



Tú puedes emprender

Plan de empresa paso a paso



Proyecto Empresa Escolar
Asociaciones Comenius Regio

Proyecto EMPRESA ESCOLAR
2013-1-ES1-COM13-73682

Asociaciones Comenius Regio

Edita

Comarca de Somontano de Barbastro

Diseño

Sagarra&Co

Imprime

Gráficas Moises

Imágenes:

íd.

© Asociaciones Comenius Regio

© de los textos, sus autores

© de las imágenes, sus autores o las instituciones

Depósito legal: HU-155-2015

Tú puedes emprender

Plan de empresa paso a paso

Índice

Presentación	5
Introducción	7
¿Cómo convertirse en emprendedor?	9
Encontrar una idea innovadora	11
El plan de empresa	13
Identificación del proyecto	16
Ubicación	20
Plan de marketing	22
Plan de producción y aprovisionamiento	28
Plan de organización y recursos humanos	32
Plan económico-financiero	36
Forma jurídica y trámites de constitución	44
Recursos útiles	53

empresa>>>>>>> enterprise
escolar>>>>>>>>> scolaire



Presentación proyecto Empresa Escolar

PROGRAMA COMENIUS REGIO

El Proyecto Empresa Escolar es una aportación metodológica a la forma de enseñar el emprendimiento en la Escuela. Fue aprobado por la Unión Europea al partenariado de Entidades de dos países, España y Francia. Las Entidades son de tipo institucional, educativo y asociativo, y buscan sumar conocimiento y cooperación. En España, la **Comarca de Somontano de Barbastro** (Administración Local), **I.E.S. Martínez Vargas** (Educación) y **Asociación de Empresarios de Barbastro y el Somontano** (Asociación). En Francia, **Ayuntamiento de Gourdan-Polignan** (Administración Local), **Lycée Paul Mathou** (Educación) y **Asociación ex-alumnos** (Asociación).

Empresa Escolar se enmarca en el Programa “Asociaciones Comenius Regio” dentro del Programa de Aprendizaje Permanente, cuya finalidad es reforzar la dimensión europea en el ámbito de la educación, promoviendo la movilidad entre los centros educativos y permitiendo la colaboración entre administraciones locales y entidades asociativas.

La Autoridad Nacional Española para la gestión, difusión, promoción y estudios de impacto del Programa de Aprendizaje Permanente (PAP) 2007-2013 es el Organismo Autónomo Programas Educativos Europeos (OAPEE).

El Proyecto Empresa Escolar se desarrolla durante los cursos académicos 2013-2014 y 2014-2015, siendo uno de sus objetivos principales el intercambio de metodología en la enseñanza de las asignaturas relacionadas con la empresa y la orientación laboral. Entre otras actuaciones, se ha creado esta guía didáctica destinada a estudiantes de Bachillerato y Formación Profesional.

Introducción

¿Cómo convertirse en emprendedor?	9
Encontrar una idea innovadora	11



¿Cómo convertirse en emprendedor?

Convertirse en emprendedor o empresario requiere cierto trabajo de planificación y de preparación personal. Ante una idea de negocio, has de plantearte si tu proyecto se adecuará a tus expectativas personales y si realmente serás capaz de conciliar el proyecto con tu vida familiar.

Para ayudarte a lo largo del camino, te ofrecemos esta guía en la que dispones de una lista de las diferentes etapas de la creación de empresas y te invitamos a seguir las líneas fundamentales de investigación, con el objetivo de construir un proyecto sólido, enraizado en realidad económica y en línea con tus expectativas.

ETAPAS PARA CREAR UNA EMPRESA



Encontrar una idea innovadora

Para encontrar una idea innovadora es esencial estudiar las tendencias actuales y observar el entorno. Para ello, has de tener en cuenta las distintas fuentes disponibles tales como sitios web (institucionales o no), blogs, periódicos, revistas, diarios, etc.

Del mismo modo, es importante identificar acontecimientos y eventos como ferias empresariales y de innovación. También te conviene consultar los estudios sectoriales disponibles en el INE (Instituto Nacional de Estadística) y el IAEST (Instituto Aragonés de Estadística) y no olvidar los programas de televisión sobre actualidad económica. La observación juega a un papel muy importante en el desarrollo de tu idea de negocio y en su capacidad innovadora. De este modo, mediante la observación se pueden identificar necesidades y problemas latentes en los productos y servicios actuales y averiguar su origen.

