos, electricidad, publicidad, seguros, impuestos, etc.

9. PRODUCTOS BANCARIOS



¿Cuáles son los productos bancarios más relevantes?

¿Qué diferencia hay entre crédito y préstamo?

¿Y entre leasing y renting?

¿Qué otros productos bancarios existen?

PRÉSTAMO	CRÉDITO
LEASING	RENTING
FACTORING	CONFIRMING
DESCUENTO COMERCIAL	PRESTAMO PARTICIPATIVO
MEDIOS DE PAGO	

PRÉSTAMO

Las entidades financieras ponen a disposición de la empresa fundamentalmente préstamos para la adquisición de activos fijos (maquinaria, ordenadores...) y préstamos hipotecarios para la compra, ampliación o construcción de inmuebles afectos a la actividad productiva de la empresa.

El préstamo, por tanto es un contrato por el que la entidad financiera entrega una cantidad de dinero en un plazo determinado de tiempo, con la finalidad de cubrir las necesidades de inversión de la empresa. El cliente tiene la obligación de devolver tales fondos más los intereses y comisiones que se hayan pactado.

Los préstamos según las garantías exigidas se diferencian de la siguiente forma:

- Préstamos con garantía personal: Se conceden atendiendo exclusivamente a la solvencia personal del beneficiario o de alguna otra tercera persona como avalista.
- Préstamos con garantía real: Se sujeta el buen fin de la operación a determinados bienes, muebles o inmuebles, por lo que pueden subdividirse en:
 - Préstamos con garantía hipotecaria, en los que se sujeta al cumplimiento de la obligación bienes inmuebles.
 - Préstamos con garantía pignoratícia, en los que se asegura el pago del préstamo con un bien mueble dado en prenda.

DIFERENCIAS CON CUENTAS DE CRÉDITO

PRÉSTAMO	CUENTAS DE CRÉDITO
Contrato unilateral, solo produce obligaciones para el prestatario devolver el capital, abonar los intereses...	Contrato bilateral, genera obligaciones para ambas partes.
La entidad financiera entrega al prestatario la cantidad de dinero desde el primer momento.	La entidad financiera se compromete a poner a disposición del acreditado dinero pactado y durante un periodo de tiempo prefijado.
El prestatario se obliga a restituir la suma prestada más los intereses al finalizar un plazo establecido.	El acreditado puede disponer de los fondos, dentro del plazo y límites fijados, realizando disposiciones totales o parciales.
Las amortizaciones son devoluciones parciales de la suma prestada y sólo se amortiza totalmente al cancelar el préstamo.	El capital dispuesto debe devolverse al vencimiento o en las bajas o reducciones del límite estipulado.

Los intereses se abonan por la totalidad del capital pendiente.	Los intereses se abonan en función del capital utilizado, no por el total que tengamos disponible.
Se suele utilizar para adquirir bienes con una duración larga o inversiones con una cierta importancia que están vinculados al activo fijo de la empresa	Apropiado para profesionales y empresas que necesiten hacer frente liquidez momentánea y de un montante inferior al utilizado para un préstamo
El préstamo no es renovable aunque sí puede iniciarse otro contrato de préstamo cuando termine el anterior	El crédito puede ser renovado y ampliado tantas veces como lo acordemos con la entidad

FUENTES

BBVA. www.bbva.es

Manual del Emprendedor, EUROCEEI.

Plan de educación financiera de la CNMV y Banco de España: “Finanzas para todos”; www.finanzasparatodos.es

CRÉDITO

Un **crédito** es la cantidad de dinero, con un límite fijado, que una entidad pone a disposición de un cliente. Al cliente no se le entrega esa cantidad de golpe al inicio de la operación, sino que podrá utilizarla según las necesidades de cada momento, utilizando una cuenta o una tarjeta de crédito. Es decir, la entidad irá realizando entregas parciales a petición del cliente. Puede ser que el cliente disponga de todo el dinero concedido, o sólo una parte o nada. Sólo paga intereses por el dinero del que efectivamente haya dispuesto, aunque suele cobrarse además una comisión mínima sobre el saldo no dispuesto. A medida que devuelve el dinero podrá seguir disponiendo de más, sin pasarse del límite.

Los créditos también se conceden durante un plazo, pero a diferencia de los préstamos, cuando éste se termina se puede renovar o ampliar.

Los intereses de los créditos suelen ser más altos que los de un préstamo, pero, como ya hemos dicho, sólo se paga por la cantidad utilizada.

DIFERENCIAS CON PRESTAMO

PRÉSTAMO	CUENTAS DE CRÉDITO
Contrato unilateral, solo produce obligaciones para el prestatario devolver el capital, abonar los intereses...	Contrato bilateral, genera obligaciones para ambas partes.
La entidad financiera entrega al prestatario la cantidad de dinero desde el primer momento.	La entidad financiera se compromete a poner a disposición del acreditado dinero pactado y durante un periodo de tiempo prefijado.
El prestatario se obliga a restituir la suma prestada más los intereses al finalizar un plazo establecido.	El acreditado puede disponer de los fondos, dentro del plazo y límites fijados, realizando disposiciones totales o parciales.
Las amortizaciones son devoluciones parciales de la suma prestada y sólo se amortiza totalmente al cancelar el préstamo.	El capital dispuesto debe devolverse al vencimiento o en las bajas o reducciones del límite estipulado.
Los intereses se abonan por la totalidad del capital pendiente.	Los intereses se abonan en función del capital utilizado, no por el total que tengamos disponible.
Se suele utilizar para adquirir bienes con una duración larga o inversiones con una cierta importancia que están vinculados al activo fijo de la empresa	Apropiado para profesionales y empresas que necesiten hacer frente liquidez momentánea y de un montante inferior al utilizado para un préstamo
El préstamo no es renovable aunque sí puede iniciarse otro contrato de préstamo cuando termine el anterior	El crédito puede ser renovado y ampliado tantas veces como lo acordemos con la entidad

FUENTES

BBVA. www.bbva.es

Manual del Emprendedor, EUROCEEI.

Plan de educación financiera de la CNMV y Banco de España: “Finanzas para todos”;
www.finanzasparatodos.es

LEASING

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

El leasing es un arrendamiento financiero a medio o largo plazo de financiación. Los bienes objeto de cesión son equipo o inmuebles destinados a finalidades empresariales o profesionales. Al final del contrato, el cliente dispone de una opción de compra para adquirir el bien por un valor residual.

El leasing es un instrumento sencillo para acceder al uso de los bienes para cualquier actividad empresarial o profesional, ya que permite financiar hasta el 100% del valor de adquisición, un porcentaje superior al de otras fórmulas de financiación.

- *Entidad de Leasing:* Puede ser un banco, caja de ahorros, Confederación Española de Cajas de Ahorros, cooperativa de crédito o sociedad de arrendamiento financiero. La entidad de leasing recibe el nombre de arrendador.
- *Arrendatario:* es quien suscribe el contrato de leasing y disfrutará de la posesión del bien durante la vigencia del contrato, adquiriendo su propiedad cuando se ejercite la opción de compra.
- *Proveedor:* es quien va a suministrar el bien objeto de arrendamiento financiero. El arrendatario normalmente va a seleccionar el bien al proveedor fijado, aunque quien efectivamente adquiere el bien es el arrendador.

Mediante el pago de una cuota mensual durante un plazo determinado, la compañía de leasing alquila el bien al arrendatario. Al finalizar el contrato, y, según la modalidad de leasing, se cancelará el arrendamiento, se renovará o el arrendatario ejercerá la opción de compra, que es lo más habitual.

VENTAJAS

- Financiación de hasta el 100% del importe de la inversión sin impuestos, ya que el Leasing se constituye por la cantidad total de la factura excluido el IVA
- Es una fórmula de financiación a medio y largo plazo (periodo mínimo 2 años para bienes muebles y 10 para bienes inmuebles).
- Las cuotas son un gasto fiscalmente deducible (sujeto a límites en algún caso).
- Realización del pago de los bienes adquiridos, con la productividad añadida que ellos mismos generan.
- Al permitirle al proveedor del bien cobrar al contado, el empresario podrá obtener algún descuento que revierta en la financiación.
- Facilita el cálculo exacto de los costes de explotación.

- Al término del contrato de arrendamiento, podrás optar por la compra del bien.
- No necesitas tener disponibilidad de fondos para hacer frente al IVA en el momento de la adquisición del bien ya que lo paga el Banco.
- Difiere el pago del IVA/IGIC en varios ejercicios: evita tener un exceso de impuesto soportado en un mismo ejercicio que normalmente no se puede compensar.

DIFERENCIAS CON EL RENTING

	LEASING	RENTING
Finalidad	El contrato de Leasing va encaminado a la posesión final del bien y en este tipo de contrato si se refleja, desde el principio, la opción de compra al final del período. El leasing es una forma de financiar un bien.	En el contrato de Renting no figura opción de compra al final del período de contrato, sin embargo, si el cliente quiere puede optar por pagar el precio residual y quedarse con el bien. Se busca la funcionalidad más que la inversión en un bien.
Servicios	Los servicios de mantenimiento no se contemplan en el Leasing.	En un contrato de Renting, existen ventajas complementarias, como el mantenimiento del bien, el pago de reparaciones, de impuestos, seguros...
Contabilidad	El Leasing conlleva la afectación a las cuentas del pasivo por el importe de la deuda, así como, en el activo, cuentas de inmovilizado material, de gastos diferidos.	El Renting se puede considerar como simplemente un gasto (por cuotas)
Cuotas de arrendamiento	En el Leasing, las cuotas de arrendamiento financiero deberán aparecer expresadas en los respectivos contratos, diferenciando la parte que corresponde a la recuperación del coste del bien por la entidad arrendadora, excluido el valor de la opción de compra, y la carga financiera exigida por la misma, sin perjuicio de la aplicación del gravamen indirecto que corresponda.	En el Renting, estas cuotas aparecen expresadas en los respectivos contratos.
Duración	El contrato de Leasing exige una duración mínima de dos años, si se trata de bienes muebles, lo que le confiere una mayor rigidez, aunque se ha de señalar que, en cualquier caso, sus estipulaciones están basadas en la libertad de pactos de las	El Renting se caracteriza por su movilidad y flexibilidad para adaptarse a las necesidades del arrendatario y a la marcha de la empresa. No hay periodos mínimos de duración y está orientado al

	partes. Es una operación orientada al medio y largo plazo.	corto plazo, adaptándose en función de las necesidades al presupuesto de gastos de la compañía.
Al finalizar el contrato	En el Leasing, cuando expira el contrato se dan tres posibilidades: Que se devuelva el bien. Que se prorrogue el contrato. Que se haga efectiva la opción de compra.	En el Renting hay dos alternativas: Que se devuelva el bien Que se prorrogue la duración del contrato

FUENTES

BBVA. www.bbva.es.

Manual del Emprendedor, EUROCEEI.

RENTING

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

El renting es un servicio integral a medio y largo plazo de alquiler de bienes de equipos o vehículos turismos.

Mediante el pago de una cuota fija mensual durante un plazo determinado la compañía de renting garantiza el uso y disfrute del bien y se compromete a prestar diferentes servicios adicionales para su utilización, o sea, la compañía de renting alquila el bien al arrendatario. En una sola cuota se incluyen los servicios de mantenimiento, reparaciones, impuestos, seguro, etc.

Antes de la finalización del contrato, el usuario y la compañía acuerdan la renovación o no de la operación. Si no se renueva, el contrato termina con la devolución del bien. Al final del contrato el bien pasa a ser propiedad del proveedor.

VENTAJAS

Entre las ventajas más destacables en una operación de Renting, se encuentran:

- Económicas: Utilización del bien sin realizar desembolso por la totalidad de la inversión.
- Fiscales: El alquiler es, por propia definición, gasto fiscalmente deducible.

- Financieras: La operación de renting mejora la liquidez de la empresa, no han de realizarse grandes desembolsos.
- Técnicas: Permite adaptar la empresa a los constantes cambios que exige la evolución tecnológica del mercado.
- Contables: Por no ser propiedad del cliente, los bienes en alquiler no forman parte del inmovilizado de la empresa arrendataria. Las operaciones del renting se contabilizan de forma sencilla

DIFERENCIAS CON EL LEASING

	LEASING	RENTING
Finalidad	El contrato de Leasing va encaminado a la posesión final del bien y en este tipo de contrato si se refleja, desde el principio, la opción de compra al final del período. El leasing es una forma de financiar un bien.	En el contrato de Renting no figura opción de compra al final del período de contrato, sin embargo, si el cliente quiere puede optar por pagar el precio residual y quedarse con el bien. Se busca la funcionalidad más que la inversión en un bien.
Servicios	Los servicios de mantenimiento no se contemplan en el Leasing.	En un contrato de Renting, existen ventajas complementarias, como el mantenimiento del bien, el pago de reparaciones, de impuestos, seguros...
Contabilidad	El Leasing conlleva la afectación a las cuentas del pasivo por el importe de la deuda, así como, en el activo, cuentas de inmovilizado material, de gastos diferidos.	El Renting se puede considerar como simplemente un gasto (por cuotas)
Cuotas de arrendamiento	En el Leasing, las cuotas de arrendamiento financiero deberán aparecer expresadas en los respectivos contratos, diferenciando la parte que corresponde a la recuperación del coste del bien por la entidad arrendadora, excluido el valor de la opción de compra, y la carga financiera exigida por la misma, sin perjuicio de la aplicación del gravamen indirecto que corresponda.	En el Renting, estas cuotas aparecen expresadas en los respectivos contratos.
Duración	El contrato de Leasing exige una duración mínima de dos años, si se trata de bienes muebles, lo que le confiere una mayor rigidez, aunque se ha de	El Renting se caracteriza por su movilidad y flexibilidad para adaptarse a las necesidades del arrendatario y a la marcha de la empresa. No hay periodos

	señalar que, en cualquier caso, sus estipulaciones están basadas en la libertad de pactos de las partes. Es una operación orientada al medio y largo plazo.	mínimos de duración y está orientado al corto plazo, adaptándose en función de las necesidades al presupuesto de gastos de la compañía.
Al finalizar el contrato	En el Leasing se dan tres posibilidades: Que se devuelva el bien. Que se prorrogue el contrato. Que se haga efectiva la opción de compra.	En el Renting hay dos alternativas: Que se devuelva el bien Que se prorrogue la duración del contrato

FUENTES

BBVA. www.bbva.es

Manual del Emprendedor, EUROCEEI.

FACTORING

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

El Factoring es un contrato en virtud del cual una de las partes (cedente) cede a la otra (factor o empresa de Factoring) sus créditos comerciales o facturas frente a un tercero al objeto de que la sociedad de Factoring realice todos o alguno de los siguientes servicios:

- Gestión de cobro.
- Administración de cuentas.
- Cobertura de riesgos y financiación.

El Factoring es por tanto un acuerdo por el que la empresa cede a una compañía de Factoring los derechos de cobro de toda o parte de su facturación a corto plazo.

La compañía de Factoring pasa a ser el titular de la deuda frente al comprador, sea nacional o extranjero, y se encarga de hacer la gestión de cobro. La empresa cedente también tiene la posibilidad de asegurar el riesgo de insolvencia de los deudores.

- **Cedente:** poseedor de los créditos comerciales o las facturas frente al tercero.
- **Factor:** entidad de Factoring, que se hace cargo del cobro de esos créditos comerciales o facturas que el cedente le cede.

El Factoring lleva asociado unos determinados servicios:

- **Gestión de cobro:** La empresa de Factoring se encargará de cobrar a su vencimiento los créditos cedidos.
- El cedente no garantiza la solvencia del deudor, pero sí responde ante la entidad de Factoring de la legitimidad del crédito cedido.
- **Administración de cuentas:** La sociedad de Factoring facilitará al cliente toda la información relativa a la situación de los créditos y facturas cedidos:
 - Fecha de cesión
 - Fecha de vencimiento
 - Impago de facturas
 - Estado contable de la cuenta en la que se asientan las deudas...
- **Cobertura de riesgo:** La empresa de Factoring acuerda la cobertura del impago originado exclusivamente por el riesgo de insolvencia.
- **Financiación:** El cliente puede disponer de anticipos sobre los créditos cedidos, en función de un porcentaje especificado en el contrato.

Ventajas

1. Incrementa el flujo de Tesorería.
2. Ahorro de tiempo, ahorro de gastos y precisión en la obtención de informes comerciales sobre los clientes.
3. Permite la máxima conversión en dinero de la cartera de deudores y asegura el cobro de todos ellos.
4. Simplifica la contabilidad ya que nuestra empresa pasa a tener un solo cliente.
5. Agiliza y elimina tareas administrativas.

Inconvenientes

1. Costes elevados.
2. Se excluyen operaciones relacionadas con productos perecederos y de más de un año.
3. Se pasa a ser cliente

Pasamos a ser clientes de la empresa factor por lo que estamos sujetos al criterio de evaluación del riesgo de los distintos compradores.

FUENTES

BBVA. www.bbva.es

Manual del Emprendedor, EUROCEEI.

CONFIRMING

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Es un servicio mixto que ofrece gestionar los pagos a los proveedores de una empresa, ofreciendo a aquellos la posibilidad de cobrar las facturas con anterioridad a la fecha de vencimiento (financiar).

Las ventajas que ofrece el Confirming a sus Clientes:

- Refuerza la relación del cliente con sus proveedores.
- Homogeneiza el sistema de pago a proveedores.
- Evita costes de emisión de pagarés, cheques y letras de cambio, así como la manipulación de los mismos.
- Evita las incidencias que se producen en las domiciliaciones de recibos.
- Libera efectivos del Departamento de Administración relacionados con el trato a proveedores.
- Reduce las llamadas telefónicas de los proveedores para informarse sobre la situación de la facturación.
- Permite un mejor control y planificación de las necesidades de tesorería.
- Facilita financiación inmediata a los proveedores, cuando la entidad ofrece a los proveedores la posibilidad de anticipo.

Las ventajas que ofrece el Confirming a sus Proveedores:

- Agilidad y rapidez en la gestión de sus facturas emitidas.
- A través del Confirming, el proveedor recibe periódicamente notificaciones por escrito (confirmaciones) en las que se detalla el estado de sus facturas: número de factura, fecha de la factura, importe y fecha de vencimiento; de este modo, se elimina el trabajo administrativo que implica su seguimiento.
- Sistema de financiación rápido y fácil.

FUENTES

BBVA. www.bbva.es

Manual del Emprendedor, EUROCEEI.

DESCUENTO COMERCIAL

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

El descuento comercial es una operación de crédito a través de la cual se anticipa el importe del crédito no vencido instrumentado mediante efectos mercantiles (letras de cambio y otros) a cambio de la cesión o del endoso de los mismos a un precio determinado.

La finalidad es disponer anticipadamente del importe de las ventas realizadas a terceros instrumentadas mediante efectos comerciales. Admite tanto letras de cambio como pagarés, recibos o certificaciones.

La entidad financiera no asume el riesgo de impago, es decir, si finalmente el deudor no paga dichas facturas, el coste es asumido por el cliente.

Condiciones:

A tipo fijo

Forfait: tipo único de interés para cualquier plazo del papel.

Por tramos: tipo de interés variable según el plazo de vencimiento del papel.

A tipo variable (EURIBOR): en estos casos, la liquidación corresponde a la del tipo único.

Gastos asociados:

- De estudio: se adeuda en el momento de formalizar la operación.
- De gestión de cobro: varía en función de las características de los efectos (domiciliados o no, aceptados o no, etc.).
- Por devolución de efectos.
- Corretaje de fedatario público: generado por la intervención del contrato por el corredor de comercio.
- Timbres: impuesto de actos jurídicos documentados, que se devenga en el momento del descuento, cuando lo descontado no son letras de cambio, como pagarés, recibos...

Ventajas

- Dispone de mayor liquidez.
- Se puede cubrir las necesidades de financiación del circulante.
- Disponemos anticipadamente del importe de las ventas realizadas a terceros instrumentadas mediante efectos comerciales.

FUENTES

BBVA. www.bbva.es

La Caixa. www.lacaixa.es

Manual del Emprendedor, EUROCEEI.

PRESTAMO PARTICIPATIVO

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Las principales características del préstamo participativo son:

- La entidad prestamista recibirá un interés variable que se determinará en función de la evolución de la actividad de la empresa prestataria. Además podrán acordar un interés fijo con independencia de la evolución de la actividad.
- El prestatario sólo podrá amortizar anticipadamente el préstamo participativo si dicha amortización se compensa con una ampliación de igual cuantía de sus fondos propios.
- Los préstamos participativos en orden a la prelación de créditos se situarán después de los acreedores comunes.
- Los préstamos participativos se consideran patrimonio contable a los efectos de reducción de capital y liquidación de sociedades, previstas en la legislación mercantil.
- Todos los intereses pagados son deducibles en el Impuesto de Sociedades.

Ventajas

Para el prestatario:

1. La remuneración es deducible fiscalmente.
2. Evita la cesión de la propiedad de la empresa
3. Evita la participación de terceros en la gestión
4. Evita la posible entrada de socios hostiles
5. El carácter subordinado permite incrementar la capacidad de endeudamiento.
6. Adecua el pago de intereses en función de la evolución de la empresa
7. Plazo de amortización y carencia más elevados

Para la entidad prestamista:

8. Permite rendimientos previsibles y periódicos
9. Permite rendimientos a corto plazo
10. Más facilidades para desinvertir
11. Elimina dificultad de valoración de la empresa

12. Posibilita mayor rendimiento mediante la participación en los resultados

ENISA

ENISA es una empresa pública –dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa– que, desde 1982, participa activamente en la financiación de proyectos empresariales viables e innovadores con la fórmula de préstamos participativos principalmente.

FUENTES

Portal del Ministerio de Industria, Energía y Turismo www.ipyme.org

Están regulados por el Real Decreto 7/1996, de 7 de junio, y la Ley 10/1996 de 18 de diciembre.

ENISA, www.enisa.es

MEDIOS DE PAGO

TARJETAS DE CRÉDITO

Permiten realizar pagos u obtener dinero, hasta el límite fijado, sin necesidad de tener fondos en la cuenta bancaria en ese momento (a diferencia de lo que ocurre con las tarjetas de débito).

VENTAJAS

*La misma comodidad y seguridad que las tarjetas de débito

*Permite comprar ahora y pagar después

*Protección de emergencias: se podrá contar con dinero en caso de imprevistos.

INCONVENIENTES

*Normalmente hay que pagar comisiones y gastos de mantenimiento.

*Posibilidad de fraude en caso de robo o extravío.

*Si no se paga el saldo total cada mes hay que pagar un interés altísimo.

*Es fácil gastar el dinero que no se tiene y endeudarse en exceso.

TARJETAS DE DÉBITO

Son las que permiten utilizar los fondos depositados en la cuenta corriente o de ahorro a la que están asociadas. Con ellas se puede sacar dinero en oficinas y cajeros automáticos y también realizar pagos en comercios. En ambos casos la operación se registra de

manera inmediata en la cuenta, por lo que es necesario que existan fondos suficientes para hacer frente al pago o a la retirada de efectivo. Esta es la principal diferencia entre las tarjetas de débito y las de crédito.

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<p>*Comodidad de hacer pagos y retirar dinero con cargo a su cuenta, consultar saldos y movimientos, realizar transferencias, recargar el teléfono móvil y casi todas las demás operaciones posibles a través de cajeros automáticos.</p> <p>*Seguridad de no tener que llevar encima dinero en efectivo.</p> <p>*Facilidad para conseguirlas – casi cualquier persona con una cuenta a la vista puede tener una tarjeta de débito.</p> <p>*Mejor control de gastos – si no hay dinero no se pueden realizar compras. Esto evita la posibilidad de un exceso de endeudamiento.</p>	<p>*Normalmente hay que pagar comisiones y gastos de mantenimiento</p> <p>*Posibilidad de fraude en caso de robo o extravío.</p> <p>*Si no se paga el saldo total cada mes hay que pagar un interés altísimo.</p> <p>*Es fácil gastar el dinero que no se tiene y endeudarse en exceso.</p>

DINERO EN EFECTIVO

Los billetes y monedas en euros son hoy en día los únicos medios de pago de **curso legal** en España y dentro de la zona euro de la UE. Por lo tanto, ningún establecimiento comercial, banco, administración u otro acreedor puede oponerse al pago en efectivo, aunque sí podría rechazar otros medios de pago, como cheques personales y tarjetas de crédito. Además, todo acreedor puede exigir el pago en efectivo

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<p>*Aceptado en todos los sitios.</p> <p>*No es necesario identificarse.</p> <p>*Los abonos en efectivo son disponibles antes.</p> <p>*Evita las compras compulsivas.</p>	<p>*Inseguridad – peligro de robo o extravío.</p> <p>*Posibilidad de fraude.</p> <p>* No es posible utilizar dinero en efectivo como pago en internet.</p>

10. DOCUMENTOS MERCANTILES



¿Qué una letra de cambio?

¿Y un pagaré y un cheque?

¿Qué tipos de cheques y pagarés existen?

Los requisitos de una factura correcta.

¿Cómo puedo gestionar el impago de los documentos mercantiles?

LETRA DE CAMBIO	CHEQUE
PAGARÉ	FACTURA
GESTIÓN DE IMPAGOS	

LETRA DE CAMBIO

CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS

Es un documento mercantil aceptado como medio de pago, mediante el cual una persona (librador) ordena a otra (librado) que pague una determinada cantidad de dinero, al propio librador o a un tercero (beneficiario), al vencimiento de la misma.

Intervienen una serie de sujetos: El librador: emite la letra de cambio, y ordena la realización del pago.

- El librado: quien ha de pagar la letra de cambio.
- El tenedor o beneficiario: posee el documento, y por lo tanto quien recibirá el pago.

Para que sea válida, la Letra de Cambio ha de incluir necesariamente:

- La denominación de “Letra de Cambio” inserta en el propio documento.
- El mandato puro y simple de pagar una suma determinada en moneda nacional o moneda extranjera admitida a cotización: dicho importe se debe expresar en números y en letra (si hay contradicción entre el importe indicado en número y el indicado en letra, prevalecerá el indicado en letra).
- El nombre de la persona que ha de pagar (librado).
- La indicación del vencimiento: en caso de que la letra de cambio no indique el vencimiento, se considerará pagadera a la vista.
 - A fecha fija: pagadera en la fecha concreta que expresamente se establece en la letra.
 - A un plazo contado desde la fecha: se establece como vencimiento uno o varios meses después de la emisión de la letra. En estos casos, el plazo se determinará computándose los meses de fecha a fecha.
 - A la vista: pagadera en el momento de su presentación. Las letras a la vista han de presentarse al cobro dentro del año siguiente al que fueron libradas.
 - A un plazo contado desde la vista: el vencimiento se producirá cuando transcurra el plazo que en la misma se establece desde su aceptación o, en defecto de ésta, desde la realización del protesto o declaración equivalente.
- El lugar de pago.
- El nombre de la persona a quien se ha de hacer el pago o a cuya orden se ha de efectuar (tomador).
- Fecha y lugar en el que se libra la letra.
- La firma de quien emite la letra (librador).

Una Letra de Cambio puede girarse en las siguientes modalidades:

- A la orden del propio librador: el beneficiario de la letra de cambio es el librador.
- Contra el propio librador: se da cuando el propio librador se constituye también como librado, comprometiéndose, pues, a pagar la deuda contenida en la letra de cambio a un tercero (él emite la letra y además se compromete al pago).
- Por cuenta de un tercero: en este caso, se determina que el beneficiario de la letra de cambio será un tercero distinto al librador y al librado.

CONSEJOS PARA UTILIZAR LA LETRA DE CAMBIO

Cuando se transmiten los derechos de crédito derivados de una Letra de Cambio se denomina “endoso”. Se realiza mediante la inclusión de una cláusula en la propia letra de cambio, que tendrá que estar firmada por el endosante (quien endosa la letra a un tercero). No es posible realizar un endoso parcial, esto es, de parte de la cantidad que figura en la letra.

Si el librado no “acepta” la Letra de Cambio, no habrá reconocido su obligación de pago, por lo que no tendrá obligación de pagar la deuda contenida en la misma al beneficiario o tenedor de la Letra cuando ésta se presente al cobro. La aceptación la realiza el librado mediante la firma de la Letra.

Si existen avalistas de la Letra, sólo responderán del pago si ésta ha sido aceptada por el librador. Además, si la aceptación fue parcial, también lo será el aval.

Se podrán ejercer acciones contra el avalista si la Letra, una vez presentada al cobro, resulte impagada y se levante el protesto por la falta de pago.

EJEMPLO



Este es un formulario de Letra de Cambio con Protesto Notarial. Incluye campos para el lugar de libranza, moneda (Euros), importe, fecha de vencimiento, y datos de la persona o entidad beneficiaria. El formulario está dividido en secciones para el ACEPTO, el LIBRADO, y el LIBRADOR. El valor de la letra es de 0,06 €. El formulario también incluye un sello de la Clase 14 y un espacio para el protesto notarial.

FUENTES

Ley 19/1985, de 16 de julio, Cambiaria y del Cheque.

Banco de España.

Comisión Nacional Mercado de Valores.

www.bbva.es

www.edufinet.com

CHEQUE

CONCEPTO

Mediante este documento, una persona ordena a una entidad bancaria en la que tiene dinero, que pague una determinada suma a otra persona. Fundamentalmente se emplea para pagar algo sin utilizar físicamente el dinero, y es un instrumento utilizado con frecuencia, a pesar de existir otras opciones de pago, como transferencias bancarias o las tarjetas de crédito/débito. En el cheque intervienen una serie de sujetos:

- El librador: es la persona o empresa que emite y firma el cheque.
- El librado: es la entidad bancaria que paga el importe del cheque.
- El tenedor o beneficiario: es la persona o empresa que puede cobrar el cheque.

CARACTERÍSTICAS

- Es un documento pagadero a la vista (se paga cuando se presenta en la entidad financiera) y tiene que hacerse efectivo sin restricción alguna (siempre que haya dinero en la cuenta). Además, si se presenta al cobro antes de la fecha de emisión, también se pagaría el día de la presentación.
- Si los fondos del que emite el cheque no son suficientes para cubrir la totalidad del importe, la entidad lo ha de pagar parcialmente.
- El cheque emitido y pagadero en España deberá ser presentado a su pago en un plazo de 15 días, para los emitidos en el resto de Europa son 20 días y para los emitidos en el resto del mundo son 60 días.

Para que sea válido, es imprescindible que incluya la siguiente información:

- La denominación “cheque” inserta en el texto.

- La orden de pagar la cantidad que en él se indica.
- El nombre de la entidad bancaria que ha de pagar.
- La firma de quien expide el cheque.

TIPOS DE CHEQUES

- **Al portador.** El beneficiario del mismo no es una persona concreta, simplemente es quien lo tenga en su poder.
- **Nominativo.** Cheque extendido a favor de una persona determinada, cuyo nombre aparece reflejado en el propio documento.
- **Cheque cruzado.** Se emplea para asegurar que será cobrado a través de una entidad bancaria o directamente en una sucursal de la entidad librada. Se dice que está “cruzado” cuando presenta dos líneas paralelas en su anverso, que cruzan el cheque en sentido transversal. Si el tenedor es cliente de la entidad librada podrá cobrarlo en efectivo, mientras que si no es cliente lo deberá cobrar mediante ingreso en una cuenta bancaria.
- **Cheque para abonar en cuenta.** Sólo se puede cobrar mediante el abono en una cuenta bancaria. En el anverso debe incluir la expresión "abonar en cuenta".
- **Cheque conformado.** En el momento en que se emite, la entidad librada certifica que existen fondos suficientes en la cuenta correspondiente para pagarlo. En ese caso, la entidad anota en el documento la expresión "conformado", "certificado" u otra parecida, y en el reverso la entidad que presta la conformidad estampará un sello con especial indicación de las características de la conformidad, y la firma. Para garantizar la operación, la entidad retiene al que expide el cheque la cantidad necesaria para pagarlo, además de la comisión que corresponda.
- **Cheque bancario:** El que firma el cheque (el librador) es la propia entidad bancaria que debe pagarlo (el librado).

CONSEJOS PARA COBRAR UN CHEQUE

Existen tres opciones a la hora de cobrar un cheque:

- En efectivo. No hay que pagar comisión, salvo que pretenda cobrar el cheque en una oficina distinta a la de la entidad que lo paga, en cuyo caso le pueden exigir una comisión por comprobación de saldo y firma.
- Abonarlo en una cuenta suya en la misma entidad. No hay que pagar comisión.
- Abonarlo en una cuenta suya en una entidad distinta a la que lo paga. Por lo general, le cobrarán comisión.

- Es necesario identificar mediante NIF a la persona que cobre el cheque, cuando éste sea superior a 3.005,06 € o sea un cheque librado por una entidad.

CONSEJOS PARA PAGAR UN CHEQUE

A la hora de emitir un cheque, es importante que este derecho venga reflejado en el contrato de nuestra cuenta bancaria, algo bastante extendido entre las cuentas corrientes, pero no entre las cuentas de ahorro. La entidad normalmente se lo cargará en cuenta el mismo día de su cobro por ventanilla o ingreso, si se presenta directamente por el beneficiario en la oficina librada. Pero si el cheque se ha ingresado en una cuenta de un banco distinto, el cheque será cargado al cabo de 2 o 3 días. Si queremos tener constancia de la persona que ha cobrado el cheque, es aconsejable extenderlo nominativo y cruzado a abonar en cuenta.

EJEMPLOS



FUENTES

Ley 19/1985, de 16 de julio, Cambiaria y del Cheque.

Banco de España.

Comisión Nacional Mercado de Valores.

www.bbva.es

www.edufinet.com

PAGARÉ

CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS

Documento mediante el cual una persona física o jurídica (firmante / librado) se compromete a efectuar un pago a otra persona (beneficiario) en una fecha futura.

Intervienen una serie de sujetos:

- El firmante o librado: emite el Pagaré y se compromete a pagar la cantidad indicada en el mismo, en una fecha determinada.
- El tenedor o beneficiario: posee el documento, y por lo tanto quien recibirá el pago de la suma de dinero.
- El avalista: garantiza el pago del pagaré

Para que sea válido, el pagaré ha de incluir necesariamente:

- La denominación de “Pagaré” inscrita en el propio documento.
- La promesa pura y simple de pagar una suma determinada en moneda nacional o moneda admitida a cotización.
- La indicación del vencimiento: en caso de que el pagaré no indique el vencimiento, se considerará pagadero a la vista.
- El lugar de pago.
- El nombre de la persona a quien se ha de hacer el pago o a cuya orden se ha de efectuar
- La fecha y el lugar en que se firme el pagaré.
- La firma del que emite el pagaré (firmante).

DIFERENCIA CON OTROS DOCUMENTOS NEGOCIABLES

El Pagaré determina el momento en que podrá cobrarse, mientras que esto no ocurre con el cheque, ya que éste es pagadero a la vista. El Pagaré es emitido por la persona que va a afrontar el pago. Pero una Letra de Cambio es emitida por el acreedor. Al igual que los cheques, los pagarés pueden ser “al portador” o “endosables” y pueden ser emitidos por empresas, por el Estado o por particulares.

EJEMPLO



The image shows a check from Santander Central Hispano. The bank name is in a red box at the top left. The location is 'SEVILLA'. The currency is 'EUR'. The check includes fields for 'Entidad', 'Oficina', 'D. C.', and 'Número de cuenta' (all redacted), 'CCC', and 'IBAN'. The amount is written in 'Euros'. The phrase 'Por este pagaré me comprometo a pagar el día del vencimiento indicado' is visible. The word 'pagaré' is written in large, stylized letters across the center. The bottom of the check has a barcode area.

FUENTES

Ley 19/1985, de 16 de julio, Cambiaria y del Cheque.

Banco de España.

Comisión Nacional Mercado de Valores.

www.bbva.es

www.edufinet.com

Banco Santander Central Hispano

FACTURA

REQUISITOS

El artículo 6 del RD 1496/2003 que regula el contenido de una factura establece que los campos obligatorios de una factura son:

- Núm. Factura
- Fecha expedición
- Razón Social emisor y receptor
- NIF emisor y “receptor”
- Domicilio emisor y receptor
- Descripción de las operaciones (base imponible)
- Tipo impositivo

- Cuota tributaria
- Fecha prestación del servicio (si distinta a expedición)

Para cumplir con la norma y que una factura electrónica tenga la misma validez legal que una emitida en papel, el documento electrónico que la representa debe contener los campos obligatorios exigibles a toda factura, estar firmado mediante una firma electrónica avanzada basado en certificado reconocido y ser transmitido de un ordenador a otro recogiendo el consentimiento de ambas partes.

OBLIGACIONES

El expedidor de la factura tiene las siguientes obligaciones:

1. **Reglamento sobre Facturación Electrónica**

La Orden 962/2007, de 10 de abril, desarrolla determinadas disposiciones sobre facturación telemática y conservación electrónica de facturas, contenidas en el Real Decreto 1496/2003, que es el reglamento de facturación. Al respecto del consentimiento del destinatario, se encuentra recogido en el Artículo 2 de la citada Orden, donde dice que el consentimiento podrá formularse de forma expresa por cualquier medio, verbal o escrito.

2. **Creación de la factura**

Mediante una aplicación informática, con los contenidos obligatorios mínimos requeridos.

3. **Firma electrónica reconocida**

4. **Remisión telemática**

5. **Conservación de copia o matriz de la Factura**

Esta obligación se regula en el artículo 1 del RD 1496/2003, donde se especifica la obligación de expedir, entregar y conservar facturas.

También han existido dudas sobre si las facturas electrónicas pueden emitirse en copia o sólo se debe guardar la matriz. Al respecto la Agencia Tributaria lo ha aclarado en el borrador antes citado (Art. 5) con la siguiente definición:

“Se entiende por Matriz de una factura (...) un conjunto de datos, tablas, base de datos o sistemas de ficheros que contienen todos los datos reflejados en las facturas junto a los programas que permitieron la generación de las facturas...”

6. **Contabilización y anotación en registros de IVA**

7. **Conservación durante el período de prescripción**

8. **Garantía de accesibilidad completa**

Deber de gestionar las facturas de modo que se garantice una accesibilidad completa: Visualización, búsqueda selectiva, copia o descarga en línea e impresión.

Esta es una obligación inherente a la conservación de las facturas por medios electrónicos que el legislador denomina acceso completo a datos, tratando de facilitar la auditoría e inspección de las facturas electrónicas. (Artículo 9 del RD 1496/2003)

9. Subcontratación a un tercero

Todas las fases anteriores pueden ser subcontratadas a un tercero, sin perder su responsabilidad.

Regulado en el artículo 5.1 del RD 1496/2003 el legislador deja claro en ese mismo párrafo que, aunque se permite la subfacturación a terceros, es el obligado tributario el responsable de cumplir todas estas obligaciones.

Y el destinatario de la factura tiene las siguientes obligaciones:

1. Recepción de la factura por medio electrónico
 - Verificación de los contenidos mínimos exigibles y
 - Verificación segura de la firma electrónica.
Regulado en el artículo 21 e inherente a las obligaciones de la conservación de las facturas electrónicas se indica que:
“el destinatario se debe asegurar de la legibilidad en el formato original en el que se haya recibido, así como, en su caso, de los datos asociados y mecanismo de verificación de firma”.
A diferencia del emisor, al que se permite construir la factura desde la matriz, el destinatario debe conservar los originales firmados.
2. Contabilización y anotación en registros de IVA
3. Conservación durante el período de prescripción
4. Deber de gestionar las facturas de modo que se garantice una accesibilidad completa
 - visualización,
 - búsqueda selectiva,
 - copia o
 - descarga en línea e impresión.
5. Todas las fases anteriores puede subcontratarlas a un tercero, sin perder su responsabilidad

VENTAJAS DE LA FACTURA ELECTRÓNICA

Entre las muchas ventajas de la facturación electrónica se encuentran:

- Ahorro de costes.
- Mejora de la eficiencia.
- Integración con las aplicaciones de gestión internas, de la empresa.

- Optimización de la tesorería.
- Obtención de información en tiempo real.
- Reducción de tiempos de gestión.
- Agilidad en la toma de decisiones.
- Administración y contabilidad automatizadas.
- Disminución de costes de los documentos en papel.
- Control de acciones erróneas.
- Uso eficaz de los recursos financieros.
- Flujos de transacciones agilizados.
- En el futuro será obligatorio para la facturación a muchas Administraciones Públicas.

FUENTES

Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. www.facturae.es

GESTIÓN DE IMPAGOS DOCUMENTOS NEGOCIABLES

La Letra de Cambio, el Cheque y el Pagaré son títulos de crédito que llevan aparejada ejecución. Por tanto, en caso de impago, puede interponerse un juicio ejecutivo para reclamar el importe que no nos han pagado, los intereses y gastos correspondientes. El plazo para interponer la acción ejecutiva es de 3 años, y las acciones judiciales que pueden interponerse en el caso de impago serán las mismas para los tres tipos de documentos.

Se trata del Juicio Cambiario, un procedimiento especial cuya finalidad es agilizar el cobro de aquellas deudas que están documentadas en efectos cambiarios (Letra de Cambio, Cheque o Pagaré).

La deuda cambiaria debe ser líquida y vencida. Es decir, “líquida” significa que el documento muestre la obligación del deudor de pagar una cantidad determinada expresada en euros o, en su caso, en moneda extranjera que este admitida a cotización oficial. Y “vencida” se refiere a que se haya cumplido la fecha fijada en el documento para hacer efectivo el pago del mismo, sin que se haya hecho efectiva por el deudor.

Para iniciar el proceso, la demanda deberá ir acompañada de los siguientes documentos:

- Documentos cambiarios impagados.
- Acreditar si se ha efectuado el protesto¹ por falta de pago, o declaración sustitutiva del protesto realizada por las entidades financieras.

- Será necesaria la representación procesal mediante abogado y procurador.

Es vital la acreditación del protesto o declaración sustitutiva realizada por el banco, de ello depende el acceso a este procedimiento especial. La solicitud inicial para el Juicio Cambiario habrá de presentarse ante el Juzgado de Primera Instancia del domicilio del demandado.

El tribunal analizará, por medio de auto, la corrección formal del título cambiario y, si lo encuentra conforme, adoptará, sin más trámites, las siguientes medidas:

- Requerir al deudor para que pague en el plazo de diez días.
- Ordenar el inmediato embargo preventivo de los bienes del deudor por la cantidad que figure en el título ejecutivo, más otra para intereses de demora, gastos y costas, por si no se atendiera el requerimiento de pago.

Opción 1: Si el deudor pagase en el acto del requerimiento o antes del despacho de la ejecución, se pondrá la suma de dinero a disposición del demandante, se entregará al deudor justificante del pago realizado, se procederá a finalizar el Juicio Cambiario, haciéndose cargo de las costas el propio deudor.

Opción 2: Pero también existiría la posibilidad de que el deudor se oponga a la demanda de Juicio Cambiario. En este sentido, la Ley de Enjuiciamiento Civil (LEC) establece que en los diez días siguientes al del requerimiento de pago, el deudor podrá interponer demanda de oposición al juicio cambiario. El deudor cambiario podrá oponer al tenedor de la letra las excepciones basadas en sus relaciones personales con él. También podrá oponer aquellas excepciones personales que él tenga frente a los tenedores anteriores si al adquirir la letra el tenedor procedió a sabiendas en perjuicio del deudor. El demandado cambiario podrá oponer, además, las excepciones siguientes:

1. La inexistencia o falta de validez de su propia declaración cambiaria, incluida la falsedad de la firma.
2. La falta de legitimación del tenedor o de las formalidades necesarias de la letra de cambio, conforme a lo dispuesto en esta Ley.
3. La extinción del crédito cambiario cuyo cumplimiento se exige al demandado.

Si el deudor presenta el escrito de oposición, el Secretario judicial dará traslado de él al acreedor con citación para la vista conforme a lo dispuesto en la LEC para los juicios verbales.

Si no compareciese el deudor a la vista, el tribunal le tendrá por desistido de la oposición, se despachará ejecución por las cantidades reclamadas y se trabaré embargo sobre los bienes del deudor. Si el que no comparece es el acreedor, el tribunal resolverá lo procedente sin oírle sobre la oposición formulada por el deudor. El último paso, según indica la LEC, para el caso de que existiese oposición, en el plazo de diez días, el tribunal dictará sentencia resolviendo sobre la oposición.

Opción 3: Por último, cuando el deudor no paga ni interpone demanda de oposición en el plazo establecido, el Tribunal despachará ejecución por las cantidades reclamadas y tras ello el Secretario judicial tramará embargo si no se hubiera podido practicar.

FUENTES

Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

Ley 19/1985, de 16 de julio, Cambiaria y del Cheque.

Banco de España.

Comisión Nacional Mercado de Valores.

www.bbva.es

www.edufinet.com

11. PROPIEDAD INDUSTRIAL



¿Qué es la Propiedad Industrial e Intelectual?