Las técnicas más utilizadas para generar ideas de negocio son: la tormenta de ideas (o brain storming), los mapas de ideas, el método canvas y el desing thinking. Así mismo, para generar nuevas ideas de negocio puedes responder a estas preguntas:

- **¿QUÉ?** El producto y/o el servicio. Necesidades que satisface y objetivos.
- **¿QUIÉN?** Identificación de los clientes y de los grupos de interés, prescriptores y patrocinadores.
- **¿CUÁNDO?** Los plazos para planificar la puesta en marcha.
- **¿DÓNDE?** La ubicación del proyecto, el lugar de trabajo y el lugar de venta.
- **¿PARA QUÉ?** Definir razones, los motivos evidentes y latentes del producto o servicios.
- **¿CUÁNTO?** Determinar las necesidades de inversión, obtener presupuestos, estimaciones de ventas, informes, estadísticas, etc.
- **¿CÓMO?** La metodología de trabajo, la tecnología, posibilidades de intercambio entre proyectos y equipos.
- **¿QUÉ CONSECUENCIAS?** Sobre el medio ambiente, la empresa, los clientes...
- **¿QUÉ RECURSOS?** Necesidades materiales, recursos financieros, personales, de ubicación, etc.
- **¿QUÉ RESULTADOS?** Las cuentas del proyecto, establecer los resultados esperados y los indicadores para medirlos.

Plan de Empresa

Plan de empresa	14
Identificación del proyecto	16
Ubicación	20
Plan de marketing	22
Plan de producción y aprovisionamiento	28
Plan de organización y recursos humanos	32
Plan económico-financiero	36
Forma jurídica y trámites de constitución	44

Plan de empresa



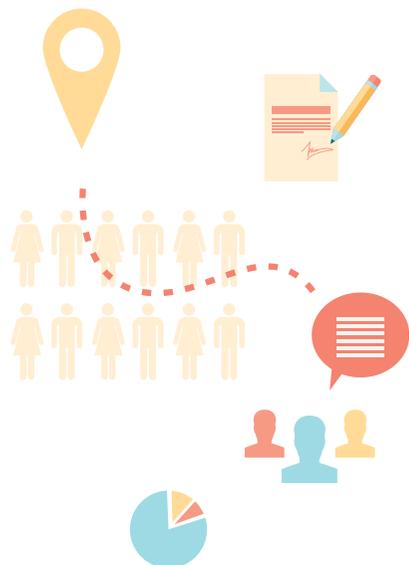
1. Definición y utilidad

El plan de empresa es una herramienta de trabajo para emprendedores y empresas con una idea de negocio. Su finalidad es valorar esa idea desde distintos puntos de vista y determinar si es viable para ponerla en marcha.

Además, el plan de empresa es una excelente carta de presentación del proyecto para acudir a las entidades financieras, buscar socios, obtener subvenciones, etc.

2. Estructura

- Identificación del proyecto.
- Ubicación.
- Plan de marketing.
- Plan de producción y aprovisionamiento.
- Plan de organización y recursos humanos.
- Plan económico-financiero.
- Forma jurídica y trámites.



Identificación del proyecto



1. Promotores del proyecto

- Nombre y apellidos.
- NIF
- Edad.
- Datos de contacto (dirección, teléfono y correo electrónico).
- Datos profesionales (estudios realizados y experiencia profesional).

2. Breve descripción de la idea de negocio

- Actividad a desarrollar.
- Evolución del proyecto: orígenes y actualidad.
- Ubicación.
- Fecha prevista de inicio.
- Aportaciones de los socios.
- Valoración del proyecto: resalta sus puntos fuertes.

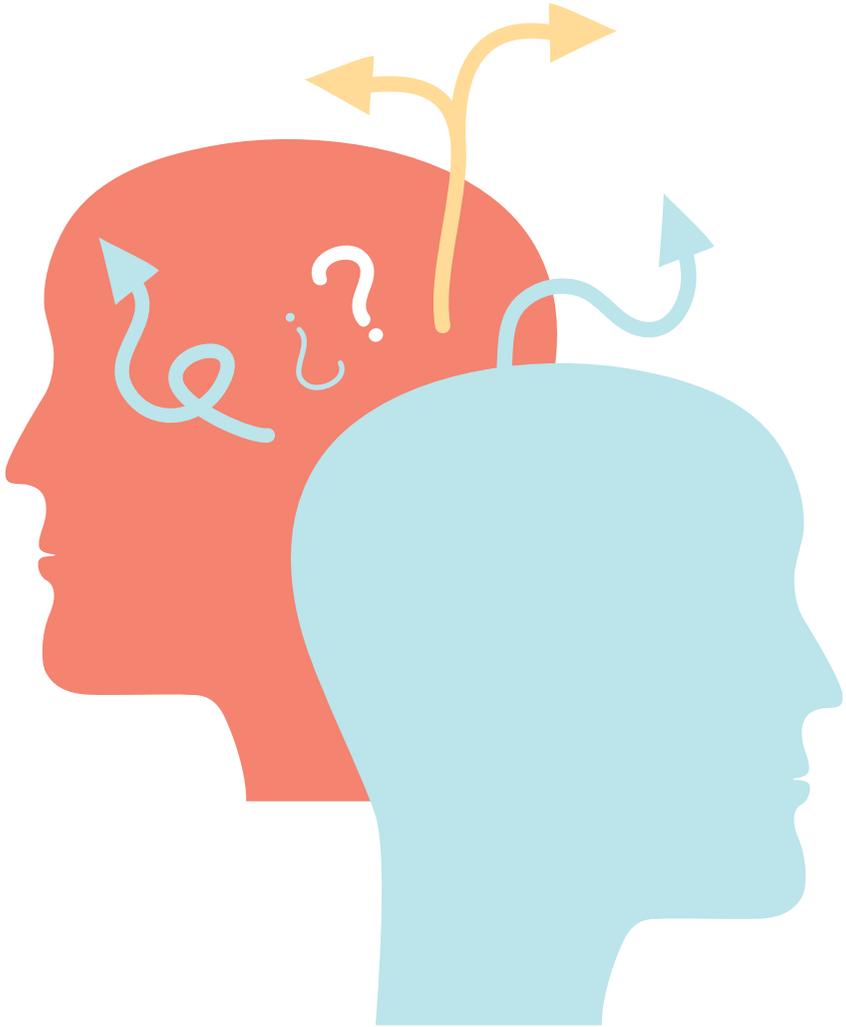
3. Objetivos

Describe tus metas a corto y largo plazo, por ejemplo:

- Conseguir beneficios a partir un año determinado.
- Aumentar tus beneficios en un porcentaje concreto.
- Crear empleo.
- Generar o aumentar mi cuota de mercado.
- Conseguir que tu marca sea reconocida en mercados y países relevantes para tu actividad.

RECUERDA

Los objetivos han de ser realistas, claros, medibles, alcanzables, coherentes y retadores.



Ubicación

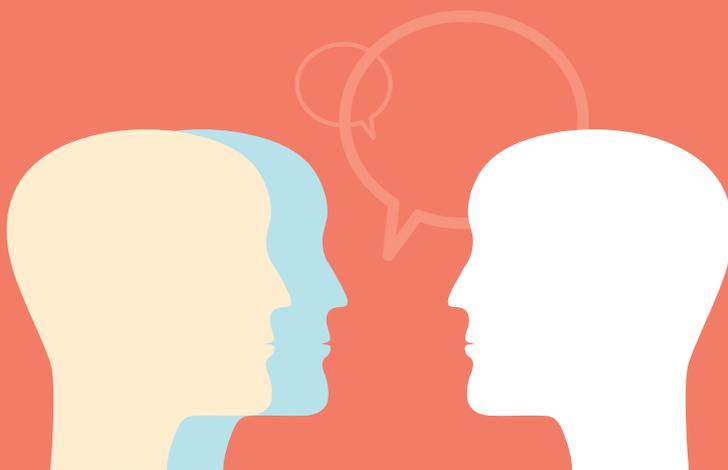


La localización del negocio es una **decisión estratégica** que puede influir en la viabilidad de la empresa, por ello hay varios factores que has de tener en cuenta:

- La cercanía a los proveedores y clientes potenciales.
 - La existencia de competidores.
 - La dotación de servicios del emplazamiento: acceso a agua, electricidad, gas, cobertura de teléfono e Internet...
 - Estado de las comunicaciones: carreteras, tren, proximidad a centros logísticos.
 - El espacio que necesita la actividad.
 - Los requisitos que imponen la normativa urbanística y sectorial.
- Coste del emplazamiento.