¿Cómo puedo patentar mi invento?, ¿Dónde?

¿Mi nombre de la empresa es mi marca, la puedo registrar?

Quiero diseñar un producto, ¿se puede registrar?

¿Qué es un modelo de utilidad?

PROPIEDAD INTELECTUAL	NOMBRE DE LA EMPRESA
MARCA	NOMBRE COMERCIAL
PATENTE	MODELO DE UTILIDAD
DISEÑO INDUSTRIAL	ROTULO DE ESTABLECIMIENTO

PROPIEDAD INTELECTUAL

En España la Propiedad Industrial protege todas las creaciones que están relacionadas con la industria: patentes y modelos de utilidad, signos distintivos y diseños.

Por el contrario la Propiedad Intelectual se reserva para la protección de las creaciones del espíritu en las que queda plasmada la personalidad del autor, tratándose de creaciones únicas y no producidas industrialmente o en serie.

Dichas creaciones pueden ser obras literarias y artísticas como las novelas, poemas y obras de teatro, películas, obras musicales, obras de arte, dibujos, pinturas, fotografías y esculturas o diseños arquitectónicos.

Para cada una de ellas existen leyes diferentes y los organismos encargados de su gestión son también distintos: la Oficina Española de Patentes y Marcas interviene en el reconocimiento de los derechos de propiedad industrial y el Registro de la Propiedad Intelectual en el de los derechos de Propiedad Intelectual.

Respecto a la Propiedad Intelectual hay que indicar que existen Registros Territoriales en varias Comunidades Autónomas, integrados en el Registro General de la Propiedad Intelectual. En la página web <http://www.mcu.es/propiedadInt/CE/RegistroPropiedad/Direcciones.html> pueden encontrarse las direcciones y teléfonos de las distintas oficinas del Registro General de la Propiedad Intelectual. Dichos Registros Territoriales son los competentes para la tramitación y resolución de los expedientes de inscripción o anotación relativos a los interesados que presenten sus solicitudes en su ámbito territorial; por tanto, para cualquier consulta con respecto a la inscripción de los derechos sobre una obra artística o cualquier otra clase de obra deberá dirigirse al Registro Territorial competente o a alguna de sus Oficinas Delegadas. El Registro Central, a través de las Oficinas Provinciales, es el competente para tramitar las solicitudes de los interesados que presenten sus solicitudes en cualquiera de las restantes Comunidades Autónomas.

FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. <http://www.mcu.es/propiedadInt>

NOMBRE DE LA EMPRESA

A la hora de denominar nuestro proyecto empresarial suelen surgir las dudas relativas a ¿Qué nombre le pongo a la empresa?, ¿Dónde se registra?, ¿es lo mismo el nombre que me expide el Registro Mercantil que por el que yo soy conocido entre mis clientes?, ¿Y podría registrar ese nombre por el que yo soy conocido en mi mercado aún siendo diferente del que registre en el Registro Mercantil?, y además ¿el registro de dominio puede ser igual, o diferente y donde se registra?...esta y muchas más preguntas las resuelve muy claramente las “preguntas frecuentes de la pagina web de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

Tanto la marca y como el nombre comercial son signos distintivos que se protegen mediante títulos otorgados por el Estado y que confieren a su titular el derecho exclusivo de utilizarlos en el tráfico económico, e impedir a otros la utilización en España de los signos distintivos protegidos u otros idénticos o similares aplicados a productos o servicios idénticos o semejantes.

La **marca** es un signo que permite a los empresarios distinguir sus productos o servicios frente a los productos o servicios de los competidores.

El **nombre comercial** es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para identificarla, individualizarla y distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

La constitución de una sociedad mercantil o de una entidad inscribible en un Registro Mercantil, exige la obtención previa en el Registro Mercantil Central de una certificación favorable que recoja la expresión denominativa con la que va a ser identificada la sociedad como sujeto de derechos y obligaciones en todas sus relaciones jurídicas y a esto se refiere lo que es la **denominación social**.

El nombre comercial no es preciso que coincida con la denominación social y puede elegirse, por tanto, un nombre comercial diferente de la denominación social. Una misma persona natural o jurídica puede tener, si lo desea, varios nombres comerciales para identificar actividades empresariales pertenecientes a diferentes sectores del tráfico económico.

Así, un pastelero registraría como nombre comercial el que utilice en sus actividades empresariales de obrador y que sirva para diferenciarlo de otros empresarios. Su denominación social es la que debe emplear, por ejemplo, para firmar contratos o dar de alta a trabajadores en la seguridad social. El signo o nombre con que comercialice los dulces será la marca del producto. Todos estos signos pueden ser, a elección del empresario, iguales o diferentes, según su conveniencia.

En un símil que utiliza con acertado criterio la OEPM es que con la persona física la denominación social sería el “nombre civil” de la persona física y el nombre comercial sería el “nombre artístico” con que dicha persona se presenta a sus clientes en el mercado.

Las marcas y nombres comerciales se inscriben en la Oficina Española de Patentes y Marcas, y las denominaciones sociales en el Registro Mercantil Central

Y por otro lado el nombre de dominio que es la dirección de una empresa, organización, asociación o persona en Internet, y permite que su información, sus productos y/o servicios sean accesibles en todo el mundo a través de la red. Tiene una doble utilidad:

- Es su identificador en Internet, que sirve para identificar a su empresa o a las marcas de sus productos y servicios en la red.
- Es su dirección en la red, siendo la forma más fácil, rápida e intuitiva para localizar un sitio en Internet.

Existen tres niveles de dominios de Internet:

- Dominios de **primer nivel** son los que acaban en com, gob, edu , org (entre otros) y son asignados por instituciones designadas por el **ICANN**. El registro de nombres de dominio bajo **.com**, **.org** y **.net** no está sometido a ningún tipo de comprobación previa, se asignan siguiendo el principio de “primero en llegar primero servido”.
- Los nombres de dominio de **segundo nivel** son los que identifican el país. En España corresponde a **Red.es** la asignación de estos dominios, que se otorgan (si cumple los requisitos) al primero que lo solicita. No podrán ser objeto de solicitud como nombres de dominio aquellos que hayan sido previamente asignados. También tienen que cumplir con normas de sintaxis y no pueden incluir términos reservados recogidos en una serie de listas (términos de internet, y términos relativos a instituciones nacionales o internacionales), tal y como dispone la normativa correspondiente.
- También corresponde a RED.es la asignación de dominios de **tercer nivel**: “.com.es”, “.nom.es”, “.org.es”, “.gob.es” y “.edu.es”. Estos nombres de dominio de tercer nivel se asignarán atendiendo un criterio de prioridad temporal en la solicitud. No podrán ser objeto de solicitud los nombres de dominio que hayan sido previamente asignados. En la asignación de nombres de dominio con los indicativos “.gob.es” y “.edu.es” se verificará con carácter previo a su asignación el cumplimiento de los requisitos de legitimación contenidos en la normativa vigente, así como el cumplimiento de las normas de sintaxis. Los nombres de dominio de tercer nivel bajo los indicativos “.com.es”, “.nom.es”, “.org.es”, también tienen que cumplir con normas de sintaxis y no pueden incluir términos reservados recogidos en una serie de listas (términos de internet, y términos relativos a instituciones nacionales o internacionales), tal y como dispone la normativa correspondiente.

FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es

MARCA

DEFINICIÓN

La marca es el signo que distingue en el mercado los productos o servicios de una empresa, ya sea ésta de carácter individual o social.

La marca es un signo distintivo. Su función es la de diferenciar e individualizar en el mercado unos productos o servicios de otros productos o servicios idénticos o similares, así como identificar su origen empresarial y, en cierta manera, ser un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas.

La marca es, pues, el signo distintivo usado por el empresario para diferenciar en el mercado sus productos o servicios de los productos o servicios de los competidores.

TIPOS DE MARCAS

- DENOMINATIVAS: las denominaciones arbitrarias o de fantasía. Las razones sociales, seudónimos y nombres propios. Las cifras, letras...
- GRÁFICAS: los símbolos gráficos, logotipos, dibujos, etc.
- MIXTAS: la combinación de elementos denominativos y gráficos.
- TRIDIMENSIONALES: los envases y envoltorios, la forma del producto, etc.
- SONORAS: Siempre que dichos sonidos en que consista la marca puedan ser representados gráficamente.

EXCEPCIONES

Además hay una serie de limitaciones, entre otras:

- Los signos no susceptibles de representación gráfica. Por ejemplo, los signos táctiles, gustativos, olfativos y sonoros cuando no puedan ser representados gráficamente.
- Los que sean contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres.
- Los que puedan inducir al público a error.

REGISTRO DE LA MARCA

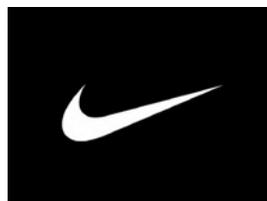
Una vez consultado el localizador de marcas que se ubica en la web de la Oficina Española de Patentes y Marcas y contrastada la idoneidad de la marca se han de seguir los siguientes pasos para su registro.

Además es necesario consultar la clase en la que se quiere registrar la marca. El listado de clases se desglosa en la Clasificación de Niza.

Los pasos a seguir para el registro serían:

1. Cumplimentar los impresos. Desde la página web de la OEPM (www.oepm.es) puede ser cumplimentado y descargado el impreso de solicitud. La solicitud de registro también puede presentarse electrónicamente, cumplimentando en línea el correspondiente formulario electrónico. Este sistema conlleva una reducción de las tasas de solicitud del 15%.
2. El pago de la tasa por cada clase solicitada de solicitud debe efectuarse mediante ingreso en la Oficina de la Caixa .Si dispone de un DNI electrónico o certificado digital de clase 2, puede realizar el pago a través de la web de la OEPM: “Trámites en línea: Pago telemático”,
3. La tramitación de la solicitud tiene una duración aproximada de entre 8 y 15 meses.
4. Al cumplirse los 10 años de la fecha de solicitud debe solicitar la renovación por diez años, si quiere mantener en vigor el registro.

EJEMPLOS



FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es.

Ley 17/2001, de 7 de diciembre de Marcas.

NOMBRE COMERCIAL

DEFINICIÓN

El nombre comercial es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

El nombre comercial es, por tanto, un signo distintivo. Su función es la de diferenciar e individualizar a una empresa en el tráfico mercantil y distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o semejantes; tiene una función importante, pues sirve para canalizar la propia clientela.

TIPOS DE NOMBRES COMERCIALES

DENOMINATIVAS: las denominaciones arbitrarias o de fantasía. Las razones sociales, seudónimos y nombres propios. Las cifras, letras...

GRÁFICAS: los símbolos gráficos, logotipos, dibujos, etc.

MIXTAS: la combinación de elementos denominativos y gráficos.

TRIDIMENSIONALES: los envases y envoltorios, la forma del producto, etc.

SONORAS: Siempre que dichos sonidos en que consista la marca puedan ser representados gráficamente.

EXCEPCIONES

Además hay una serie de limitaciones, entre otras:

- Los signos no susceptibles de representación gráfica. Por ejemplo, los signos táctiles, gustativos, olfativos y sonoros cuando no puedan ser representados gráficamente.
- Los que sean contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres.
- Los que puedan inducir al público a error.

REGISTRO DEL NOMBRE COMERCIAL

Una vez consultado el localizador de marcas que se ubica en la web de la Oficina Española de Patentes y Marcas y contrastada la idoneidad de la marca se han de seguir los siguientes pasos para su registro.

Además es necesario consultar la clase en la que se quiere registrar la marca. El listado de clases se desglosa en la Clasificación de Niza.

Los pasos a seguir para el registro serían:

1. Cumplimentar los impresos. Desde la página web de la OEPM (www.oepm.es) puede ser cumplimentado y descargado el impreso de solicitud. La solicitud de registro también puede presentarse electrónicamente, cumplimentando en línea el correspondiente formulario electrónico. Este sistema conlleva una reducción de las tasas de solicitud del 15%.
2. El pago de la tasa por cada clase solicitada de solicitud debe efectuarse mediante ingreso en la Oficina de la Caixa .Si dispone de un DNI electrónico o certificado digital de clase 2, puede realizar el pago a través de la web de la OEPM: "Trámites en línea: Pago telemático",
3. La tramitación de la solicitud tiene una duración aproximada de entre 8 y 15 meses.
4. Al cumplirse los 10 años de la fecha de solicitud debe solicitar la renovación por diez años, si quiere mantener en vigor el registro.

FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es
Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

PATENTE

DEFINICIÓN

Una Patente es un título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva una invención, impidiendo a otros su fabricación, venta o utilización sin consentimiento del titular. Como contrapartida, la patente se pone a disposición del público para general conocimiento. El derecho otorgado por una patente no es tanto el de la fabricación, el ofrecimiento en el mercado y la utilización del objeto de la patente sino, sobre todo y singularmente, "el derecho de excluir a otros" de la fabricación, utilización o introducción del producto o procedimiento patentado en el comercio.

La patente se puede referir a un procedimiento nuevo, un aparato nuevo, un producto nuevo o un perfeccionamiento o mejora de los mismos.

QUE SE PUEDE PATENTAR

Se puede patentar las invenciones que tengas tres requisitos:

1. **Novedad.** Se considera que una invención es nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica.
2. **Actividad inventiva.** Se considera que una invención implica actividad inventiva si aquélla no resulta del estado de la técnica de una manera evidente para un experto en la materia.
3. **Aplicación industrial.** Se considera que una invención es susceptible de aplicación industrial cuando su objeto puede ser fabricado en cualquier tipo de industria, incluida la agrícola.

Los requisitos de patentabilidad se juzgan en relación con el estado de la técnica, el cual está constituido por todo lo que antes de la fecha de presentación de la solicitud se ha hecho accesible al público en España o en el extranjero por una descripción escrita u oral, por una utilización o por cualquier otro medio.

QUE NO SE PUEDE PATENTAR

Entre otros:

- Los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos.
- Las obras literarias o artísticas o cualquier otra creación estética, así como las obras científicas.
- Los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, para juegos o para actividades económico-comerciales, así como los programas de ordenador.
- Las formas de presentar información.
- Los métodos de tratamiento quirúrgico o terapéutico del cuerpo humano o animal, ni los métodos de diagnóstico aplicados al cuerpo humano o animal.

DURACIÓN DE LA PATENTE

La patente tiene una duración de veinte años improrrogables, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y produce sus efectos desde el día en que se publica la mención de la concesión en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial.

COSTE DE TRAMITACIÓN Y REGISTRO

Para una patente nacional el coste en tasas a satisfacer a la OEPM varía entre* 750€, si la patente se concede por el procedimiento general, y 1200€ si se utiliza el procedimiento con examen previo. Estas tasas son independientes del campo técnico o de la complejidad de la invención que se quiere registrar. Si la solicitud se presenta por vía electrónica se obtiene un descuento del 15% en la tasa de depósito. A esta cantidad hay que añadir el coste que debe asumir el solicitante en la preparación de la documentación para presentar la solicitud. Además para mantener estos derechos hay que hacer frente a unas tasas anuales de mantenimiento que aumentan progresivamente (desde alrededor de 23€ para la tercera anualidad hasta 633€ para la vigésima (solo aplicable a patentes). El importe de estas tasas se actualiza anualmente a través de la Ley de Presupuestos Generales del Estado y figuran, siempre actualizadas, en la página web de la OEPM.

PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

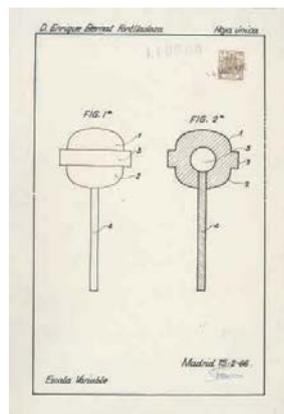
1. Rellenar los impresos de acuerdo con los ejemplos que se adjuntan en los anexos de la página web de la OEPM (www.oepm.es) que está en el apartado de “UTILIDADES/Formularios”.
2. Abonar la tasa de solicitud. Las cantidades que figuran en la hoja adicional que se le proporcionará y que figuran también en el apartado de “UTILIDADES/Tasas”, de la página Web de la Oficina. El pago se debe efectuar mediante ingreso en la una oficina de La Caixa.
3. La tramitación de la solicitud de patente dura un mínimo de treinta meses, en función del procedimiento por el que se opte, con o sin examen previo, así como de las posibles interrupciones del procedimiento debidas a defectos en la solicitud. De cualquier incidencia que se produzca durante el procedimiento de concesión se dará traslado por escrito al solicitante.
4. Contra cualquier resolución dictada por la Oficina, podrá interponer recurso de alzada en el plazo de un mes contado desde la publicación de la resolución en el Boletín Oficial de Propiedad Industrial (BOPI).

PROTECCIÓN EN EL EXTRANJERO

La protección en el extranjero se obtiene de varias formas:

- Presentando una solicitud en cada país en el que se desee obtener la protección
- Presentando, a través de la OEPM, una solicitud en aplicación del Convenio sobre concesión de patentes europeas y designar los países en los que se desea obtener la protección.

Una vez concedida la patente europea, habrá que validarla en cada estado designado mediante el pago de la tasa correspondiente y la presentación de una traducción de la patente al idioma oficial de dicho estado.



FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es

Ley 11/86, de 20 de marzo, de patentes y modelos de utilidad.

MODELO DE UTILIDAD

DEFINICIÓN

Serán protegibles como modelos de utilidad las invenciones que, siendo nuevas e implicando una actividad inventiva, consisten en dar a un objeto una configuración, estructura o constitución de la que resulte alguna ventaja prácticamente apreciable para su uso o fabricación.

Un Modelo de Utilidad es un título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva una invención, impidiendo a otros su fabricación, venta o utilización sin consentimiento del titular. Como contrapartida, el modelo de utilidad se pone a disposición del público para general conocimiento.

El derecho otorgado por un modelo de utilidad no es tanto el de la fabricación, el ofrecimiento en el mercado y la utilización del objeto de la patente sino, sobre todo y singularmente, "el derecho de excluir a otros" de la fabricación, utilización o introducción del producto o procedimiento patentado en el comercio.

Un modelo de utilidad protege una invención de menor rango inventivo que una patente. En general los modelos de utilidad son mejoras a aparatos o herramientas ya conocidos, es decir, invenciones mecánicas. Los modelos de utilidad se consideran particularmente adaptados para las PYME que efectúan mejoras "menores" en productos existentes o adaptan dichos productos.

QUE PUEDE SER MODELO DE UTILIDAD

Los modelos de utilidad son las invenciones que tengan tres requisitos:

1. **Novedad.** Se considera que una invención es nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica.
2. **Actividad inventiva.** Se considera que una invención implica actividad inventiva si aquélla no resulta del estado de la técnica de una manera muy evidente para un experto en la materia.
3. **Aplicación industrial.** Se considera que una invención es susceptible de aplicación industrial cuando su objeto puede ser fabricado en cualquier tipo de industria, incluida la agrícola.

Los requisitos de patentabilidad se juzgan en relación con el estado de la técnica, el cual está constituido por todo lo que antes de la fecha de presentación de la solicitud se ha hecho accesible al público en España o en el extranjero por una descripción escrita u oral, por una utilización o por cualquier otro medio.

Entre otros se pueden registrar como modelo de utilidad:

- Utensilios.
- Instrumentos
- Herramientas
- Aparatos.
- Dispositivos o partes

QUE NO PUEDE SER UN MODELO DE UTILIDAD

Entre otros:

- Los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos.
- Las obras literarias o artísticas o cualquier otra creación estética, así como las obras científicas.
- Los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, para juegos o para actividades económico-comerciales, así como los programas de ordenador.
- Las formas de presentar información.
- Los métodos de tratamiento quirúrgico o terapéutico del cuerpo humano o animal, ni los métodos de diagnóstico aplicados al cuerpo humano o animal.

DURACIÓN DEL MODELO DE UTILIDAD

El modelo de utilidad tiene una duración de diez años improrrogables, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y produce sus efectos desde el día en que se publica la mención de la concesión en el BOPI. No obstante, la publicación de la solicitud confiere una protección provisional que se extiende desde la fecha de publicación de la solicitud hasta la fecha de concesión del modelo. La concesión del Modelo de Utilidad se hace sin perjuicio de tercero y sin garantía del Estado en cuanto a la validez de la misma y a la utilidad del objeto sobre el que recae. Los efectos del modelo de utilidad se circunscriben al territorio nacional. Para mantener en vigor un modelo de utilidad, el titular del mismo deberá abonar las anualidades establecidas y que se revisan anualmente. El pago debe efectuarse antes de la fecha de vencimiento que será el último día del mes del aniversario de la fecha de presentación de la solicitud. El periodo hábil para efectuar el pago será de un mes. Vencido este plazo, el pago se realizará con un recargo.

COSTE TRAMITACIÓN Y REGISTRO

En el caso de un modelo de utilidad, la solicitud supone alrededor de 100€. Estas tasas son independientes del campo técnico o de la complejidad de la invención que se quiere registrar. Si la solicitud se presenta por vía electrónica se obtiene un descuento del 15% en la tasa de depósito. A esta cantidad hay que añadir el coste que debe asumir el solicitante en la preparación de la documentación para presentar la solicitud. Además para mantener estos derechos hay que hacer frente a unas tasas anuales de mantenimiento que aumentan progresivamente. El importe de estas tasas

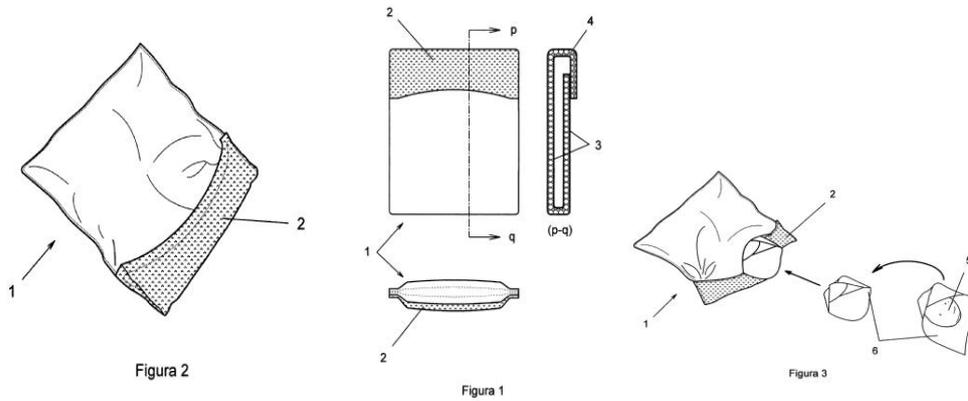
se actualiza anualmente a través de la Ley de Presupuestos Generales del Estado y figuran, siempre actualizadas, en la página web de la OEPM.

PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

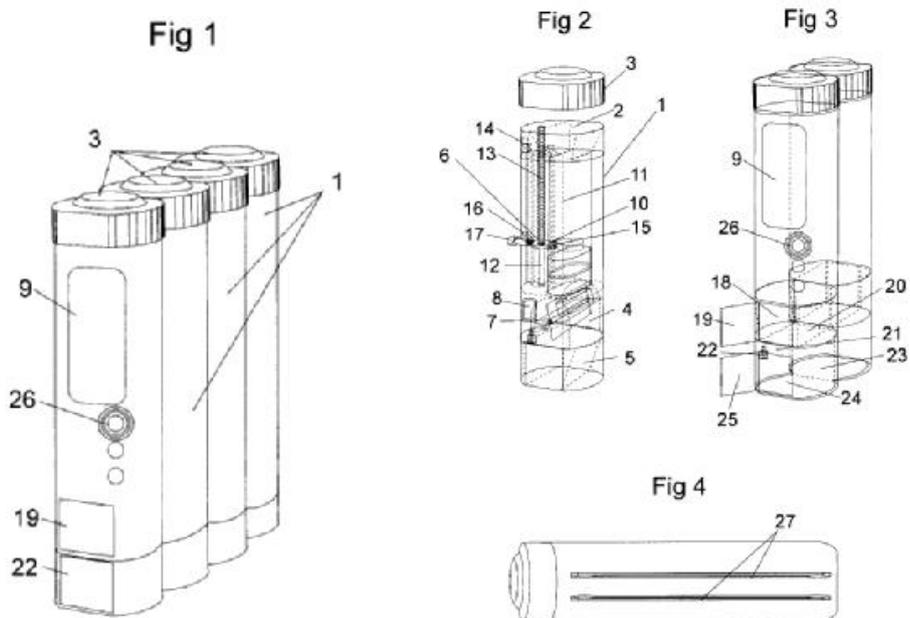
1. Rellenar los impresos de acuerdo con los ejemplos que se adjuntan en los anexos de la página web de la OEPM (www.oepm.es) que está en el apartado de “UTILIDADES/Formularios”.
2. Abonar la tasa de solicitud. Las cantidades que figuran en la hoja adicional que se le proporcionará y que figuran también en el apartado de “UTILIDADES/Tasas”, de la página Web de la Oficina. El pago se debe efectuar mediante ingreso en la una oficina de La Caixa.
3. la tramitación de la solicitud de modelo de utilidad dura un máximo de 8 meses en el caso de que se produzca una concesión directa sin oposición *ni defectos* formales; si la tramitación presenta defectos formales u oposiciones, el tiempo máximo de concesión es de 14 meses. El tiempo máximo de publicación en el caso de que no existan defectos formales es de 4 meses. No obstante, en la mayoría de los casos, el tiempo de tramitación será muy inferior a los máximos citados.
4. Contra cualquier resolución dictada por la Oficina, podrá interponer recurso de alzada en el plazo de un mes contado desde la publicación de la resolución en el Boletín Oficial de Propiedad Industrial (BOPI).

EJEMPLOS

Bolsa para cocinar patatas y otras verduras en horno microondas:



Dosificador de pastillas.



FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es.
 Ley 11/86, de 20 de marzo, de patentes y modelos de utilidad.

DISEÑO INDUSTRIAL

QUE SE PUEDE REGISTRAR

Los dos requisitos que se deben cumplir para registrar un diseño son:

- El diseño debe ser “nuevo”, se considera que un diseño es nuevo si no se ha hecho público ningún otro diseño idéntico antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro.
- Debe tener “carácter singular” que supone que la impresión que produce en un usuario informado difiere de la impresión general que haya producido otros diseños anteriores.

Ahora bien, no se puede registrar como diseño:

- Aquellos que responden sólo a una función técnica.
- Símbolos o emblemas oficiales (como la bandera nacional)
- Contrarios al orden público

DURACIÓN DE LA PROTECCIÓN

Una vez concedido el registro del diseño, su titular deberá retirar el Título de Registro de Diseño Industrial y no estará obligado al pago de tasa alguna, hasta que hubiera de renovar el registro del mismo. El registro se otorgará por cinco años a contar desde la fecha de presentación de la solicitud de registro, y podrá renovarse por uno o más periodos sucesivos de cinco años hasta un máximo de veinticinco años computados desde dicha fecha.

COSTE DE TRAMITACIÓN Y REGISTRO

Desde 73,45€.

Resisar las tasas actualizadas en la web de la OEPM.

PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

Antes del procedimiento como tal se recomienda realizar una búsqueda previa de modelos, dibujos y diseños industriales registrados en la web www.oepm.es y ahí en la base de datos INVENES.

1. Rellenar los impresos de solicitud que están en la web de la OEPM.

2. Deben abonarse en concepto de tasa de solicitud las cantidades correspondientes. Existe igualmente la posibilidad de presentar una solicitud electrónica de diseño, con el beneficio de esta forma de una rápida tramitación en el procedimiento de concesión del mismo y de la correspondiente reducción de tasas.
3. La representación gráfica de cada diseño podrá comprender de 1 a 7 perspectivas o vistas que podrán agruparse en una misma reproducción cuyas medidas no excedan 26,2 x 17 cm. La reproducción se adherirá o imprimirá sobre hojas aparte, o en la página prevista para ello en el formulario puesto a disposición de los solicitantes.
4. Los Diseños se conceden en tres días, siempre que cumplan todos los requisitos requeridos en la fecha de su presentación y en cuatro meses en caso de suspenso antes de la concesión. En caso de que se presenten oposiciones después de la concesión, el plazo máximo para resolver es de 8 meses a partir de la presentación de la oposición.
5. Contra cualquier resolución dictada por la Oficina, podrá interponer recurso de alzada en el plazo de un mes contado desde la publicación de la resolución en el B.O.P.I.

EJEMPLOS



FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es

Ley 11/86, de 20 de marzo, de patentes y modelos de utilidad.

ROTULO ESTABLECIMIENTO

En la anterior legislación existía como signo distintivo registrable el **rótulo de establecimiento**, que era el signo o denominación con que se distinguía el local de negocio. La vigente Ley de Marcas no contempla dicha modalidad de signo distintivo, pues el titular de una marca o nombre comercial está facultado para utilizar estos signos en la fachada de su local de negocio o establecimiento, por lo que es innecesaria la pervivencia de esta modalidad de signo distintivo.

FUENTES

Oficina Española de Patentes y Marcas. www.oepm.es

12. INSTRUMENTOS FINANCIEROS



¿Cuáles son los instrumentos financieros más adaptables a mi idea de negocio?

¿Cuáles son las condiciones?

¿Y los tipos de interés?

ECONOMÍA SOSTENIBLE	ENISA
FONDO DE AVALES	ICO
JEREMI	MICROBANK

FONDO DE ECONOMÍA SOSTENIBLE

DEFINICIÓN

El Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2010, siguiendo la senda marcada por el Presupuesto para 2009, se caracteriza por mantener el esfuerzo inversor para impulsar la actividad económica y contrarrestar los efectos de la crisis. Para ello, incorpora la creación de activos financieros como apoyo a determinados sectores productivos, a través de instrumentos financieros reembolsables.

En concreto, se ha creado el Fondo de Economía Sostenible para Andalucía (en adelante FES), destinado a facilitar la financiación de las empresas en proyectos estratégicos que contribuyan de manera especial al logro de los objetivos de sostenibilidad social, económica o medioambiental en Andalucía.

La gestión del Fondo de Economía Sostenible para Andalucía la realiza la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA).

DESTINATARIOS

Los destinatarios del FES serán las pymes, que cumplan los requisitos siguientes:

- Las empresas destinatarias podrán adoptar cualquier forma jurídica incluida personas físicas, a excepción de las sociedades civiles y las comunidades de bienes. Podrán tramitarse operaciones de sociedades en constitución.
- Preferentemente, serán destinatarias las microempresas.
- Se consideran microempresas aquellas empresas que emplean a menos de diez personas.
- Deberán tener domicilio social o contar con centros operativos en Andalucía.
- Las empresas destinatarias del Fondo deberán acreditar su situación, en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social y que no tienen deudas en período ejecutivo con la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Las empresas destinatarias no podrán estar participadas en más de un 25% por una Administración o Entidad Pública.
- No podrán ser destinatarias empresas en crisis. Se entenderá por empresa en crisis, aquella que a la fecha de estudio de la operación sea incapaz, mediante sus propios recursos financieros o con los que aporten o puedan aportar sus accionistas y acreedores, de enjugar pérdidas que la conducirían de no mediar una intervención exterior, a su desaparición económica a medio o corto plazo.

CARACTERÍSTICAS

Los proyectos a financiar podrán consistir tanto en inversiones en activos fijos como en operaciones de circulante corriente.

Se consideran proyectos financiables los desarrollados por Pymes, fundamentalmente microempresas innovadoras en fase de arranque, que cuenten con producto o servicio desarrollado, o aquellos proyectos innovadores presentados por empresas andaluzas en fase de crecimiento. En cuanto al Sector de Actividad, se consideran todos incluidos para poder solicitarlo.

Los proyectos objeto de financiación deberán cumplir las siguientes condiciones generales:

- Serán técnica, económica y financieramente viables.
- Facilitar la promoción y desarrollo de actividades empresariales en general, la creación de empleo y generación global de riqueza.
- Asimismo, el Fondo de Economía Sostenible tiene como finalidad, facilitar financiación a aquellos proyectos que contribuyan de manera especial al logro de los objetivos de sostenibilidad social, económica o medioambiental y la creación o mantenimiento de empleo en Andalucía. Y, en concreto, el Fondo apoyará, de manera preferente, los proyectos dedicados a:
 - La mejora de la sostenibilidad económica mediante el apoyo a la innovación y a las iniciativas emprendedoras.
 - El refuerzo de la sostenibilidad ambiental mediante un uso más eficiente de los recursos naturales, a través de la implantación de sistemas de gestión ambiental, mejoras en el uso de agua y materias primas en la industria, así como la gestión de residuos.
 - El fomento de la sostenibilidad social mediante proyectos a favor de la integración social de colectivos desfavorecidos, así como a través de proyectos que mejoren las condiciones de seguridad en el trabajo.

Quedan excluidas las refinanciaciones de pasivo de naturaleza bancaria que no se contemplen como parte de un plan de reestructuración integral de la empresa, las deudas con socios y administradores y las operaciones de salida del capital que la sociedad pudiera considerar, a excepción de las aportaciones que se pudieran haber anticipado por parte de los socios y/o administradores destinados al proyecto objeto de financiación.

Asimismo, las destinatarias de los instrumentos de financiación previstos en el Fondo no podrán recibir para el mismo objeto financiación o incentivos de origen público que, acumuladamente, superen el 80% del importe total del proyecto.

CONDICIONES

El instrumento financiero preferente que se utiliza es el **préstamo ordinario**. Las operaciones que se aprueben con cargo al Fondo se efectuarán en condiciones de mercado, sin que en ningún caso puedan tener la consideración de subvenciones o ayudas públicas.

El porcentaje máximo a financiar por proyecto: Hasta un 80% del proyecto. Se excluye del importe financiable el IVA o cualquier otro impuesto o tributo ligado a la inversión.

El importe mínimo de la operación para ser considerada será de 20.000 euros y los importes totales máximos a financiar por el fondo serán de 200.000 euros por solicitud.

Los plazos de amortización y carencia de los préstamos se adecuarán a las necesidades del flujo de caja del proyecto a financiar, sin que en todo caso se pueda exceder un plazo total de 7 años que puede incluir hasta 2 años de carencia de principal.

El tipo de interés podrá ser tanto fijo como variable, siempre en condiciones de mercado. La elección del tipo fijo se realizará para el supuesto de operaciones con plazo no superior al año. La determinación del tipo variable se hará anualmente en base al Euribor al plazo de 1 año publicado en la página de Reuters EURIBOR más un diferencial.

Las garantías que se soliciten para cubrir la operación podrán ser del tipo: Reales (hipotecarias, prenda, pignoración); Personales, Societarias y Corporativas; y/o aportadas por Sociedades de Garantía Recíproca y Entidades Financieras, entre otras.

FONDO DE AVALES Y GARANTÍA

DEFINICIÓN

El fondo de Avalos y Garantías para Pequeñas y Medianas Empresas (en adelante FAG) se recoge en los presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía para los años 2010 y 2011 orientándolos hacia un objetivo primordial: hacer llegar recursos y estrategias que faciliten la recuperación del crecimiento económico y atenúen los efectos de la crisis sobre las empresas y la ciudadanía andaluza. Para ello, se han planteado una combinación de medidas que pretenden, por un lado, facilitar la liquidez y superar las restricciones generalizadas del crédito y, por otro, reforzar el cambio de modelo económico para basarlo en la innovación, el conocimiento y la mejora del capital humano. Los instrumentos financieros que se podrán aprobar con cargo a este fondo serán avales y otorgamiento de garantías.

La gestión del FAG la realiza la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA). La Agencia IDEA ha conveniado con SURAVAL su participación, como entidad colaboradora, en la gestión de este fondo.

DESTINATARIOS

Los beneficiarios serán autónomos y PYMEs, preferentemente microempresas, y podrán adoptar cualquier forma jurídica con finalidad lucrativa, a excepción de sociedades civiles y comunidades de bienes.

Podrán tramitarse operaciones de sociedades en constitución, en tanto el solicitante aporte certificado en vigor de denominación social. Los beneficiarios deberán tener domicilio social o contar con centros operativos en Andalucía (o vayan a situarlo en virtud del proyecto que se financie con el Fondo) y deberá acreditar estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.

El fondo no tiene vocación sectorial, por lo que se considerará, a estos efectos, todos los sectores como preferentes.

Adicionalmente, los destinatarios del fondo deberán atender a las siguientes limitaciones:

- No podrán ser destinatarios de la inversión empresas en situación de crisis.
- No podrán ser destinatarias empresas con domicilio social en un paraíso fiscal.

CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES

Los instrumentos financieros que se podrán aprobar con cargo a este fondo serán avales y otorgamiento de garantías. El rango de inversión se situará entre 20.000 euros y 200.000 mil euros por compañía. Dependiendo de la finalidad de la garantía otorgada la vigencia de la operación podrá alcanzar hasta los 7 años, para operaciones que financien inversiones y avales técnicos, y hasta 3 años, para operaciones que financien activo circulante. El importe aprobado en la operación podrá cubrir hasta el 100% de las necesidades financieras planteadas por el solicitante.

La política de inversión responde a las siguientes consideraciones:

- Reembolsables. Inversiones en proyectos viables que permitan su retorno, con diseño adecuado de las operaciones para facilitar la devolución.
- Condiciones de Mercado. Se aplicarán condiciones financieras de mercado, en diferenciales y rentabilidades.

- Garantías y Colateralidad. Atendiendo al instrumento sobre el que se estructure la operación, se solicitarán las garantías necesarias.
- Subsidiariedad. No se asumirán inversiones que puedan ser atendidas por entidades financieras. Se trata de suplir las deficiencias del sistema, coyunturales o de prima de riesgo.
- Reutilizable. Los reembolsos y desinversiones que se produzcan se aplicarán nuevamente al fondo. Se pretende realizar operaciones al menor plazo posible para potenciar este carácter reutilizable.

Durante el procedimiento de selección de inversiones, el proyecto es sometido a los siguientes análisis:

- Verificación de los requisitos formales al recibir la solicitud.
- Verificación de requisitos mínimos (beneficiarios, limitaciones y excepciones).
 - Análisis técnico, agrupado en dos valoraciones: Análisis Empresarial y del proyecto y de sus promotores.
 - Análisis Estratégico, sobre los objetivos establecidos en el FONDO.
- Un proyecto viable técnica y estratégicamente no tiene por qué ser un proyecto en el que se invierta. Adquiere gran relevancia la Gestión de cartera de proyectos, de modo que la inversión se realiza atendiendo además a parámetros como:
 - Coste de oportunidad
 - PYME/ No PYME
- Equilibrio: riesgo, plazos, importe, instrumentos, sectores, geográfico, etc.

FONDO JEREMIE

DEFINICIÓN

La iniciativa JEREMIE ha sido desarrollada conjuntamente por la Comisión Europea y el Fondo Europeo de Inversión (FEI), con el propósito crear instrumentos de ingeniería financiera, como fondos de capital riesgo, de garantía o de crédito, para financiar empresas.

Uno de los principales fondos JEREMIE constituidos en la Unión Europea, en términos de recursos disponibles, es el de Andalucía. Se constituye como un fondo de cartera de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, gestionado por la Agencia IDEA (Unidad JEREMIE) y que se organiza a través de dos fondos operativos: el Fondo JEREMIE y el Fondo capital riesgo gestionado por los Intermediarios Financieros SOPREA e INVERCARIA SGEGR respectivamente.

El objetivo final del fondo es impulsar el desarrollo económico de la región, promoviendo la competitividad de las empresas andaluzas. En particular el fondo tiene el objetivo de invertir

mediante participaciones minoritarias directas y temporales en el capital social de PYMES ubicadas en la Comunidad Autónoma de Andalucía, que se encuentren preferentemente en fase de expansión, y con capacidad de crear o explotar una posición competitiva derivada de sus productos o servicios, tecnología y procesos o experiencia en gestión.

Para ello se establece la siguiente estrategia de inversión:

- Inversión en empresas consolidadas y con alto potencial de crecimiento.
- Creación de empresas tractoras en sectores claves para Andalucía.
- Validez “global” de la propuesta de valor y modelo de negocio.
- Reforzar la estructura financiera (Equity) de las empresas andaluzas para facilitar su desarrollo y expansión.
- Refuerzo del Capital Humano: Atraer y retener en el tejido económico de Andalucía profesionales de alta cualificación, especialmente de origen andaluz e incrementar las capacidades de los cuadros directivos.

La gestión del Fondo Jeremie la realiza la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA).

DESTINATARIOS

Micro, pequeñas y medianas empresas potencialmente viables de alto valor añadido o de servicios muy especializados y avanzados, en cualquiera de las fases del desarrollo empresarial, y una vez que el bien o servicio que tienen previsto comercializar esté desarrollado.

Solo se podrán realizar inversiones en empresas domiciliadas en la Comunidad Autónoma de Andalucía o inversiones realizadas en Andalucía (empresas de otras CCAA u otros Países que invierten en Andalucía). En este sentido, no podrán ser beneficiarios los empresarios no societarios, organismos públicos, sociedades civiles, comunidades de bienes y UTEs. Se consideran sectores de actividad preferentes aquellos que desarrollan actividades estratégicas para el desarrollo económico regional de Andalucía, para el cambio de su modelo productivo y para la internacionalización de su producción:

1. Investigación y desarrollo
2. Aeronáutico
3. Agroindustria
4. Biotecnología
5. Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC)
6. Cultura
7. Metalmecánico
8. Energías y Renovables

9. Otros Sectores Emergentes
10. Servicios de hostelería y turismo
11. Salud

Las limitaciones existentes para realizar inversiones con Fondo JEREMIE son:

1. No podrán ser destinatarios de las inversiones empresas en situación de crisis.
2. Refinanciación de deudas.
3. Las limitaciones específicas de fondos FEDER.
4. Queda excluido el sector agroalimentario (proyectos de producción agrícola primaria - cultivos y proyectos pertenecientes al sector pesquero y acuícola), y otros sectores regulados por normativa específica (transporte, la industria del carbón, siderurgia, fibras sintéticas).

MODALIDADES DE APOYO

Los instrumentos financieros que se podrán aprobar con cargo a este fondo podrán ser préstamos o créditos, préstamos participativos, operaciones de capital riesgo, otorgamiento de garantías, así como cualquier otra fórmula de financiación distinta de las anteriores reconocida en el tráfico mercantil.

El rango de inversión del Fondo JEREMIE se situará entre 200.000 euros y 5 millones de euros por compañía. Dependiendo del instrumento financiero que utilice (aval, préstamo ordinario o préstamo participativo) y de las capacidades de devolución del proyecto, la vigencia de la operación podrá alcanzar hasta los 10 años, con un período máximo de carencia de principal de 2 años.

Se establecen las siguientes líneas de financiación especializadas:

- Línea de Capital Humano. Programa de apoyo financiero (fundamentalmente préstamos) para fomentar la llegada de recursos humanos altamente cualificados a las empresas andaluzas. Se pretende potenciar la movilidad del talento con las medidas siguientes:
 - Acogida de profesionales cualificados, incluida la vuelta del talento emigrado.
 - Apoyo a PYMEs para que estudiantes realicen estudios en el extranjero y acogida de estudiantes extranjeros.
 - Apoyo a empresas que quieran contratar o recurrir temporalmente a estudiantes/profesores extranjeros para activar un proyecto de innovación.
 - Programa para la internacionalización de las pymes andaluzas.
 - Promoción de la movilidad de los cuadros de las empresas andaluzas: estancias de formación en el extranjero, prácticas en centros tecnológicos o incubadoras en el extranjero, etc.

- Programas que permitan la contratación por las empresas andaluzas de estudiantes extranjeros que hayan terminado sus estudios en la región.
- Línea de Desarrollo y Globalización. Financiación de empresas con un alto potencial de crecimiento en la fase de expansión y globalización de su actividad. La operación que se apruebe se ajustará al plan de caja del proyecto de forma que su eficacia sea máxima. Así mismo, mantendrá una alta correlación en sus disposiciones y en sus amortizaciones a los hitos que se marquen en el proyecto o a las magnitudes económicas que se establezcan, exigiéndose además la optimización de la tesorería de la empresa beneficiaria. Para ello, en la definición de la operación se podrán establecer las cláusulas que requiera la particularidad del proyecto, así como las garantías que puedan establecerse para el reembolso de los fondos, con inclusión de cuentas scrow y covenants financieros se estimen oportunos.
- Línea de Garantías. Fondo de avales tanto económicos como técnicos por un importe máximo por operación de 1,5 millones de euros. Se descarta como objetivo, la construcción, la refinanciación, o los avales por asuntos administrativos, fiscales o judiciales.
- Línea de Préstamos Participativos. Financiación de las empresas innovadoras en la etapa de implantación al mercado y desarrollo. Las pólizas que se suscriban en los casos de préstamo participativo deben recoger claramente, además de los aspectos más relevantes del mismo, tales como nominal y plazo; las eventuales condiciones de retribución variables vinculadas a resultados, evolución de ventas u otras magnitudes, que son consustanciales a este tipo de instrumentos.