Plan de marketing



La función del **Plan de Marketing** es conocer el sector en el que se desarrollará el negocio. Se utiliza para planificar y diseñar la estrategia del producto o servicio que se ofrece teniendo en cuenta estas variables: producto, precio, distribución (canales y puntos de venta) y comunicación de las ventajas de tu producto respecto de la competencia.

Antes de comenzar el plan de marketing has de preguntarte:

¿Qué producto o servicio ofreces, qué necesidades satisface y a quién va dirigido?

¿Cuáles son las características básicas de lo que vendes? Sus defectos y virtudes.

1. Análisis externo

1.1. Sector

Características del sector.

- ¿Qué tendencia está llevando el sector?
- ¿Existe alguna necesidad en el sector que no esté cubierta?, eso es lo que se conoce como nicho de mercado en ese sector.
- ¿Hay barreras legales para entrar en el sector?

1.2. Competencia

- ¿Existen otras empresas que ofrezcan tu producto/servicio?
- ¿Quiénes son los principales competidores?
- ¿Cómo se comunican con sus clientes?
- ¿Qué canales de distribución utilizan?
- ¿A qué precio venden su producto/servicio?

1.4. Proveedores

- ¿Necesito proveedores?
- ¿Dónde están los principales proveedores?
- ¿Qué precio tienen las materias primas y qué condiciones de pago ofrecen los proveedores?

1.3. Clientes

Detalla el perfil de tu cliente potencial:

- ¿Es para hombres, para mujeres o para los dos?
- ¿Qué intervalo de edad tiene?
- ¿Dónde compra estos productos /servicios?
- ¿Cuál es el proceso de compra?
- ¿Existen influenciadores? *Ejemplo: En el sector del vino los sumilleres, bloggers...*

2. Análisis interno

2.1. Producto

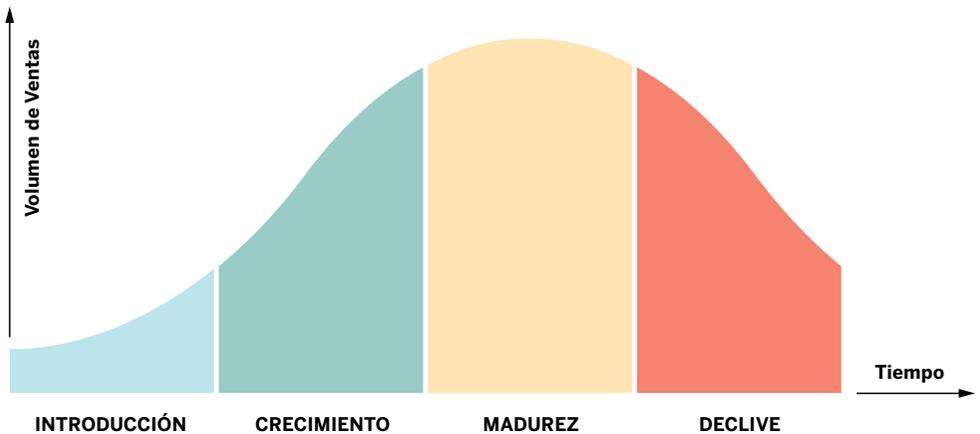
Características de tu producto / servicio.

- ¿Qué ventajas ofreces frente a otros existentes?
- ¿Caduca o es un producto de moda pasajera?
- Muestra el ciclo de vida en que se encuentra el producto o servicio que ofreces.

El término “ciclo de vida” se refiere a la evolución de las ventas de un producto o servicio determinado durante el tiempo que éste permanece en el mercado.

CICLO DE VIDA

Ciclo de vida de un producto en el mercado



INTRODUCCIÓN

- **Competidores.** Pocos.
- **Clientes.** Ventajas desconocidas del producto.
- **Estrategia.** Penetrar el mercado vía los canales de distribución, el precio y la comunicación.

CRECIMIENTO

- **Competidores.** Numerosos competidores.
- **Clientes.** El conocimiento del producto aumenta y ciertos incitadores aparecen.
- **Estrategia.** Conseguir cuotas de mercado, disminuir los costes de producción y mejorar el producto.