Las operaciones que se aprueben se efectuarán en condiciones de mercado y tendrán carácter reembolsable, sin que en ningún caso puedan tener la consideración de subvenciones o ayudas públicas. No se asumirán inversiones que puedan ser atendidas por entidades financieras. Se trata de suplir las deficiencias del sistema, coyunturales o de prima de riesgo.

CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES

Se aplicarán condiciones financieras de mercado. En diferenciales y rentabilidades. El interés será determinado en base al análisis de riesgo del solicitante, más el ajuste necesario como consecuencia de la evaluación de las garantías aportadas. En todo caso, se establecerá un suelo (tipo mínimo) calculado conforme a lo previsto en la Comunicación de la Comisión Europea relativa a la revisión del método de fijación de los tipos de referencia y de actualización (DO C 14, de 19 de enero de 2008, p. 6) y las comunicaciones que determinen el tipo de base vigente en cada período para el citado cálculo.

En su caso, se solicitarán garantías para marcar su carácter reembolsable. Las garantías que se soliciten para cubrir la operación podrán ser del tipo: reales (hipotecarias, prenda, pignoración), personales, societarias y corporativas y/o aportadas por sociedades de garantía recíproca y

entidades financieras, entre otras. En cualquier caso, el criterio de decisión se basará en la viabilidad del proyecto en cuestión y en la solvencia del solicitante. Las garantías reales aportadas para cada operación sólo podrán referirse a valores, bienes muebles o inmuebles situados en territorio español exclusivamente.

No se asumirán inversiones que puedan ser atendidas por entidades financieras. Se trata de suplir las deficiencias del sistema, coyunturales o de prima de riesgo.

Los reembolsos y desinversiones se aplicarán nuevamente en sus líneas. Se pretenderá realizar operaciones a menor plazo para potenciar el carácter revolving.

Las diferentes líneas podrán concurrir simultáneamente en los proyectos. Se pretende arropar el empresario, aportando soluciones "a medida".

ENISA

DEFINICIÓN

ENISA es una empresa pública –dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa– que, desde 1982, participa activamente en la financiación de proyectos empresariales viables e innovadores.

La misión de ENISA es fomentar la creación, crecimiento y consolidación de la empresa española, participando activamente en la financiación de proyectos empresariales viables e innovadores y en la dinamización del mercado de capital riesgo.

Líneas estratégicas:

1. Apoyo financiero de riesgo a emprendedores y empresas.
2. Apoyo al desarrollo del mercado de capital riesgo.
3. Fortalecimiento de la gestión del riesgo y seguimiento de cartera.
4. Búsqueda de la excelencia en la gestión.
- 5.

LÍNEAS DE FINANCIACIÓN

Las líneas de financiación de ENISA son las siguientes:

1. Línea ENISA Jóvenes Emprendedores: Dirigida a dotar de los recursos financieros necesarios a pymes de reciente constitución, creadas por jóvenes, para que puedan acometer las inversiones que precisa su proyecto empresarial en la fase inicial.

Condiciones: Entre otras:

- Ser pyme con forma societaria constituida, como máximo, en los 24 meses anteriores a la solicitud. Actividad principal y domicilio social en territorio nacional.
- Modelo de negocio innovador/novedoso.
- Edad máxima de quienes ostenten la mayoría del capital no superior a 40 años.
- Aportaciones mínimas de socios vía capital:
 - 15% para préstamos de hasta 35.000€
 - 20% para préstamos entre 35.000€ y 65.000€
 - 30% para préstamos entre 65.000€ y 75.000€

Características: Entre otras:

- Préstamo participativo con los siguientes importes:
 - Mínimo: 25.000 €
 - Máximo: 75.000 €
- El tipo de interés se aplicará en dos tramos:
 - Primer tramo: Interés Fijo (Euribor + 3%).
 - Segundo tramo: Interés fijo + 4,5% adicional, en función de la rentabilidad financiera de la empresa
- Vencimiento: máximo 4 años, incluido el periodo de carencia (máximo 1 año).
- Sin garantías.

2. Enisa Emprendedores: Dirigida a apoyar financieramente a pymes de reciente constitución, promovidas por emprendedores sin límite de edad, para que acometan las inversiones necesarias y lleven a cabo su proyecto.

Condiciones: Entre otras:

- Ser pyme con forma societaria constituida, como máximo, en los 24 meses anteriores a la solicitud. Actividad principal y domicilio social en el territorio nacional.
- Modelo de negocio innovador/novedoso.
- Cuentas depositadas en Registro Mercantil del último ejercicio cerrado.

Características: Entre otras:

- Préstamo participativo.
- Importe del préstamo:
 - Mínimo: 25.000 €
 - Máximo: 300.000 €
- El tipo de interés se aplicará en dos tramos:
 - Primer tramo: Interés fijo: Euribor + 2,5%

- Segundo tramo: Interés fijo + 8 % máximo adicional, en función de la rentabilidad financiera de la empresa.
 - Vencimiento: máximo 6 años, incluido el periodo de carencia (máximo 2 años).
 - Amortización trimestral de intereses y principal.
 - Sin garantías
3. Enisa Competitividad: Dirigida a financiar proyectos basados en modelos de negocio viable, rentable y contrastado, enfocados a la mejora competitiva de sistemas productivos y/o cambio de modelo productivo y la expansión mediante ampliación de la capacidad productiva, gama de productos/servicios, diversificación de mercados...
- Condiciones: Entre otras:
- Ser pyme con forma societaria. Actividad principal y domicilio en el territorio nacional.
 - Modelo de negocio innovador/novedoso, con claras ventajas competitivas.
 - Viabilidad técnica y económica del proyecto empresarial.
 - Cuentas depositadas en Registro Mercantil o estados financieros auditados externamente.
- Características: Entre otras:
- Préstamo participativo
 - Importe del préstamo:
 - Mínimo: 75.000 €
 - Máximo: 1.500.000 €
 - El tipo de interés se aplicará en dos tramos:
 - Primer tramo: Interés fijo: Euribor + 2,5%
 - Segundo tramo: Interés fijo + 8 % máximo adicional, en función de la rentabilidad financiera de la empresa.
 - Vencimiento: máximo 9 años, incluido el periodo de carencia (máximo 7 años).
 - Amortización trimestral de intereses y principal.
 - Sin garantías.
4. Enisa Tecnología: Dirigida a financiar proyectos cuyo resultado suponga avances tecnológicos, obtención de nuevos productos, procesos o servicios o la mejora sustancial de los ya existentes, en sectores como biotecnología, TIC, nuevos materiales...
- Condiciones
- Ser pyme con forma societaria.
 - Actividad principal y domicilio social en el territorio nacional.
 - Modelo de negocio innovador/novedoso.
 - Viabilidad técnica y económica del proyecto empresarial.

- Cuentas depositadas en Registro Mercantil del último ejercicio.
 - Características: Entre otras:
 - Préstamo participativo
 - Importe del préstamo:
 - Mínimo: 75.000 €
 - Máximo: 1.500.000 €
 - El tipo de interés se aplicará en dos tramos:
 - Primer tramo: Interés fijo: Euribor + 2,5%
 - Segundo tramo: Interés fijo + 8 % máximo adicional, en función de la rentabilidad financiera de la empresa.
 - Vencimiento: máximo 7 años, incluido el periodo de carencia.
 - Carencia del principal: máximo 5 años.
 - Amortización trimestral de intereses y principal.
 - Sin garantías
5. Enisa Mercados Alternativos: Dirigida a financiar proyectos de consolidación, crecimiento e internacionalización, que busquen capitalización y/o deuda a través de un mercado regulado, como puede ser el MAB y el futuro MARF.
- Condiciones: Entre otras:
- Ser pyme con forma societaria.
 - Actividad principal y domicilio social en el territorio nacional.
 - Viabilidad técnica y económica del proyecto empresarial.
 - Estados financieros del último ejercicio cerrado auditados externamente.
 - Características: Entre otras:
 - Préstamo participativo
 - Importe del préstamo:
 - Mínimo: 300.000 €
 - Máximo: 1.500.000 €
 - El tipo de interés se aplicará en dos tramos:
 - Primer tramo: Interés fijo: Euribor + 2,5%
 - Segundo tramo: Interés fijo + 8 % máximo adicional, en función de la rentabilidad financiera de la empresa.
 - Vencimiento: máximo 9 años, incluido el periodo de carencia (máximo 7 años).
 - Amortización trimestral de intereses y principal.
 - Sin garantías
6. Enisa Fusiones y Adquisiciones: Su objetivo es financiar proyectos empresariales que contemplen una operación societaria, que conlleve claras ventajas competitivas (crecimiento en tamaño y mejora de productos y servicios).

Condiciones: Entre otras:

- Ser pyme con forma societaria.
- Actividad principal y domicilio social en el territorio nacional.
- Viabilidad técnica y económica del proyecto empresarial.
- Estados financieros del último ejercicio cerrado, auditados externamente.
- Características: Entre otras:
- Préstamo participativo
- Importe del préstamo:
 - Mínimo: 300.000 €
 - Máximo: 1.500.000 €
- El tipo de interés se aplicará en dos tramos:
 - Primer tramo: Interés fijo: Euribor + 2,5%
 - Segundo tramo: Interés fijo + 8 % máximo adicional, en función de la rentabilidad financiera de la empresa.
- Vencimiento: máximo 9 años, incluido el periodo de carencia (máximo 7 años).
- Amortización trimestral de intereses y principal.
- Sin garantías.

PROGRAMAS

1. Programa emprendedores: Con este programa ENISA ofrece a los emprendedores un conjunto de actuaciones, servicios y líneas de financiación, que les permitirán crear o reforzar su estructura empresarial.

El Programa ENISA emprendedores cuenta con tres líneas específicas de financiación: jóvenes emprendedores, emprendedores y emprendedores de carácter social.

Con las citadas líneas de financiación, ENISA pretende cubrir la mayoría de los proyectos que se pueden considerar de emprendeduría, ofreciendo financiación desde 25.000 a 1.500.000 de euros, además de un servicio de tutoría y consultoría financiera.

Para captar los mejores proyectos de emprendedores, ENISA desarrolla una política activa de captación, participando en foros específicos de financiación, acuerdos con los viveros, incubadoras, y aceleradoras más relevantes, organizaciones de emprendedores, además de diseñar una política específica de comunicación en los diferentes medios.

2. Programa aeronáutico: Con este programa ENISA se convierte en una sólida alternativa financiera para la industria auxiliar aeronáutica, formada por un heterogéneo conjunto de empresas que trabajan por encargo de la industria tractora o sistémica, así como por un ecosistema de clúster, parques tecnológicos, universidades y asociaciones profesionales, etc.

Para ello ENISA pone a disposición de este sector unas condiciones específicas financieras, así como diversas acciones de promoción articuladas a través de sus clúster y asociaciones.

Condiciones del Programa Aeronáutico:

- Empresas con forma societaria y encuadrada en los sectores aeronáutico y aeroespacial.
- Modelo de negocio innovador/novedoso.
- La financiación de ENISA estará vinculada a la estructura financiera y económica de la empresa así como a su solvencia y se adecuará a las necesidades financieras del proyecto empresarial.
- Profesionalidad en la gestión: experiencia empresarial en el sector, capacitación técnica.
- Calidad y viabilidad del proyecto empresarial.
- Estados financieros auditados.
- Aval bancario de la operación.
- Riesgo máximo acumulado con ENISA por importe máximo de 3.000.000 €.

Características:

- Tipo de préstamo: mercantil.
- Importe máximo: 3.000.000 €.
- Interés mínimo: Euribor + 4,95%.
- Comisión apertura del 0,75%.
- Vencimiento máximo de 6 años.
- Comisión de amortización anticipada del 2,50%.
- Carencia de principal de 1 año.
- Amortización mensual.
- Pago de intereses mensuales.

3. Iniciativa estratégica que pondrá en valor proyectos empresariales promovidos por las pymes donde la incorporación del diseño y la innovación sean relevantes para el desarrollo de productos o servicios.
4. Programa pyme: Iniciativa estratégica dirigida a apoyar a las pymes mediante un conjunto de actuaciones, servicios y líneas de financiación, dirigidas a fomentar su crecimiento empresarial. Para poder captar los mejores proyectos, desde ENISA desarrollamos una política activa de captación, participando en foros, jornadas y eventos específicos de financiación, tanto con entidades públicas y privadas como con organizaciones empresariales, además de diseñar una política específica de comunicación en los diferentes medios. Por lo que respecta a las líneas de financiación, las pymes podrán disponer de financiación desde 25.000 a 1.500.000 de euros.

5. Spain Startup Co-Investment Fund: El Programa Spain Startup Co-Investment Fund tiene como objetivo favorecer el crecimiento económico, la generación de empleo y la modernización del tejido empresarial a través de la inversión en startups, e impulsar el desarrollo y la consolidación de la industria financiera especializada en este tipo de inversiones. Para ello se ha creado un programa de coinversión de 40 millones de euros, aportados a partes iguales por ENISA y un grupo de inversores especializados, tanto españoles como internacionales. Este programa de coinversión no es solo un instrumento de desarrollo del mercado de capital riesgo español, sino también un programa diseñado para atraer el interés de los inversores especializados, más activos en otros países, hacia el emprendimiento de alto potencial que hay en estos momentos en España.

Operativa

A través de SPAIN STARTUP CO-INVESTMENT FUND, ENISA concede préstamos participativos a empresas de reciente creación, en coinversión con sus socios inversores seleccionados y previamente acreditados para tal efecto.

ENISA en colaboración con IE Business School, ha elaborado unos criterios de selección que los socios inversores deberán superar para adherirse al programa.

Una vez que los socios sean acreditados por ENISA deben aceptar un “protocolo de actuación” que identifica sus obligaciones como Socio Inversor y las obligaciones de SPAIN STARTUP CO-INVESTMENT FUND hacia con él.

Se establece así una relación de confianza de ENISA con el socio inversor que permite asumir el siguiente compromiso: las operaciones que presente el socio inversor acreditado podrán ser apalancadas por ENISA mediante la concesión de un préstamo participativo en las condiciones fijadas anualmente con la DGIPYME y con los siguientes importes:

- Para operaciones de hasta 300.000€, ENISA se compromete a dar respuesta a las propuestas de coinversión en un plazo máximo de 15 días.
- Para cuantías superiores a 300.000€, ENISA se compromete a dar respuesta en el plazo de 45 días.
- El importe máximo a aportar por ENISA por empresa será de 1.500.000€.
- ENISA asigna al Programa unos fondos de 20.000.000€.
- Socios inversores: Sociedades de capital riesgo, fondos de capital riesgo y business angels individuales.

SPAIN STARTUP CO-INVESTMENT FUND está operativo desde el 12 de septiembre de 2012

ICO

DEFINICIÓN

El Instituto de Crédito Oficial (en adelante ICO) pone a disposición de los autónomos y empresas las Líneas ICO 2014, dotadas con 22.000 millones de euros. Las Líneas ICO 2014 se articulan en dos grandes áreas de actuación: Línea Empresas y Emprendedores y Línea Internacional, con el objetivo de financiar los proyectos de inversión y las necesidades de liquidez de los autónomos y empresas, tanto en España como en el exterior.

Dentro de cada una de estas dos líneas se incluyen dos sublíneas:

- Línea ICO Empresas y Emprendedores 2014
- Sublínea ICO Garantía SGR 2014
- Línea ICO Internacional 2014
- Sublínea ICO Exportadores 2014

Las Líneas ICO se solicitan y tramitan en los Bancos y Cajas. El ICO establece la dotación económica y las condiciones financieras máximas de las diferentes líneas. Las Entidades de Crédito asumen el riesgo, se encargan del análisis de la operación, determinan las garantías a exigir y deciden sobre la concesión o no de la financiación. Las Líneas ICO ofrecen distintos plazos de amortización con tipos de interés diferenciados en función del plazo.

LÍNEAS DE MEDIACIÓN

Las líneas de mediación del ICO para el año 2014 son las siguientes:

3. Empresas y Emprendedores:

Emprendedores y Empresa 2014:

Podrán solicitar estos préstamos los autónomos, las entidades públicas y privadas (empresas, fundaciones, ONG's, Administración Pública), que realicen inversiones productivas en España y/o necesiten cubrir sus necesidades de liquidez con independencia de su domicilio social o fiscal y de si la mayor parte de su capital es español o extranjero.

Son las entidades de crédito las encargadas del estudio, tramitación y aprobación o denegación de la operación, ya que en caso de impago son ellas las que asumen el riesgo.

Clientes: Autónomos y empresas españolas.

Importe de la operación: Hasta un máximo de 10 millones de euros en una o varias operaciones.

Los préstamos podrán destinarse a financiar:

- Liquidez: Para cubrir las necesidades de circulante, tales como gastos corrientes, nóminas, pagos a proveedores, compra de mercancía, etc.
- Inversiones productivas dentro del territorio nacional:
 - Activos productivos nuevos o de segunda mano. (IVA incluido).
 - Vehículos turismos, cuyo importe no supere los 30.000 euros. Los vehículos industriales se pueden financiar en un 100%.
 - Adquisición de empresas.
 - Liquidez con el límite del 50% de la financiación obtenida.
 - IVA o IGIC.

Tipo de interés: Fijo o Variable (Euribor 6 meses), más diferencial, más el margen máximo establecido según el plazo de amortización.

Amortización y carencia: 1, 2, 3, 5, 7, 10, 12, 15 y 20 años con hasta 2 años de carencia si se financia Inversión, o Inversión que lleve vinculada Liquidez. 1, 2 y 3 años con hasta 1 año de carencia si se financia 100% Liquidez.

Comisiones: Las Entidades de Crédito no pueden cobrar comisión alguna, salvo amortización anticipada total que será de un 1,75%.

Garantías: A determinar por la Entidad de Crédito con la que se tramite la operación.

Sublínea ICO Garantía SGR/SAECA 2014:

Para inversiones realizadas en territorio nacional y necesidades de liquidez, podrán solicitar esta financiación, autónomos y empresas públicas y privadas que cuenten con el aval de una SGR o SAECA, con independencia de su domicilio social o fiscal y de si la mayor parte de su capital es español o extranjero.

Para inversiones realizadas fuera del territorio nacional y necesidades de liquidez, podrán solicitar esta financiación, los autónomos, empresas y entidades públicas y privadas españolas (fundaciones, ONG's, Administraciones Públicas...) que cuenten con el aval de una SGR o de SAECA, incluyéndose tanto las domiciliadas en España como las domiciliadas en el extranjero que tengan mayoría de capital español.

Tipo de interés: Fijo o Variable (Euribor 6 meses), más diferencial, más el margen máximo establecido según el plazo de amortización y la modalidad del aval.

Amortización y carencia: 1, 2, 3, 5, 7, 10, 12 y 15 años con hasta 2 años de carencia si se financia inversión o, inversión que lleve vinculada Liquidez. 1, 2 y 3 años con hasta 1 año de carencia si se financia 100% liquidez.

Comisiones: La SGR o la Entidad de Crédito cobrarán una comisión de estudio del 0,5% sobre el importe formalizado. Adicionalmente, la SGR cobrará una comisión sobre el saldo vivo del importe avalado, más hasta el 4% del importe de la operación en concepto de cuota social mutualista.

Garantías: La Entidad de Crédito o la SGR realizarán un análisis de cada solicitud y determinarán las garantías a aportar.

Tramitación: Se podrán solicitar operaciones de esta Línea en las Entidades de Crédito o directamente en las SGR.

2. Internacionalización:

Línea ICO Internacional 2014:

Clientes: Podrán solicitar estos préstamos los autónomos, empresas y entidades públicas y privadas españolas (fundaciones, ONG's, Administración Pública), incluyéndose tanto las domiciliadas en España, como aquellas que estando domiciliadas en el extranjero cuenten con mayoría de capital español.

Importe de la operación: Hasta un máximo de 10 millones de euros por cliente, en una o varias operaciones.

Conceptos financiables: Similares a los anteriormente descritos para la Línea ICO Empresas y Emprendedores.

Tipo de interés: Fijo o Variable (Euribor 6 meses), más diferencial, más el margen máximo establecido según el plazo de amortización.

Amortización y carencia: 1, 2, 3, 5, 7, 10, 12, 15 y 20 años con hasta 2 años de carencia si se financia Inversión, o Inversión que lleve vinculada Liquidez. 1, 2 y 3 años con hasta 1 año de carencia si se financia 100% Liquidez.

Comisiones: Las Entidades de Crédito no pueden cobrar comisión alguna, salvo la amortización anticipada general que será de un 1,75 %.

Garantías: A determinar por la Entidad de Crédito con la que se tramite la operación, salvo aval de SGR/SAECA.

Línea ICO Exportadores Corto Plazo 2014:

Clientes: Podrán solicitar financiación, autónomos y empresas con domicilio social en España que emitan facturas derivadas de la venta en firme de bienes y servicios realizada a un deudor ubicado fuera del territorio nacional.

Importe de la operación: Hasta un máximo de 10 millones de euros por factura y cliente, en una o varias operaciones.

La entidad de Crédito en la que se presente la solicitud decidirá sobre la concesión de la financiación.

Tipo de interés: El tipo de interés variará en función de la modalidad de las operaciones:

- Para operaciones con Certificado para Liquidez: tipo Variable (3 ó 6 meses), más un margen de hasta el 1,4%.
- Para operaciones sin Certificado para Liquidez: tipo Variable (3 ó 6 meses), más un margen de hasta el 2,3%.
- Para facturas de hasta 90 días, el tipo de interés a aplicar será variable 3 meses.

Cuando la factura tenga un plazo de vencimiento superior a 90 días, la Entidad de

Crédito decidirá entre aplicar el tipo variable 3 meses ó 6 meses correspondientes a la modalidad de la operación.

Las fechas y forma de liquidación de los intereses se pactarán entre la Entidad de

Crédito y el cliente, en función del tipo de contrato que hayan formalizado para anticipar el importe de las facturas.

Comisiones: Las Entidades de Crédito no pueden cobrar comisión alguna.

Garantías: Tanto en las operaciones formalizadas con Certificado para Liquidez como las que no lo tengan, la Entidad de Crédito podrá solicitar las garantías que estime oportunas.

Línea ICO Exportadores Medio/Largo Plazo 2014:

Podrán solicitar financiación:

- Empresas con domicilio social en España para la venta de bienes o servicios, con aplazamiento de pago, a empresas con domicilio social fuera de España.
- Empresas con domicilio social fuera de España, para la adquisición de bienes o servicios, con aplazamiento de pago, a empresas con domicilio social en España.