MADUREZ

- **Competidores.** Numerosos, ciertos comenzando a abandonar o a modificar el producto.
- **Clientes.** Conocido de ellos todos.
- **Estrategia.** Maximizar las ventas diferenciando el producto y segmentando el mercado.

DECLIVE

- **Competidores.** En baja.
- **Clientes.** El beneficio del producto ya no es percibido.
- **Estrategia.** Modificar el producto, reemplazarlo o eliminarlo.

2.2. Comunicación

- ¿Qué objetivos esperas conseguir con las acciones de comunicación? *Por ejemplo el aumento de ventas en un porcentaje determinado o que la marca sea reconocida por los clientes potenciales.*
- ¿Qué es lo que quieres comunicar? Centrate en las fortalezas del producto.
- ¿Cómo lo vas a comunicar? ¿Qué medios quieres utilizar para comunicar las ventajas del bien o servicio? *Eventos, Fuerza de ventas, demostraciones, Folletos, Carteles, Tarjetas, Web, Radio, Prensa, TV, Redes Sociales (RRSS).*
- ¿Cuánto cuestan los medios elegidos y cuánto te puedes gastar en comunicación?
- Vuelve a mirar los medios de comunicación. ¿Elegirías los mismos medios de comunicación?

2.3. Precio

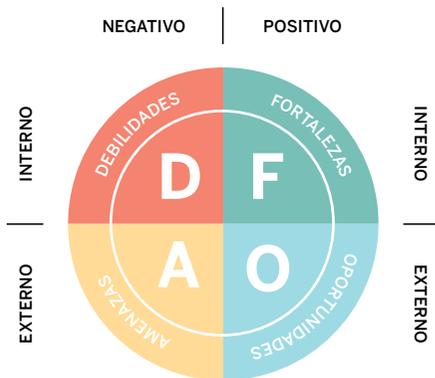
- ¿Cuál es el coste de tu producto/ servicio?
- Principales métodos para establecer el precio:
 - Coste del producto + Margen de beneficio.
 - Analizando el precio de la competencia.
 - Según la imagen que quieras ofrecer, por ejemplo producto de lujo.

2.4. Distribución

- ¿Dónde venderás el producto/ servicio?
- ¿Existe alguna barrera de entrada para acceder en estos canales? *Por ejemplo las grandes superficies.*
- Elige quién va a vender el producto/ servicio:
 - Mayoristas.
 - Minoristas.
 - Venta directa.

2.5. DAFO

Ahora que ya has definido tu empresa, el producto/servicio que vas a ofrecer y conoces el mercado en el que te vas a mover, es el momento de realizar un **diagnóstico inicial** para ver si el producto o servicio tiene hueco en el mercado para que pueda ser viable. Para ello, la herramienta más utilizada es el **análisis DAFO**, donde en una matriz se determinan las **Amenazas** y **Oportunidades** del sector (análisis externo) y las **Debilidades** y **Fortalezas** del producto/servicio (análisis interno).



El análisis DAFO es una herramienta que te ayuda a evaluar tu idea.

ANÁLISIS DAFO

Análisis de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

Plan de producción y aprovisionamiento



La **producción** es el proceso por el que se obtienen los productos o se prestan los servicios que constituyen la actividad de la empresa.

De forma muy resumida, el primer diagrama muestra el **ciclo de producción** de una empresa de fabricación de **productos**. En cambio, el ciclo de producción de una empresa que presta **servicios** es más corto (segunda imagen). Tanto si la actividad de la empresa es la fabricación de un producto como si es la prestación de servicios, es necesario **determinar y cuantificar** los siguientes **elementos del plan de producción**.

1. Medios técnicos

¿Qué infraestructura necesitas para poner en marcha tu negocio?

Locales, edificios y terrenos, maquinaria, herramientas, mobiliario, equipos técnicos e informáticos, suministros y medios de transporte.

2. Aprovisionamiento

¿Qué materias primas o suministros básicos necesitas?

Identifica a los proveedores, el precio de compra, los plazos de entrega y pago.



CICLO DE PRODUCCIÓN

1. Empresa de fabricación de productos / 2. Empresa que presta servicios.

3. Almacenamiento

Define las **necesidades de almacenamiento** para las materias primas, productos terminados y semiterminados.