Podrán solicitar financiación:

- Empresas con domicilio social en España para la venta de bienes o servicios, con aplazamiento de pago, a empresas con domicilio social fuera de España.
- Empresas con domicilio social fuera de España, para la adquisición de bienes o servicios, con aplazamiento de pago, a empresas con domicilio social en España.

La entidad de Crédito en la que se presente la solicitud decidirá sobre la concesión de la financiación.

Tipo de interés: El cliente podrá elegir entre un tipo de interés fijo o variable en la moneda en la que haya formalizado la operación:

- Para operaciones a plazo de 2 y 3 años: tipo Fijo o Variable (euro o dólar USD) más un margen de hasta el 4,00%.
- Para operaciones a un plazo superior a 3 años: tipo Fijo o Variable (euro o dólar USD) más un margen de hasta el 4,30%.

Comisiones: Las Entidades de Crédito no pueden cobrar comisión alguna.

Garantías: La Entidad de Crédito aplicará comisión de estudio/apertura a las operaciones que será de hasta un 1% para aquéllas con plazo inferior a 5 años y de hasta un 1,50% para las que tengan un plazo igual o superior a los 5 años.

En caso de amortización anticipada voluntaria se aplicará una comisión que, con carácter general, será del 1,75% sobre el importe cancelado.

MICROBANK

DEFINICIÓN

MicroBank ofrece productos y servicios financieros especialmente adaptados a las necesidades de emprendedores, microempresarios y familias para contribuir a:

- La promoción de la actividad productiva y la creación de ocupación a través del apoyo financiero a profesionales autónomos y microempresas.
- El autoempleo, mediante la puesta en marcha de pequeños negocios a través de la concesión de microcréditos a nuevos emprendedores.
- La inclusión financiera, favoreciendo la bancarización de nuevos clientes a través de la amplia red comercial con que cuenta la entidad.

MicroBank aspira a consolidarse como entidad de referencia en el ámbito europeo a través de un nuevo modelo de banca social sostenible, capaz de compaginar la aportación de valor en términos sociales con la generación de recursos necesaria para que el proyecto pueda seguir creciendo al ritmo que requiere la importante demanda existente.

FINANCIACIÓN

¿A quién va dirigido?: A emprendedores que, por sus condiciones económicas y sociales, pueden tener dificultades de acceso a la financiación bancaria tradicional y que cuentan con el asesoramiento de una de las entidades colaboradoras de MicroBank.

¿Qué se puede financiar?: Proyectos de autoocupación, pequeños negocios y microempresas.

Condiciones de financiación:

- Importe máximo por beneficiario: 25.000 €.
- Hasta el 95% del proyecto.
- Tipo de interés: 8,5 %.
- Plazo de amortización: 5 años sin carencia o con hasta 6 meses de carencia incluida.
- Sin garantía real.

Solicitud: Para poder solicitar un microcrédito social hay que dirigirse previamente a una de las entidades colaboradoras de MicroBank.

Es necesaria la presentación de un plan de empresa así como de un informe de viabilidad del proyecto empresarial emitido por una entidad colaboradora de MicroBank.

13. GUÍAS EMPRESARIALES



GUÍA TÉCNICA AGENCIA DE VIAJES

GUÍA TÉCNICA AUTOESCUELAS

GUÍA TÉCNICA COMERCIO ONLINE

GUÍA TÉCNICA COMERCIO AMBULANTE

GUÍA TÉCNICA GESTIÓN DE RESIDUOS

GUÍA TÉCNICA AGENCIA DE VIAJES

1. ¿Qué es una Agencia de Viajes?

Tienen la consideración de agencias de viajes las empresas que se dedican a la mediación en la prestación de cualesquiera servicios turísticos, así como a la organización, oferta y/o **comercialización de viajes combinados** o de otros servicios turísticos de forma individualizada, pudiendo utilizar medios propios para la prestación de dichos servicios.

Un **viaje combinado** (viaje organizado) es la combinación previa de varios elementos (por lo menos, dos de los siguientes: transporte, alojamiento y otros servicios turísticos que constituyan una parte significativa del viaje combinado) y siempre vendida u ofrecida en venta con arreglo a un precio global y cuya prestación sea por un período superior a las veinticuatro horas o incluya una noche de estancia.

2. Clasificación de las Agencias de Viajes:

Las agencias de viajes se clasifican en tres grupos:

- Agencias de **viajes mayoristas**: son aquellas que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios turísticos para su ofrecimiento a las agencias minoristas, no pudiendo ofrecer sus productos directamente al usuario turístico o consumidor final.
- Agencias de **viajes minoristas** entendiéndose por tales aquellas que comercializan los servicios turísticos organizados por las agencias de viajes mayoristas o aquellos otros organizados por ellas mismas, sin que, en este último caso, puedan hacerlo a través de otras agencias minoristas. No se entienden incluidas, en esta limitación las funciones de las agencias minoristas en su calidad de representantes de otras agencias.
- Agencias de **viajes mayoristas- minoristas**: son aquellas que pueden simultanear las actividades de los dos grupos anteriores.

3. Trámites necesarios para poder proceder al inicio de la actividad.

- a) Solicitar nombre comercial ante la Oficina Española de Patentes y Marcas.

<http://bit.ly/1uAAxNv>

Las agencias de viajes utilizarán y mantendrán en permanente vigencia un nombre comercial debidamente inscrito en el Registro de Marcas por la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Asimismo la normativa al respecto establece que cuando el servicio de intermediación turística se preste en establecimientos abiertos al público, éstos habrán de disponer en su exterior de un rótulo en el que figure el nombre comercial de la persona titular de la agencia de viajes, el número de inscripción y el grupo, y en su caso, especialidad al que pertenecen.

Tasas por la solicitud de inscripción de nombre comercial:

143,15€ por la primera clase solicitada

92,73€ por la segunda clase y cada una de las sucesivas.

En el caso de que las agencias deseen utilizar en el desarrollo de sus actividades una marca comercial diferente de su nombre, deberán comunicarlo previamente a la Dirección General de Turismo acompañando la correspondiente certificación registral, y cuando se utilice ésta, deberá figurar en parte visible el código identificativo turístico y nombre de la agencia de viajes.



b) Constitución de garantía. (Fianza)

Las agencias de viajes, tienen la obligación de constituir y mantener en permanente vigencia una garantía (fianza) para responder del incumplimiento o cumplimiento defectuoso de sus obligaciones frente a los usuarios y en particular, para atender el reembolso de los fondos depositados y el resarcimiento por los gastos de repatriación en los supuestos de insolvencia o quiebra.

La garantía se depositará en las Cajas de Depósitos de cualquiera de las Delegaciones Provinciales de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía y podrá ser en:

- a) Efectivo.
- b) Mediante aval bancario o sociedad de garantía recíproca.
- c) Seguro de caución contratado con compañía aseguradora autorizada.
- d) Título de emisión pública.

La garantía será de 120.000€ para mayoristas, 60.000€ para minoristas, y 180.000€ para mayoristas-minoristas.

c) Constitución de Seguro de Responsabilidad Civil.

Las agencias de viajes han de contratar y mantener en permanente vigencia una póliza de seguro de responsabilidad civil para afianzar el normal desarrollo de su actividad y garantizar los posibles riesgos frente a terceros.

La póliza habrá de cubrir 3 bloques de responsabilidad con la finalidad de dar cobertura a todo tipo de daños o siniestros.

Los 3 bloques son:

- Responsabilidad Civil de la explotación del negocio.
- Responsabilidad civil indirecta o subsidiaria.
- Responsabilidad por daños patrimoniales primarios.

La póliza habrá de cubrir una cuantía mínima de 900.000 euros, 300.000 por cada bloque de responsabilidad.

A efectos de acreditar su inscripción, **el tomador del seguro y la entidad aseguradora deberán cumplimentar una declaración**, que será acompañada de la póliza correspondiente y recibo acreditativo de su pago cuando se solicite la inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía.

MODELO DE DECLARACION QUE ACREDITE LA SUSCRIPCION DE LA POLIZA DE SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL.

(A entregar conjuntamente con la póliza)

Nombre de la Cía. de Seguros Agencia de Viajes asegurada
..... Anexo a la póliza núm.

Condiciones especiales de esta póliza para el ejercicio de la actividad de agencia de viajes.

En relación con la póliza citada, esta compañía expone que la misma garantiza, de acuerdo con el artículo 12 del Decreto, la cobertura por cada bloque de responsabilidad en las siguientes cuantías:

300.000 euros por responsabilidad civil de la explotación del negocio.

300.000 euros por responsabilidad civil indirecta o subsidiaria.

300.000 euros por responsabilidad civil por daños patrimoniales primarios.

Estas coberturas incluyen toda clase de siniestros: Daños corporales, daños materiales y los perjuicios económicos causados. Afianzan el desarrollo normal de la actividad de agencia de viajes y garantiza los posibles riesgos de su responsabilidad. Estas garantías no podrán ser disminuidas por concepto alguno. Cualquier prestación o garantía accesoria ofrecida por la Cía. no podrá afectarlas, reducirlas ni desvirtuarlas, y se tendrá por nula o no puesta cualquier cláusula o texto que las reduzca o altere directa o indirectamente.

Asimismo la Cía. se compromete a comunicar a la Dirección General de Planificación Turística de la Consejería de Turismo y Deporte la cancelación de la póliza citada en el plazo máximo de 15 días de haberse producido.

Firma de la persona autorizada por la Compañía, sello y firma

Conforme:

d) Comunicación previa para el inicio o ejercicio de la actividad

En caso de establecimientos abiertos al público hay que realizar una comunicación previa al inicio de la actividad ante la Dirección General de Calidad, Innovación y fomento del Turismo de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía.

<http://bit.ly/1v6jvZ5>

e) Inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía

La **inscripción** de las agencias de viajes en el Registro, se formalizará, con carácter general, **mediante la presentación de una *declaración responsable***, entendiéndose por tal, el documento suscrito por la persona titular de la agencia o por quien la represente, en el que declara, bajo su responsabilidad, **que se cumplen los requisitos establecidos en la normativa vigente** y a su clasificación y que se compromete a mantenerlos durante la vigencia de la actividad.

La falta de presentación de la declaración responsable de los sujetos o establecimientos que estén obligados a ello será suficiente para la calificación como clandestina de la prestación del servicio turístico de que se trate, dando lugar al inicio del correspondiente procedimiento sancionador. Todo ello, sin perjuicio de realizar las actuaciones precisas para que se produzca el cese efectivo en la prestación clandestina del servicio turístico.

<http://bit.ly/1Eyp6dE>

Los requisitos son:

1. PERSONA FÍSICA
 - Resolución alta en autónomos.
 - Estar al corriente de las obligaciones tributarias.
2. PERSONA JURÍDICA
 - Escritura de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro Mercantil.

3. TANTO PERSONA FÍSICA COMO JURÍDICA

- Solicitud de registro de nombre comercial de la agencia de viajes.
- Seguro de caución ó aval bancario depositado en la correspondiente Delegación Provincial de Hacienda y Administración pública, mediante el modelo 804 (seguros de caución) ó 803 (aval bancario).
- Seguro de responsabilidad civil.

Documentación

Para la inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía será necesaria disponer de la siguiente documentación:

- Modelo de **Declaración responsable** debidamente cumplimentado y firmado por el titular.
- Modelo de comunicación previa, en caso de establecimiento abierto al público.
- **Original** del modelo 804 u 803. (Resguardo de ingreso de garantía de Aval o de Seguro de Responsabilidad Civil)
- Fotocopia de las condiciones particulares del seguro de responsabilidad civil, firmado y sellado.
- Fotocopia del anexo de responsabilidad civil, firmado y sellado.
- Fotocopia del recibo acreditativo del pago del seguro de responsabilidad civil, firmado y sellado.
- Fotocopia de las condiciones particulares del seguro de caución, firmado y sellado.
- Fotocopia del certificado del Seguro de Caución, firmado y sellado.
- Fotocopia del recibo acreditativo del pago del seguro de caución.
- Fotocopia de solicitud del nombre comercial en patentes y marcas.

Se presume que cumple los requisitos al firmar y presentar la declaración responsable (SEGURO DE CAUCIÓN, DE RESPONSABILIDAD CIVIL Y NOMBRE COMERCIAL) aunque no deba acreditarlos a priori ante la Dirección General, sin perjuicio de una comprobación a posteriori por parte de los servicios de inspección.

4. Órganos Competentes.

Órgano competente en materia: Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo . Consejería de Turismo y Comercio. Junta de Andalucía.

Órgano que resuelve: Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo . Consejería de Turismo y Comercio. Junta de Andalucía.

Órgano que tramita: Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo. Consejería de Turismo y Comercio. Junta de Andalucía.

5. Legislación y normativa aplicable.

Ley 13/2011, de 23 de diciembre, de Turismo en Andalucía.

Orden de 21 de mayo de 1993, sobre determinación del código identificativo de las Agencias de Viaje de Andalucía.

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuario y otras Leyes complementarias.

Decreto 301/2002, de 17 de diciembre, de agencias de viajes y centrales de reservas. (Modificado por el Decreto 80/2010, de 30 de marzo (BOJA nº 69, de 12 de abril))
BOJA 150, de 21/12/02

Decreto 80/2010, de 30 de marzo, de simplificación de trámites administrativos y de modificación de diversos Decretos para su adaptación al Decreto-Ley 3/2009, de 22 de diciembre, por el que se modifican diversas Leyes para la transposición en Andalucía de la Directiva relativa a los Servicios en el Mercado Interior.
BOJA 69, de 12/04/10

Decreto 143/2014, de 21 de octubre, por el que se regula la organización y funcionamiento del Registro de Turismo de Andalucía (BOJA nº 220 de 11 de noviembre).

Se pueden consultar los textos de esta normativa en la página oficina del Boletín Oficial del Estado (<https://www.boe.es/>) y del Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (<http://www.juntadeandalucia.es/boja/index.html>)

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza desea que esta información le sea de utilidad. La presente información tiene exclusivamente carácter ilustrativo, por lo que no originará derechos ni expectativas, ni vinculará con el procedimiento a que se refiere, cuya tramitación se sujetará siempre a las instrucciones específicas establecidas por el órgano competente. (Artículo 4 del Decreto 204/1995, de 29 de agosto, Boja nº 136, de 26 de octubre).

GUÍA TÉCNICA AUTOESCUELAS

1. ¿Qué es una Autoescuela?

Las Autoescuelas son centros docentes privados que están facultados para impartir de forma profesional, la enseñanza de los conocimientos, habilidades, aptitudes o comportamientos esenciales para la seguridad de la circulación por parte de los aspirantes a la obtención de alguno de los permisos o licencias de conducción que existen.

Las autoescuelas podrán realizar otras actividades, siempre que cumplan con los requisitos exigidos en la normativa específica que las regule.

Las autoescuelas también podrán gestionar en los centros oficiales, en el nombre de los alumnos, el despacho de cuantos documentos les interesen a aquéllos y estén directamente relacionados con la obtención del permiso o licencia de conducción o con cursos de especialización, reciclaje o sensibilización.

2. Trámites necesarios para proceder al inicio de la actividad.

Toda escuela necesitará de autorizaciones previas de apertura y funcionamiento así como autorización administrativa para que el personal directivo y docente pueda ejercer sus funciones.

A) Autorización de apertura y funcionamiento de autoescuelas.

Para que una autoescuela pueda ejercer su actividad es necesario que disponga de una autorización de apertura previa para desarrollar su actividad, que se expedirá por la Jefatura Provincial de Tráfico en cuyo territorio radique la escuela. Para ello deberán contar con los elementos personales y materiales mínimos regulados en el Reglamento de Autoescuelas.

A dicha solicitud (modelo disponible en página Web de Dirección General de Tráfico) suscrita por el titular o su representante legal y en la que se indicarán la denominación del Centro y sus elementos personales y materiales, la ubicación de los locales y terrenos o zonas de prácticas y las clases de permiso y licencia para cuya enseñanza se solicita autorización, se acompañarán los siguientes documentos:

- Comprobante de pago de la **TASA** por autorización de apertura que para el año 2014 es de: 420,40 €
- **DNI/NIE** si el titular es una persona física, o, en su caso, **DOCUMENTOS QUE ACREDITEN LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD** de la persona jurídica titular de la escuela: original y copia.
- **LOCALES:** Acreditación de que cumplen los requisitos exigidos por la normativa municipal para ejercer la actividad propia de la escuela.
- **TERRENOS PARA CLASES PRÁCTICAS:** En caso de disponer de ellos, aportar el documento que lo acredite y autorización municipal para impartir dichas clases en ellos o certificación acreditativa de que no necesita dicha autorización, en su caso.
De no disponer de terrenos, se deberá aportar autorización municipal para realizar dichas prácticas en zonas que reúnan las condiciones idóneas para la enseñanza.
- **RELACIÓN DEL PERSONAL DOCENTE** con especificación del alcance de su autorización de ejercicio.
- **RELACIÓN DE LOS VEHÍCULOS** de que va a disponer, especificando sus características y condiciones de utilización (como enseñanza o acompañamiento).
- **RELACIÓN DEL MATERIAL DIDÁCTICO.**
- **DECLARACIONES DEL SOLICITANTE o ASOCIADOS** (en caso de persona jurídica), **DEL PERSONAL DIRECTIVO Y DEL PERSONAL DOCENTE** de no hallarse incurso en ninguna de las prohibiciones a que se refiere el artículo 12 del RD 1295/2003, de 17 de octubre, modificado por el RD 369/2010.

La Jefatura Provincial de Tráfico, previo examen de la solicitud y documentación aportada y comprobación de que a la solicitud se han acompañado todos los documentos exigidos y de la veracidad del contenido de la documentación, **dictará resolución concediendo o denegando** la autorización de apertura solicitada.

No podrá concederse autorización de apertura a ningún titular si la denominación de la Escuela coincide o se presta a confusión con la de otra Escuela ya autorizada en esa misma provincia.

La Jefatura Provincial de Tráfico notificará la resolución que proceda al titular o a su representante legal en el plazo máximo de **tres meses**. Una vez haya transcurrido ese plazo máximo sin haberse notificado la resolución expresa, la solicitud de la autorización de apertura se entenderá desestimada por silencio administrativo.

La autorización tendrá validez en todo el territorio español y habilitará a su titular para abrir Secciones **que llevarán la misma denominación** que la Escuela.

Modelo solicitud:

<http://bit.ly/1wSuuVy>

B) Autorización de ejercicio del personal directivo y docente.

Los **elementos personales mínimos**, que debe tener adscritos cada escuela así como cada una de las secciones o sucursales que en su caso la compongan son:

- el **titular**, que puede ser tanto una persona física como una persona jurídica;
- una persona en posesión del certificado de aptitud de **director** de escuela de conductores y con la correspondiente autorización de ejercicio como director.
- una persona en posesión del certificado de aptitud de profesor de formación vial y con la correspondiente autorización de ejercicio como **profesor**.

Siempre que una misma persona reúna los requisitos para ello, la posesión de los distintos certificados de aptitud y autorizaciones de ejercicio, pueden realizar más de una función en una escuela y, en su caso, en cada una de las secciones o sucursales que la compongan.

Por lo tanto, todas deben contar con un director y un profesor, como mínimo, tanto la escuela como cada una de las secciones o sucursales que cuente la misma.

Tanto profesores como directores deben obtener la correspondiente **autorización de ejercicio**. La autorización de ejercicio como profesor habilita para impartir las clases teóricas necesarias para la obtención de cualquier permiso o licencia de conducción y exclusivamente las clases prácticas para la obtención del permiso de la clase o clases de que el profesor sea titular con más de un año de antigüedad y la autorización de ejercicio como director habilita para la dirección docente.

La autorización de ejercicio del personal docente deberá solicitarse en la Jefatura Provincial de Tráfico donde esté ubicada la Escuela, utilizando para ello la solicitud que,

a tales efectos, proporcionará dicho Organismo o que podrá descargarse a través de la siguiente página web: www.dgt.es

A **dicha solicitud, suscrita por el titular o su representante legal** se adjuntará la siguiente documentación.

1º. SOLICITUD: en impreso oficial de cuestiones varias disponible en las Jefaturas de Tráfico suscrita por el titular de la escuela o por su representante legal.

Modelo de solicitud: <http://bit.ly/1reSAGj>

2º. TASA IV.5 (2014): 10 €

3º. DNI: original en vigor y fotocopia. En caso de extranjeros, original y fotocopia del documento en vigor que acredite su identidad y residencia en España.

4º. DECLARACIÓN por escrito del director o profesor de no estar cumpliendo condena o sanción de privación o suspensión del permiso de conducción acordada en vía judicial o administrativa o haber perdido el crédito de puntos y de no estar incurso en ninguna de las prohibiciones para el ejercicio de las actividades docentes recogidas en el artículo 12 del RD 1295/2003, de 17 de octubre, modificado por el RD 369/2010, de 26 de marzo.

5º. FOTOGRAFÍAS: Dos originales de 32 x 26 mm en color y con fondo liso, tomadas de frente con la cabeza descubierta y sin gafas de cristales oscuros o cualquier otra prenda que pueda impedir o dificultar la identificación de la persona. Cuando se trate de solicitantes que por su religión lleven el cabello cubierto, se admitirán las fotografías con velo, siendo la única limitación para su admisión que el óvalo del rostro aparezca totalmente descubierta desde el nacimiento del pelo hasta el mentón, de forma que no impida o dificulte la identificación de la persona.

6º. Certificado de Aptitud del Director de Escuelas particulares de conductores o de profesor de escuelas particulares de conductores: fotocopia.

La Jefatura Provincial de Tráfico notificará la resolución que proceda al titular o su representante legal en el plazo máximo de un mes.

C. Vehículos.

Toda Escuela deberá disponer, en propiedad, o por otro título, de al menos **un vehículo** de la categoría adecuada a cada clase de permiso o licencia de conducción para cuya enseñanza esté autorizada.

Las Secciones o Sucursales de dicha Escuela deberán contar con el número de vehículos y en las mismas condiciones exigidas para la Escuela.

Los vehículos de toda Escuela deberán:

- a) Estar a nombre del titular de la Escuela.
- b) Figurar dados de alta en la Escuela, constando así en el Registro de Centros de Formación de Conductores.
- c) Ajustarse a las condiciones generales y requisitos que se establecen en el Reglamento General de Vehículos.

3. Órganos Competentes.

Órgano competente en la materia: Jefaturas Provinciales de la Dirección General de Tráfico.

4. Legislación y normativa aplicable.

Real Decreto 1295/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento regulador de las escuelas particulares de conductores.

Real Decreto 369/2010, de 26 de marzo, por el que se modifica el Reglamento regulador de las autoescuelas particulares de conductores.