- Método de gestión de almacén a utilizar.
- Nivel mínimo de existencias.
- Espacio necesario.

El método habitual es el FIFO (first in–first out): el primero que entra es el primero que sale, se utiliza para evitar la obsolescencia o la caducidad de los productos.

4. Planificación del tiempo de producción

Este apartado es el que más diferencia a las empresas que **fabrican productos** de las que **prestan servicios**, para estas últimas la producción se centrará en la planificación de las horas de trabajo con el objetivo de realizar una **gestión eficiente del tiempo**.

- Fases de producción, sitúalas en un plano del local.
- Tecnología que necesita el proceso productivo.
- Tareas a realizar dentro de cada fase, concretando tiempos, materias primas y recursos humanos necesarios por unidad de producción.
- Capacidad de producción máxima y la efectiva (la que se ajusta a la demanda).
- Producción en cadena o por proyectos (bajo pedido).
- ¿Qué fases del proceso productivo se externalizarán?

5. Costes de producción

Has de distinguir los costes directos e indirectos de la actividad, ten en cuenta que:

- **COSTES DIRECTOS**, dependen del volumen de ventas, como *por ejemplo las materias primas o mercancías y la mano de obra directa*.
- **COSTES INDIRECTOS**, se producen de cuál sea la cifra de ventas, *tales como su- ministros, costes de mantenimiento, alquileres, mano de obra indirecta, amorti- zaciones, costes de estructura...*

En el **Plan económico financiero** se profundiza sobre los costes de producción.

6. Recursos humanos

Recursos humanos necesarios para proce- so de producción o la prestación del servi- cio. (*Ve al Plan de organización y recursos humanos*).

7. Gestión de calidad y medio ambiente

- Qué mecanismos vas a tener para medir la calidad?, *por ejemplo quejas de los clientes, productos defectuosos...*
- ¿Es necesario o recomendable conseguir alguna certificación de calidad?
- ¿Hay obligaciones medioambientales o necesidad de adoptar medidas preventi- vas?, en caso afirmativo averigua el coste de ponerlas en marcha.

Plan de organización y recursos humanos



En este apartado tienes que determinar las **tareas necesarias para desarrollar la actividad**, para ello, has de tener en cuenta lo que has indicado en los apartados anteriores. A modo de ejemplo:

- **Marketing:** publicidad, promoción, comercialización...
- **Producción:** compras, almacenaje, procesos de producción...
- **Administración:** contabilidad, pagos, facturación, control de cobros...

Tienes que determinar las **tareas necesarias para desarrollar la actividad**, para ello, has de tener en cuenta lo que indicado en los apartados anteriores. A modo de ejemplo:

- ¿Qué puestos serán desempeñados por los socios?
- ¿Qué conocimientos y habilidades se requieren para cada puesto?
- ¿Cuántas personas has de contratar?
- ¿Qué categorías profesionales deben tener?¹
- ¿Contrato que harás a cada empleado?²
- ¿Qué tareas vas a externalizar? *Por ejemplo contabilidad y nóminas, prevención de riesgos laborales...*

¹ Consulta el convenio colectivo aplicable en el sector.

² Existen muchos tipos de contratos, has de elegir aquel que mejor se adapte a tus necesidades.

El organigrama es una eficaz herramienta para organizar la estructura de la empresa, donde se representan las estructuras departamentales y las relaciones de jerarquía.

Con este esquema es fácil calcular el número de puestos de trabajo.

Estas tareas pueden ser realizadas por una misma persona o bien ser externalizadas. Una empresa comercial, tendrá las tareas de comercialización y administración, pero no de producción.

A partir de los datos que has recopilado, podrás calcular los **costes laborales** de la empresa. Para ayudarte puedes utilizar la siguiente tabla:

El salario mínimo mensual aparece en el convenio colectivo. La Seguridad Social de empresa es un porcentaje variable, pero puedes aproximar su cálculo multiplicando el salario mensual más las pagas extras por 33%.

No te olvides de incluir el coste de autónomo que vas a tener por desarrollar una actividad empresarial.