Se pueden consultar los textos de esta normativa en la página oficial del Boletín Oficial del Estado (<https://www.boe.es/>) y del Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (<http://www.juntadeandalucia.es/boja/index.html>)

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza desea que esta información le sea de utilidad. La presente información tiene exclusivamente carácter ilustrativo, por lo que no originará derechos ni expectativas, ni vinculará con el procedimiento a que se refiere, cuya tramitación se sujetará siempre a las instrucciones específicas establecidas por el órgano competente. (Artículo 4 del Decreto 204/1995, de 29 de agosto, Boja nº 136, de 26 de octubre).

GUÍA TÉCNICA COMERCIO ONLINE

¿Qué es el comercio online?

El comercio electrónico consiste en la venta de productos o servicios a través de sistemas electrónicos. Comprende la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Lo que permite acceder a los productos y servicios durante las 24 horas del día.

Trámites necesarios para proceder al inicio de la actividad.

Los requisitos legales para vender en Internet son los mismos que para la venta física, pudiendo ser titular del comercio online cualquier persona física dada de alta como Autónomo o cualquier sociedad.

En cuanto a los trámites específicos derivados de la actividad en internet hay que tener en cuenta esta legislación específica:

1. *Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSICE).*

Esta normativa obliga al cumplimiento de una serie de obligaciones legales, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Identificación del titular de la tienda de comercio electrónico.
- Ofrecer de forma permanente, fácil y gratuita información general sobre el titular y la actividad que se desarrolla en la tienda.
- Deber de colaboración con las autoridades.

Esta ley prohíbe el envío de correos electrónicos de carácter publicitario (spam) que los usuarios no hayan consentido, además de obligar a la tienda online a explicar de forma detallada el proceso de venta (condiciones, plazos, reclamaciones....).

El incumplimiento de esta normativa podría dar lugar a graves sanciones, que pueden ir desde 30.000 a 600.000 Euros.

2. *Ley Orgánica de Protección de Datos, (LOPD)*

La tenencia de datos archivados en un fichero de clientes, requiere la inscripción en la Agencia Española de Protección de Datos.

Como cualquier otra empresa que recabe datos personales, las bases de datos propias de clientes actuales y potenciales, así como de suscriptores, cumplirán con la normativa de la AEPD, tanto en lo referente a la inscripción del fichero como en los derechos de rectificación, cancelación, modificación y acceso previsto por la legislación.

Hay que remitir a dicho organismo los datos del fichero por cualquiera de los tres medios habilitados al respecto. Ellos recepcionarán dicho fichero y expedirán un documento de inscripción alusivo a su inclusión en el Registro General de Protección de Datos.

Se adjunta el enlace de la AEPD en lo que a procedimiento de inscripción de ficheros se refiere: <http://bit.ly/Tr3X1B>

3. Ley de Ordenación del Comercio Minorista (Venta a distancia).

Referida a todas aquellas ventas que se realizan a distancia (sin presencia física simultánea de comprador y vendedor). En ésta se detalla la información que el vendedor deberá poner a disposición del comprador:

Información detallada del producto: proveedor, características, precio, gastos de envío, forma de pago, modalidades de entrega y validez de la oferta.

Plazos de pedido: si no se indica el plazo, el pedido debe enviarse dentro de los 30 días siguientes a su realización.

Derecho de desistimiento: El comprador podrá desistir libremente, o sea devolver la compra, dentro del plazo de 14 días (según la nueva Ley 3/2014) contados desde la fecha de recepción del producto (exceptuando los productos de uso inmediato, como los de higiene corporal o similar que no puedan ser devueltos).

CREACIÓN DEL SITIO WEB:

A) Reserva de dominio en Internet.

El primer paso a llevar a cabo sería la reserva de dominio. Un dominio es el nombre que identifica un sitio web, una dirección para que los clientes potenciales puedan identificarnos.

El nombre de dominio tiene que ser fácil de recordar y debe ser un nombre congruente con la actividad que vamos a desarrollar. Importante que esté alojado en un buen *Hosting*, que brinde todo lo necesario para que el negocio web este siempre en línea. Un hosting básicamente, es el lugar de almacenamiento de todos los archivos, correos, páginas y datos que se usarán para el nombre de dominio o sitio.

Existen muchas empresas registradoras de dominios. ESNIC es la autoridad competente para la gestión del registro de dominios de Internet bajo el código de país. ESNIC, es el Departamento de Red.es encargado del registro de nombres de dominio bajo “.es” <http://www.nic.es>

B) Diseño y construcción de la “Web”.

Diseñar un espacio web para comercio electrónico puede ser una tarea complicada que exige contar con las herramientas específicas o con un equipo de profesionales cualificados. El diseño de la web es muy importante ya que la página funcionará como carta de presentación de la empresa.

Por ello hay que tener en cuenta lo siguiente:

- La web debe ser accesible para todos los navegadores y en todas sus versiones.
- La información para contactar con la empresa debe aparecer en cada página.
- Se debe simplificar el proceso y definir bien las imágenes, de esta forma bajará más rápido.
- Los títulos deben ser lo más descriptivos posible.

C) Elegir los sistemas de pago.

El proceso de pago es lo que convierte el “comercio” en “comercio electrónico”. En un comercio electrónico será necesario contar con un sistema de pago apropiado y que asegure al cliente la privacidad de sus datos y sea fiable.

La idea es ofrecerle al cliente todos los medios de pago que sean posibles. Sin embargo, existen tres que son imprescindibles:

- **Paypal.** Para realizar pagos a través de Internet sin necesidad de introducir datos bancarios en cada plataforma.

- **Transferencia bancaria:** Se trata de un simple movimiento de fondos entre la cuenta del comprador y la de la empresa.
- **Tarjetas de crédito:** La opción más utilizada para pagar compras por internet son las tarjetas de crédito o débito. Un comercio para poder cobrar de esta forma tiene que instalar una plataforma segura de pago que le permita al comerciante electrónico verificar, y luego debitar de la tarjeta de crédito del cliente, un determinado importe en forma segura.

ÓRGANOS COMPETENTES.

Agencia Española de Protección de Datos. (Tfno. 901 100 099 Ext. Nº 2)

LEGISLACIÓN Y NORMATIVA APLICABLE.

- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Ley 34/2002, de 11 de Julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley 15/1999, de 13 de junio.
- Real Decreto 994/1999, por el que se aprueba el Reglamento de Medidas de Seguridad de ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal.
- Decreto legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía.
- Ley 6/2002, de 16 de diciembre. Modifica la Ley 1/996 y crea la tasa de tramitación de licencias comerciales.

Se pueden consultar los textos de esta normativa en la página oficial del Boletín Oficial del Estado (<https://www.boe.es/>) y del Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (<http://www.juntadeandalucia.es/boja/index.html>)

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza desea que esta información le sea de utilidad. La presente información tiene exclusivamente carácter ilustrativo, por lo que no originará derechos ni expectativas, ni vinculará con el procedimiento a que se refiere, cuya tramitación se sujetará siempre a las instrucciones específicas establecidas por el órgano competente. (Artículo 4 del Decreto 204/1995, de 29 de agosto, Boja nº 136, de 26 de octubre).

GUÍA TÉCNICA COMERCIO AMBULANTE

¿Qué es el comercio ambulante?

Se entiende por comercio o venta ambulante aquella realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente cualquiera que sea su periodicidad y lugar donde se celebre.

1. Modalidades del Comercio Ambulante:

- Mercadillos. Son aquellos que tienen:
 - Una agrupación de puestos.
 - Se realiza periódica o regularmente (ya sea semanal, quincenal o mensualmente).
 - Y en un lugar público que ha de establecer en este caso el Ayuntamiento, en cuanto titular de los espacios públicos de su municipio.
- El comercio callejero. Es el que se celebra en vías públicas, pero sin que exista una agrupación de puestos ni tenga carácter periódico.
- El comercio itinerante. Es el realizado mediante vehículos en las vías públicas a lo largo de los itinerarios permitidos por los Ayuntamientos.

No se considera comercio ambulante, sometiéndose a la competencia de los respectivos Ayuntamientos:

- Los mercados organizados con motivo de fiestas, ferias o acontecimientos populares.
- El comercio tradicional de objetos usados.
- Las actividades ambulantes industriales y de servicios no comerciales (freidurías de churros y patatas, asadurías de pollos, etc).
- Los mercados tradicionales de flores, plantas y animales.
- Los mercados de artesanía.

2. Trámites necesarios para poder proceder al inicio de la actividad.

1) **Solicitud de autorización municipal en la localidad donde se vaya a realizar la actividad.**

Corresponderá a los Ayuntamientos el otorgamiento de la autorización, así como establecer el procedimiento para la concesión de la misma. La duración de la autorización será por un periodo de **quince años**, que podrá ser prorrogado, a solicitud de la persona titular, por otro plazo idéntico, una sola vez, y será transmisible en los términos que determinen las Ordenanzas municipales.

En caso de que sea obligatoria la autorización también será necesario conocer el plazo de presentación de solicitudes, las tasas municipales y los **requisitos legales**, que aunque específicos para cada mercadillo, en general son estos:

1. Estar dado de alta en el régimen de la Seguridad Social que corresponda y al corriente en el pago de las cotizaciones de la Seguridad Social.

2. Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del **Impuesto de Actividades Económicas** y al corriente de pago. En este caso sería el 663 (Comercio al por menor fuera de un establecimiento comercial permanente).

3. Las personas prestadoras **procedentes de terceros países** deberán acreditar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la legislación vigente en materia de autorizaciones de residencia y trabajo.

4. Estar en posesión de un **seguro de responsabilidad civil** que cubra los riesgos de nuestra actividad. Obligatorio en la mayoría de los casos, por si ocurre algún accidente.

5. **Carnet de manipulador de alimentos**, si vamos a vender productos de alimentación.

En algunos sitios no será necesario cumplir todos estos requisitos en el momento de presentar la solicitud, siendo suficiente una declaración responsable de que nos comprometemos a cumplirlos en el caso de que nos concedan la autorización.

En las autorizaciones expedidas por el Ayuntamiento se hará constar:

- a) La persona física o jurídica titular de la autorización para el ejercicio del comercio ambulante, su DNI o NIF, domicilio a efectos de posibles reclamaciones y, en su caso, las personas con relación familiar o laboral que vayan a desarrollar en su nombre la actividad.
- b) La duración de la autorización.
- c) La modalidad de Comercio Ambulante autorizada.
- d) La indicación precisa del lugar, fechas y horario en que se va a ejercer la actividad.
- e) El tamaño, ubicación y estructura del puesto donde se va a realizar la actividad comercial.
- f) Los productos autorizados para su comercialización.
- g) En la modalidad de comercio itinerante, el medio transportable o móvil en el que se ejerce la actividad y los itinerarios permitidos.

Los Ayuntamientos entregarán, a las personas físicas o jurídicas que hayan autorizado para el ejercicio del comercio ambulante dentro de su término municipal, una placa identificativa que contendrá los datos esenciales de la autorización.

2) Registro General de comerciantes ambulantes de Andalucía.

La inscripción en el Registro General de comerciantes Ambulantes *es voluntaria*, teniendo una validez de cuatro años, prorrogable por idénticos periodos.

Las personas comerciantes inscritas podrán obtener los siguientes beneficios:

- a) Ser reconocidas como profesionales del sector, pudiendo expedirse a tal efecto una certificación acreditativa de la inscripción en el Registro.
- b) Solicitar el otorgamiento de alguno de los distintivos de calidad que reglamentariamente se pudieran determinar.

c) Solicitar posibles incentivos que la Consejería competente en materia de comercio interior pudiera acordar relacionados con la actividad.

d) Participar en cursos, conferencias y demás actividades de esta índole que organice la Consejería competente en materia de comercio interior, o en las que colabore dicha Consejería.

Enlace solicitud Registro: <http://bit.ly/1uQDUND>

3. Órganos Competentes.

Delegaciones Territoriales de la Consejería de Turismo y Comercio.

Consejería de Turismo y Comercio. Registro General de Comerciantes Ambulantes de Andalucía, adscrito al Registro General de Comercio y Artesanía.

Ayuntamientos.

4. Legislación y normativa aplicable.

Decreto legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía.

Ley 6/2002, de 16 de diciembre. Modifica la Ley 1/996 y crea la tasa de tramitación de licencias comerciales.

Decreto Legislativo 2/2012 de 20 de marzo por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comercio Ambulante.

Decreto 63/2011, de 22 de marzo, por el que se regula el Registro General de Comerciantes Ambulantes de Andalucía.

Se pueden consultar los textos de esta normativa en la página oficina del Boletín Oficial del Estado (<https://www.boe.es/>) y del Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (<http://www.juntadeandalucia.es/boja/index.html>)

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza desea que esta información le sea de utilidad. La presente información tiene exclusivamente carácter ilustrativo, por lo que no originará derechos ni expectativas, ni vinculará con el procedimiento a que se refiere, cuya tramitación se sujetará siempre a las instrucciones específicas establecidas por el órgano competente. (Artículo 4 del Decreto 204/1995, de 29 de agosto, Boja nº 136, de 26 de octubre).

GUÍA TÉCNICA GESTIÓN DE RESIDUOS

¿Qué es una empresa de gestión de residuos?

Gestor de residuos es la persona o entidad, pública o privada, registrada mediante autorización o comunicación que realice cualquiera de las operaciones que componen la gestión de los residuos, sea o no el productor de los mismos. Dichas operaciones incluyen las actividades de recogida, almacenamiento, clasificación, valorización y eliminación, incluyendo tanto la vigilancia de estas actividades como la vigilancia tras el cierre de los lugares de vertido o depósito.

Clasificación de los residuos:

- **Según su peligrosidad:**

Residuos urbanos o municipales que son los generados en los domicilios particulares, comercios, oficinas y servicios, así como todos aquellos que no tengan la calificación de peligrosos. Dentro de estos residuos se encuentran también los residuos procedentes de la limpieza de vías públicas, zonas verdes, áreas recreativas y playas. Los animales domésticos muertos, los muebles, enseres y vehículos abandonados. Y los residuos y escombros que proceden de obras menores de construcción y reparación domiciliaria.

Residuos peligrosos son aquellos que contienen en su composición una o varias sustancias que les confieren características peligrosas, en cantidades o concentraciones tales, que representan un riesgo para la salud humana, los recursos naturales o el medio ambiente. También se consideran residuos peligrosos los recipientes y envases que hayan contenido estas sustancias.

- **Según su origen:**

Industriales: materiales procedentes de la actividad industrial. Entre ellos podemos distinguir los que necesitan de tratamientos específicos por su peligrosidad, composición o tratamiento, y los que se asemejan a residuos urbanos y que pueden tratarse como ellos.

Agropecuarios: materiales producidos por las actividades agrícolas como ramas o paja; y ganaderas, como los purines y gallinazas.

Sanitarios: Cualquier sustancia u objeto generados por las actividades sanitarias de los cuales se desprenda o tenga intención u obligación de desprenderse su poseedor, en virtud de las disposiciones legales en vigor en esta materia.

Residuos domésticos: Son los generados en los domicilios como consecuencia de las actividades domésticas. Se incluyen aquí los aparatos eléctricos y electrónicos, ropa, pilas, muebles, enseres, así como los residuos y escombros procedentes de obras menores de construcción etc.... Son los llamados residuos urbanos o municipales.

Residuos comerciales: Son los residuos generados por la actividad propia del comercio, al por mayor y al por menor, de los servicios de restauración, bares y cafeterías, de la hostelería, de las oficinas, de los mercados, así como del resto del sector servicios.

- **Clasificación de los residuos según su composición**

Orgánico. Engloba todo desecho de origen biológico (desecho orgánico), que alguna vez estuvo vivo o fue parte de un ser vivo, por ejemplo: hojas, ramas, y residuos de la fabricación de alimentos en el hogar, etc.

Inorgánico. Es todo desecho sin origen biológico, de índole industrial o de algún otro proceso artificial, por ejemplo: plásticos, telas sintéticas, etc.

Residuo peligroso. Se refiere a todo residuo, orgánico e inorgánico, que tiene potencial peligroso.

Figuras implicadas en la gestión de residuos

- **El productor:** puede ser cualquier persona física o jurídica cuya actividad, excluida la derivada del consumo doméstico, produzca residuos o efectúe operaciones de tratamiento previo, de mezcla, o de otro tipo, que ocasionen un cambio de naturaleza o de composición de esos residuos. Tiene también carácter de productor el importador de residuos o adquirente en cualquier Estado miembro de la Unión Europea.

- **El poseedor:** es el productor de los residuos o la persona física o jurídica que los tenga en su poder y no posea la condición de gestor de los mismos. Esta condición se aplicará a las Administraciones Públicas cuando los residuos se encuentren en su poder como consecuencia de actividades de limpieza y mantenimiento de los espacios públicos de los que son titulares.

- **El gestor:** es la persona o entidad, pública o privada, que realice cualquiera de las operaciones que componen la gestión de los residuos, sea o no el productor de los mismos.

Trámites necesarios para proceder al inicio de la actividad.

1) *Solicitud de autorización de las instalaciones de tratamientos de residuos.*

Modelo: <http://bit.ly/156JyVp>

Se deberá proceder a solicitar la autorización para las instalaciones ubicadas en Andalucía donde vayan a desarrollarse operaciones de valorización o eliminación de residuos, incluida la preparación anterior a dichas operaciones y el almacenamiento en el ámbito de la recogida en espera de tratamiento.

Requisitos:

Para la concesión de las autorizaciones, la Delegación Territorial realizará las inspecciones previas y las comprobaciones necesarias en cada caso.

En el caso de ser instalaciones de tratamiento de residuos peligrosos, se establecen los siguientes requisitos para el personal de la instalación:

- Al frente del personal y para todas las relaciones con la Administración deberá estar un titulado superior especializado.
- El jefe de los laboratorios deberá ser un titulado de grado superior especializado.
- Los jefes de explotación y mantenimiento han de ser técnicos, como mínimo, de grado medio.
- El resto del personal tendrá una titulación, formación profesional y experiencia acordes con las funciones que vayan a tener encomendadas

Documentación a aportar:

Las solicitudes de autorización se acompañarán de la siguiente documentación:

- Memoria justificativa.
- Proyecto técnico, un proyecto de explotación y un proyecto de clausura elaborado por persona técnica competente, cuyo contenido se ajustará a lo dispuesto en el artículo 38 del Reglamento de Residuos de Andalucía.
- Presupuesto de los medios de que dispone la empresa para la gestión de los residuos.
- Plan de autoprotección certificado por personal técnico competente, sólo para instalaciones en las que se vayan a gestionar residuos peligrosos. Dicho plan será

elaborado según el Real Decreto 393/2007, de 23 de marzo, por el que se aprueba la norma básica de autoprotección de los centros, establecimientos y dependencias dedicados a actividades que pueden dar origen a situaciones de emergencia, como justificación de la adopción de las medidas de seguridad exigidas para la actividad y de aquellas otras exigidas en la legislación sobre protección civil.

- En su caso, justificante del pago de la **tasa** establecida (modelo 046).

La tasa a pagar será distinta según las características concretas de la actividad y del instrumento de prevención al que estuviera sometido:

* Si estuviese sometido a **Autorización Ambiental Integrada o a Autorización como Gestor de Residuos Peligrosos**, la tasa sería de **1.782,46 euros**.

* En el caso de estar sometida a una **Autorización Ambiental Unificada**, en la actualidad la tramitación de la Autorización Ambiental Unificada no tiene asociada tasa alguna.

En principio, sólo se deberían abonar los gastos correspondientes a la publicación del anuncio en BOJA, lo que puede suponer **aproximadamente unos 500 euros** dependiendo del tamaño que ocupe el contenido del anuncio a publicar.

- Memoria económica donde se ponga de manifiesto la viabilidad del proyecto.

- Documentación acreditativa del seguro y fianza exigibles, en el caso de residuos peligrosos o cuando así lo exijan las normas que regulan la gestión de residuos específicos o las que regulan operaciones de gestión.

2) Solicitud de autorización de las personas o entidades que realizan operaciones de tratamientos de residuos.

Modelo de solicitud: <http://bit.ly/1wdmla2>

Cuando estas personas o entidades sean las mismas que las titulares de las instalaciones donde se realizan operaciones de tratamiento de residuos, la Consejería unificará ambas autorizaciones en una sola que comprenda la de la instalación y la de la actividad.

Están exentas de autorización:

- Las entidades o empresas que lleven a cabo la eliminación de sus propios residuos no peligrosos en el lugar de producción o que valoricen residuos no peligrosos.
- Las entidades o empresas que recojan residuos sin una instalación asociada, las que transporten residuos con carácter profesional, las personas o entidades negociantes y las personas o entidades agentes. No obstante, sus titulares deberán comunicar la actividad al órgano ambiental competente con carácter previo a su inicio.

Requisitos:

Para la concesión de las autorizaciones, la Delegación Territorial realizará las inspecciones previas y las comprobaciones necesarias en cada caso.

Documentación a aportar:

Las solicitudes de autorización se acompañarán de la siguiente documentación:

- Identificación de la persona o entidad que solicita llevar a cabo la actividad de tratamiento de residuos.
- Descripción detallada de las actividades de tratamiento de residuos que pretende realizar con inclusión de los tipos de operaciones previstas a realizar, incluyendo la codificación establecida en los Anexos I y II de la Ley 22/2011, de 28 de julio, así como los códigos LER.
- Métodos que se utilizarán para cada tipo de operación de tratamiento, las medidas de seguridad y precaución y las operaciones de supervisión y control previstas.
- Capacidad técnica para realizar las operaciones de tratamiento previstas en la instalación.
- Documentación acreditativa del seguro y fianza exigible, en el caso de residuos peligrosos o cuando así lo exijan las normas que regulan la gestión de residuos específicos o las que regulan operaciones de gestión.

3) Órganos Competentes.

Delegaciones Territoriales de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía.

Dirección General de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, cuando se trate de actividades de valorización o eliminación de residuos peligrosos que excedan del ámbito territorial de una provincia.

4) Legislación y normativa aplicable.

Ley 7/2007, de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental.

Decreto 356/2010, de 3 de agosto, por el que se regula la autorización ambiental unificada, se establece el régimen de organización y funcionamiento del registro de autorizaciones de actuaciones sometidas a los instrumentos de prevención y control ambiental, de las actividades potencialmente contaminadoras de la atmósfera y de las instalaciones que emiten compuestos orgánicos volátiles, y se modifica el contenido del Anexo I de la Ley 7/2007, de 9 de julio, de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental.

Ley 22/2011 de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.

Decreto 73/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de Residuos de Andalucía.

DECRETO 397/2010, de 2 de noviembre, por el que se aprueba el Plan Director Territorial de Residuos No Peligrosos de Andalucía 2010-2019.

Se pueden consultar los textos de esta normativa en la página oficina del Boletín Oficial del Estado (<https://www.boe.es/>) y del Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (<http://www.juntadeandalucia.es/boja/index.html>)

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza desea que esta información le sea de utilidad. La presente información tiene exclusivamente carácter ilustrativo, por lo que no originará derechos ni expectativas, ni vinculará con el procedimiento a que se refiere, cuya tramitación se sujetará siempre a las instrucciones específicas establecidas por el órgano competente. (Artículo 4 del Decreto 204/1995, de 29 de agosto, Boja nº 136, de 26 de octubre).

14. APOYO INSTITUCIONAL



¿Qué otros organismos apoyan el emprendimiento?

¿Dónde están?

¿Qué funciones tienen?

AGENCIA IDEA	CAMARA DE COMERCIO
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS	CEEI
UNIVERSIDAD OTRI	AJE
GRUPOS DE DESARROLLO RURAL	

AGENCIA IDEA

¿QUÉ ES?

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA es la agencia de desarrollo regional del Gobierno andaluz, además de un instrumento especializado fundamentalmente en el fomento de la innovación en la sociedad andaluza.

La Agencia IDEA realiza un gran esfuerzo en la labor de apoyo al empresariado andaluz: desde la gestión y concesión de incentivos a las empresas, a la gestión de proyectos y programas de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, así como a la construcción de infraestructuras industriales y tecnológicas.

Página web: www.agenciaidea.es

SERVICIOS

Las principales áreas de actuación de la Agencia de Innovación son:

- **Financiación y Desarrollo Empresarial**, que aglutina en una misma Unidad todas las ayudas y programas de financiación a las empresas.
- **Espacios de Innovación y Sectores Estratégicos** orientada a la dotación de infraestructuras y espacios productivos así como a la dinamización de estos espacios vinculándolos con los sectores/cluster en Andalucía.
- **Captación de Inversiones y Servicios Avanzados** que será la encargada de diseñar y prestar los servicios que la Agencia pone a disposición de emprendedores y empresarios, con especial atención al servicio integral de captación de inversiones en Andalucía.

Entre los servicios a destacar:

- Vigilancia Tecnológica (Búsqueda de información tecnológica).
- Información y Asesoramiento I+D+I.
- Patentes, marcas y diseño industrial (Propiedad Industrial)
- Creación de empresas en 24 horas.
- Cooperación y Transferencia de Tecnología.
- Captación de Inversiones

UBICACIÓN

ALMERÍA: Avda. Pablo Iglesias, 24
04003 Almería
Telf: 950 006 800
E-mail: almeria@agenciaidea.es

CÁDIZ: Alameda Apodaca, 20
11003 Cádiz.
Teléf. 956 009 510
e-mail. cadiz@agenciaidea.es

CÓRDOBA: Plaza Cardenal Toledo, 6
14001 Córdoba
TLFNO. 957 005 000
E-mail: cordoba@agenciaidea.es

GRANADA: Parque Tecnológico Ciencias de la Salud
Edificio BIC Granada, Avenida de la Innovación, 1
18016 (Granada)
TLFNO. 958 002 500
E-mail: granada@agenciaidea.es

HUELVA: Avenida de Andalucía, 6, Bajo A
21004 Huelva
TLFNO. 959 011 200
E-mail: huelva@agenciaidea.es

JAÉN: Carrera de Jesús, 9, bajo
23002 Jaén
TLFNO. 953 006 100
E-mail: jaen@agenciaidea.es

MÁLAGA: C/ Cister, 5
29015 Málaga
TLFNO. 951 042 902
E-mail: malaga@agenciaidea.es

SEVILLA: C/ Leonardo Da Vince 17
41092 Sevilla

TLFNO. 955 030 900

E-mail: sevilla@agenciaidea.es

AJE

¿QUÉ ES?

La fundación de AJE Andalucía crea sus Estatutos fundacionales en el año 1990.

AJE, consciente de la importancia del emprendimiento y del papel del empresario en la creación de riqueza y empleo en la sociedad actual, trabaja día a día por el fomento de la cultura emprendedora y el apoyo a los jóvenes empresarios que desarrollan sus proyectos en la comunidad andaluza.

La actividad de AJE se basa en el fomento del autoempleo y del espíritu emprendedor, algo necesario ahora más que nunca. AJE es firmes creyente en esa máxima de que la unión hace la fuerza y por ello lleva a todas las provincias andaluzas este tipo de proyectos, que no persiguen otra cosa que abrir nuevas vías de negocio a aquellos que participan en éstos.

El éxito de convocatoria y creación de negocio en los eventos AJE ha llevado a esta asociación a ser un referente en el ámbito empresarial y a recopilar en los últimos años numerosos apoyos. Los más importantes, los más de 3.400 asociados que forman parte de la familia AJE en Andalucía, pero también de destacadas personalidades de la vida empresarial e institucional que han empatizado con nuestra labor en pro del joven empresario.

SERVICIOS

- Guía Audiovisual de prevención de riesgos laborales en el Ámbito de las Pymes, Microempresas y Autónomos.
- Manual del Autónomo Emprendedor.
- Web de Autónomos Emprendedores, una plataforma para hacer negocios.
- Fomento Mejora Seguridad y Salud Laboral en la Empresa Joven Andaluza.
- Club del Autónomo Joven.
- Programa de Orientación Profesional.

- Club del Autónomo Joven.
- Programa de Orientación Profesional.
- Estudio de Necesidades Formativas para la Competitividad.
- Guía Informativa Audiovisual para la Promoción de la Cultura Preventiva.
- Sistemas Integrados de Gestión
- Servicio de Seguimiento Emprendedor.
- Asesoramiento Emprendedor.
- Escaparate Empresarial.
- Encuentro Andaluz de Negocios para Empresarios y Profesionales.
- Encuentro Andaluz de Emprendedores y Jóvenes Empresarios.

UBICACIÓN

ALMERÍA: Apartado de Correos 3046

04080 Almería

Telf: 950 225 281 – 655 567 682

E-mail: ajealmeria@almeria.org Web: www.almeria.org

CÁDIZ: Edificio MA'ARIFA Avda. Marconi, 37 1ª planta mod. E-1

11011 Cádiz

Telf: 956 071 015

E-mail: ajecadiz@ajeandalucia.org Web: www.ajecadiz.org

CÓRDOBA: Casa de la Juventud. Campo Madre de Dios s/n

14010 Córdoba

Telf: 957 764 566

E-mail: info@ajecordoba.org Web: www.ajecordoba.org

GRANADA: C/ Maestro Montero, 23. (Sede CGE)

18004 Granada

Telf: 958 225 690 – 958 100 253

E-mail: ajegranada@ajegranada.org Web: www.ajegranada.org

HUELVA: Avenida de la Ria, 3

21001 Huelva

Telf: 959 208 300

E-mail: ajehuelva@ajeandalucia.org

Web: <http://ajehuelva.blogspot.com.es/2008/07/aje-huelva-lugar-de-encuentro-de-los.html>

JAÉN: GEOLIT, Parque Científico y Tecnológico

C/ Sierra Morena, manzana 12A Oficina 4

23620 Mengíbar (Jaén)

Telf: 953 238 458

E-mail: ajejaen@ajejaen.org Web: www.ajejaen.org

MÁLAGA: Alameda Principal, 11, entreplanta izquierda

29001 Málaga

Telf: 952 225 045

E-mail: info@ajemalaga.org Web: www.ajemalaga.org

SEVILLA: Parque Empresarial Torneo.

Avda Astronomía nº1. Torre 3 - Planta 5ª mod. 6

41015 Sevilla

Telf: 954 535 154

E-mail: gerencia@ajesevilla.es Web: www.ajesevilla.es

CÁMARA DE COMERCIO

¿QUÉ ES?

La Cámara de Comercio tiene como finalidad la representación, promoción y defensa de los intereses generales del Comercio, la Industria y la Navegación, y la prestación de servicios a las empresas. Asimismo, se configura como órgano consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas, ante las que se presenta como institución que representa los intereses generales de las empresas.

Son muchas las actividades que la Cámara de Comercio desarrolla para potenciar el crecimiento de la actividad económica de la provincia, con este objetivo ofrecemos a través de la web, un lugar de encuentro e información para las empresas, donde podrán acceder a nuestros servicios de una forma ágil y directa.

SERVICIOS

- Seminarios: Jurídico, Internacional, Innovación, Marketing, Gestión de Negocio y Productividad.
- Escuela de Negocios.
- Servicios Empresariales: Premium Business, Mercado Global, Gestión de Negocio, Nueva Empresa, Administraciones Públicas y Formación y Recursos Humanos.
- Oficina Virtual: Canal noticias mercado y empresa 24h, Los expertos te eesuelven, Informes económicos, Soluciones de estrategia y táctica empresarial, Descarga tutores documentales para desarrollo de negocio, Asesoramiento de expertos 72h on line, Coaching, Buscador de normativas y subvenciones, Optimiza 2.0 tu empresa en la red, Calendario del contribuyente, Busca servicios productos, Red de empleo y Calendario comercial.

UBICACIÓN

ALMERÍA: Avda. Cabo de Gata, 29
04007 Almería
Telf: 950 181 700
E-mail: info@camaradealmeria.es
Web: www.camaradealmeria.es

CÁDIZ: C Antonio López 4
11004 Cádiz.
Teléf. 956 010 000. Fax. 956 250 710.
e-mail. info@camaracadiz.com
Web: www.camaracadiz.com

CÓRDOBA: C/Pérez de Castro 1, 14003 Córdoba
TLFNO. 957 29 61 99
FAX 957 20 21 06
E-mail: info@camaracordoba.com
Web: www.camaracordoba.com

GRANADA: C/ Luis Amador, 26, 18014 Granada
TLFNO. 958 536 152
FAX 958 536 292
E-mail: info@camaragranada.org
Web: www.camaragranada.org

HUELVA: C/ Santa Ángela de la Cruz, 1. 21003 Huelva
TLFNO. 959.245.900 - 959.540.126
E-mail: registro@camarahuelva.com
Web: www.camarahuelva.com

JAÉN: Calle Hurtado 29, 23001 Jaén
TLFNO. 953 24 79 50
FAX 953 24 07 38
E-mail: camarajaen@camarajaen.com
Web: www.camarajaen.org

MÁLAGA: Cortina del Muelle, 23, 29015 Málaga
TLFNO. 952 211 673
E-mail: info@camaramalaga.com
Web: www.camaramalaga.com

SEVILLA: Plaza de la Contratación nº 8, 41004 Sevilla
TLFNO. 955 110 898
Web: www.camaradesevilla.com

CEEI

¿QUÉ ES?

El Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI), es una empresa formada por capital público y privado, fundada en 1.991 por iniciativa de la Comisión de las Comunidades Europeas, para apoyar la creación de PYMES innovadoras, impulsar la puesta en marcha de nuevas actividades innovadoras en las PYMES existentes y a las Administraciones Públicas.

Desde su origen la Comisión Europea concibió a los CEEIS como una red internacional que permitiera el intercambio de información y experiencias entre los mismos y favoreciera la cooperación tecnológica, comercial y financiera entre ellos y sus clientes. Todos los CEEIS están homologados por la Comisión Europea, y se integran en una red, la European Business and Innovation Centre Network (EBN), asociación internacional científica y técnica, que agrupa a más de 150 CEEIS distribuidos por toda Europa.

SERVICIOS

- Creación de Empresas.
- Consolidación de Empresas.
- Consultoría Institucional.
- Alojamiento Empresarial.
- Formación.

UBICACIÓN

CÁDIZ: C/ Manantial, 13, Edificio CEEI,
Pol. Industrial Las Salinas de San José Bajo
11500 El Puerto de Santa María (Cádiz)
Telf: 956 860 654 Fax: 956 860 028
Web: www.ceeibahia.com

GRANADA: Parque Tecnológico de Ciencias de la Salud,
Avda. de la Innovación 1
18100 Armilla (Granada)
Telf: 958 750 570 Fax: 958 750 751
E-mail: informacion.bicgranada@agenciaidea.es Web: www.bicgranada.org

MÁLAGA: Parque Tecnológico de Andalucía,
Avda. Juan López Peñalver, 21
29590 Málaga
Telf: 951 010 504 Fax: 951 010 527
E-mail: info@bic.es Web: www.bic.es

SEVILLA: Autovía Sevilla – Coria del Río, km 3.5
41920 San Juan de Aznalfarache (Sevilla)
Telf: 954 049 700 Fax: 954 171 117
E-mail: eurocei@eurocei.com Web: www.eurocei.com

GRUPOS DE DESARROLLO RURAL

¿QUÉ ES?

En Andalucía **existen 52 Grupos de Desarrollo Rural (GDRs)**. Son asociaciones sin ánimo de lucro, en las que participan, además de las administraciones locales, todas las organizaciones empresariales, agrarias y de otros sectores, sindicales, ecologistas, culturales, así como asociaciones de jóvenes y mujeres, entre otros.

Los Grupos de Desarrollo Rural representan a un centenar de asociaciones de jóvenes y 200 asociaciones de mujeres, más de 700 Ayuntamientos junto a las 8 Diputaciones provinciales, más 200 cooperativas, organizaciones agrarias, sindicales, entidades bancarias y sindicales, entre otras.

Los GDRs tienen encomendada la gestión de fondos públicos por la Junta de Andalucía para la ejecución de una estrategia de desarrollo en el territorio que ha sido definida participativamente por su población.

El trabajo de los Grupos de Desarrollo Rural se basa en la aplicación del enfoque Leader, un método diferente y complementario de intervención frente al tradicional de las Administraciones, que consiste en que estas entidades privadas ejecutan estrategias participativas de desarrollo.

Los GDRs son estructuras abiertas y participativas que se encargan de apoyar con fondos públicos iniciativas de diversificación económica con el fin de mejorar la calidad de vida en el medio rural y fijar la población en su entorno. En estos veinte años de desarrollo rural, los GDRs se han convertido en instrumentos claves para impulsar las políticas territoriales de Desarrollo Rural apoyadas e impulsadas por la Junta de Andalucía, como motores de desarrollo económico y dinamizadores de la actividad económica.

Los Grupos de Desarrollo Rural y sus Consejos Territoriales en particular, se convierten en auténticos Consejos Económicos y Sociales de carácter comarcal, donde las estrategias y la ejecución del presupuesto se deciden desde y para el territorio. Así, la ejecución de las políticas de desarrollo rural a través de los GDRs supone una nueva forma de gobernanza, en tanto que hacen posible que las políticas se adecuen a las necesidades de la población, dotándolas de credibilidad y mejorando la base de apoyo ciudadano.

SERVICIOS

- Entidad Colaboradora para el desarrollo de programas de desarrollo rural.
- EUROEMPLEO. Experiencias Singulares de las Mujeres en el Medio Rural.
- Proyecto Agenda 21 Escolar. Coles Rurales, Coles Ecológicos.

- Convenio de colaboración ARA y Consejería de Cultura.
- Convenio de colaboración con la Confederación Hidrográfica del Guadiana (CHG).
- Convenio de colaboración con CEPES Andalucía.
- Convenio de colaboración Isla Mágica.
- Formación Profesional para el Empleo: Curso Gestor de Calidad.
- Igualdad y Conciliación.

UBICACIÓN

ARA, Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía

Edificio Eurocei, Autovía Sevilla-Coria del Río, km. 3,5

41920 San Juan de Aznalfarache (Sevilla)

Tel: 954 049 910-11 Móvil: 619 875 148

Fax: 954 179 210

E-mail: ara@andaluciarural.org Web: www.andaluciarural.org

UNIVERSIDAD OTRI

¿QUÉ ES?

La Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) tiene como principal objetivo dinamizar las relaciones entre la comunidad científica universitaria, las empresas y otros agentes socioeconómicos para el aprovechamiento de las capacidades I+D y resultados de la actividad investigadora de la Universidad.

Mediante un personal técnico y administrativo especializado y altamente cualificado, asesora, desarrolla y fomenta el establecimiento de relaciones, contratos y otras formas de colaboración con empresas e instituciones; busca diferentes fuentes de financiación pública y privada, nacional e internacional; impulsa la actitud emprendedora, la creación de empresas de base tecnológica y la internacionalización de la investigación; gestiona patentes y su explotación por empresas interesadas; promueve la capacidad competitiva de las empresas generadas en la propia Universidad y difunde la innovación tecnológica.

SERVICIOS

- Apoyo y promoción de las Spin-Off.
- Protección y Explotación.
- Programas Internacionales.
- Investigación Cooperativa.
- Transferencia Conocimiento.
- Creación de Empresas.
- Divulgación Científica.
- Propiedad Industrial e Intelectual.

UBICACIÓN

ALMERÍA: Ctra. Sacramento s/n, Planta: baja, Despacho: 0.020
04120 La Cañada de San Urbano (Almería)
Telf: 950 21 46 67 - 950 21 46 69 Fax: 950 21 46 73
E-mail: otri@ual.es
Web: cms.ual.es/UAL/universidad/serviciosgenerales/otri/index.htm

CÁDIZ: Consorcio Tecnológico de Cádiz, C/ Benito Pérez Galdós, s/n
11002 Cádiz
Telf: 956 015 171 Fax: 956 015 746
E-mail: otri@uca.es Web: www.uca.es/otri

CÓRDOBA: OTRI Universidad de Córdoba, Campus de Rabanales
Ctra. de Madrid, Km. 396
14071 Córdoba
Telf: 957 21 10 11 - 957 21 80 22 Fax: 957 21 10 10
E-mail: otri@uco.es Web: www.uco.es/webuco/otri

GRANADA: Complejo Administrativo Triunfo, Pab. 1. Cuesta del Hospicio s/n.
18071 Granada
Telf: 958 24 43 37 Fax: 958 24 43 01
E-mail: otri@ugr.es Web: <http://otri.ugr.es>

HUELVA: Campus de El Carmen, Edificio Marie Curie, 1ª planta
Avenida de las Fuerzas Armadas, s/n, 21071 Huelva
Telf: 959 219 408 Fax: 959 219 371
E-mail: otri@uhu.es Web: www.uhu.es/otri

JAÉN: Campus Las Lagunillas s/n
23071 Jaén
Telf: 953 21 21 21 Fax: 953 21 22 39
E-mail: info@ujaen.es Web: <http://vicinv.ujaen.es/otri>

MÁLAGA: Avda. Cervantes, 2
29071 Málaga
Telf: 952 13 25 91 Fax: 952 13 10 21
E-mail: otri@uma.es Web: www.otri.uma.es

SEVILLA: Universidad de Sevilla
Pabellón de Brasil, Paseo de las Delicias, s/n
41013 Sevilla
Telf: 954 488 118 Fax: 954 488 117
E-mail: otri@us.es Web: <http://otri.us.es>

SEVILLA: Universidad Pablo de Olavide
Edificio Josefa Amar. Número 44. 2ª planta - Ctra.de Utrera, Km. 1
41013 Sevilla
Telf: 954 34 90 90 - 954 34 98 72
E-mail: otri@upo.es Web: www.upo.es/otri

CEA

¿QUÉ ES?

La Confederación de Organizaciones Empresariales (CEOE) es una entidad privada sin ánimo de lucro, cuyo fin primordial es la defensa y representación de los intereses empresariales ante los poderes públicos y la sociedad en general.

Fundada en 1977, integra con carácter voluntario a dos millones de empresas y autónomos de todos los sectores de actividad, que se vinculan a CEOE a través de más de 4.000 asociaciones de base.

La Confederación integra de forma directa a 225 organizaciones territoriales y sectoriales a nivel autonómico como la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y provincial donde tiene presencia en cada una de las capitales de provincia de Andalucía. Se logra así que las empresas

estén representadas por la doble vía del sector al que pertenecen y por el territorio en el que están ubicadas.

Las pymes tienen su organismo de representación nacional en la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME), asociada a CEOE.

Página web: www.cea.es

SERVICIOS

- Formación: Promoción y Difusión de la Formación Profesional para el Empleo y Programa Fomento de Empleo.
- Internacional: Edición de publicaciones de la Unión Europea y de la Financiación de la Unión Europea para las PYMES y desarrollo de Monográficos de actualidad empresarial europea e internacional.
- Creación de empresa: Departamento de Creación de Empresas.
- Red CSEA: Red Andaluza de Servicios Avanzados a las Empresas.
- I+D+I: Existencia del portal INNOCEA I+D+innovación para empresas.
- Cultura, Comercio, Medio Ambiente y PRL.

UBICACIÓN

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE ANDALUCÍA

C/ Arquímedes, 2, Isla de la Cartuja, 41092 Sevilla

Telf: 95 448 89 00 Fax: 95 448 89 11 / 14

E-mail: info@cea.es Web: www.cea.es

ALMERÍA: Avda. Cabo de Gata, 29, 1ª

04007 Almería

Telf: 950 62 10 80 Fax: 950 62 13 02

E-mail: asempal@asempal.es Web: www.asempal.es

CÁDIZ: Avenida de Marconi, 37

11011 Cádiz

Telf: 956 29 09 19 Fax: 956 29 09 50

E-mail: info@ceccadiz.org Web: www.ceccadiz.es

CÓRDOBA: Avenida del Gran Capitán, 12 - 3ª planta
14001 Córdoba
Telf: 957 47 84 43 - 957 49 71 11 Fax: 957 47 88 19
E-mail: ceco@ceco-cordoba.es Web: www.ceco-cordoba.es

GRANADA: Maestro Montero, 23
18004 Granada
Telf: 958 53 50 41 Fax: 958 53 50 42
E-mail: cge@cea.es Web: www.cge.es

HUELVA: Centro de Cooperación Andalucía Algarve
Avda. de la Ría, 3 , 1ª planta, 21001 Huelva
Telf: 902 575 200 Fax: 902 575 202
E-mail: info@foe.es Web: www.foe.es

JAÉN: Paseo de la Estación 30, 7ª y 8ª Planta
23003 Jaén
Telf: 953 29 40 22 Fax: 953 29 40 24
E-mail: cej@cea.es Web: www.cej.es

MÁLAGA: San Lorenzo, 20
29001 Málaga
Telf: 952 06 06 23 Fax: 952 06 01 40
E-mail: info@cem-malaga.es Web: www.cem-malaga.es

SEVILLA: Plaza de la Contratación nº 8, 2ª Planta
41004 Sevilla
Telf: 95 499 11 00 Fax: 95 499 11 02
E-mail: info@cesevilla.es Web: www.cesevilla.es