Ya has definido las características de los puestos, los requisitos que solicitarás a los trabajadores y lo que vas a pagarles... es el momento de **seleccionar al personal**. Puedes acudir a los servicios públicos de empleo donde te apoyarán en la selección de candidatos. También puedes dirigirte a las empresas de trabajo temporal, agencias de colocación y/o insertar un anuncio en portales de empleo y en prensa.

Una vez se haya firmado el contrato de trabajo es obligatorio registrarlo en la oficina de empleo en el plazo de 15 días.

Las empresas que contratan trabajadores han de realizar un **Plan de Prevención de Riesgos Laborales**. En algunos casos puede llevarlo el propio empresario, pero es muy habitual externalizar este servicio.

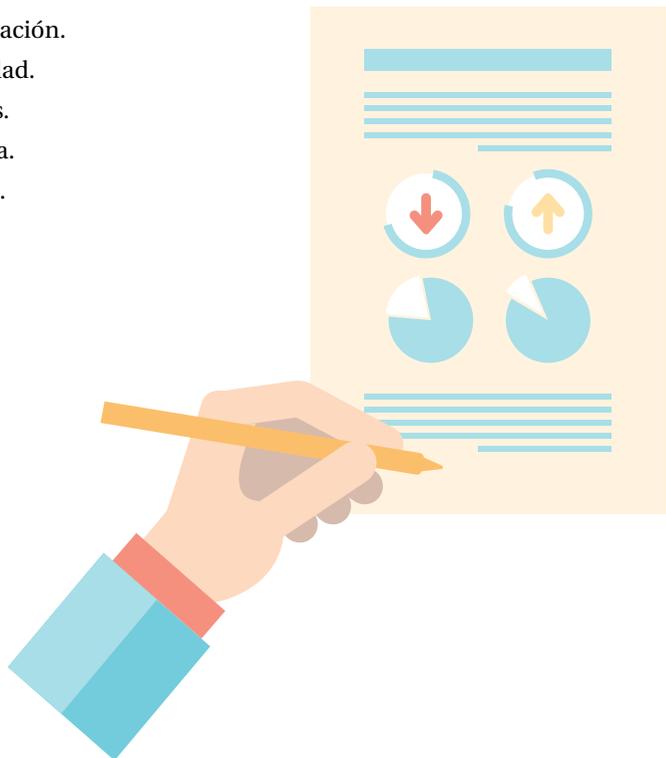


Plan económico-financiero



Ya has identificado los factores clave de tu proyecto: el proceso productivo, su localización y la maquinaria, la estrategia de marketing, las necesidades de personal y su remuneración, etc., por lo que ahora es el momento de preguntarte si tu proyecto es económicamente viable, para contestar a esta pregunta has de cuantificar:

- Inversiones y financiación.
- Umbral de rentabilidad.
- Cuenta de resultados.
- Previsión de tesorería.
- Balance de situación.



1. Inversiones y su financiación

En este apartado indicarás los bienes necesarios para desarrollar la actividad y su coste:

¿EN QUÉ INVIERTES?

INMOVILIZADO MATERIAL	COSTE (SIN IVA)
Edificios, locales y terrenos	
Instalaciones	
Maquinaria	
Herramientas	
Elementos de transporte	
Equipos informáticos	
Mobiliario	
Otro inmovilizado material	
INMOVILIZADO INMATERIAL	
Derechos de traspaso	
Aplicaciones informáticas	
Gastos en investigación y desarrollo (I+D)	
Otro inmovilizado inmaterial	
TOTAL INMOVILIZADO	

En el cuadro anterior, has calculado el coste de la inversión inicial, pero has de indicar cómo se financia.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

RECURSOS PROPIOS	IMPORTE
Aportación de capital (Tu propio dinero)	
Aportación de bienes (Tus locales, vehículos, maquinaria, etc.)	
RECURSOS AJENOS	
Préstamos y créditos bancarios (Dinero que pides a las entidades bancarias)	
Prestamos familiares (Dinero que pides a tu familia y amigos)	
Subvenciones	
TOTAL	

TEN EN CUENTA

Hay actividades, como la enseñanza y la sanidad, que **no tienen IVA** (Impuesto sobre el Valor Añadido). Si tu actividad es alguna de éstas, el IVA de tus bienes formará parte de su coste.

2. Umbral de rentabilidad

Es la cantidad de unidades que necesitas vender para que tu beneficio sea cero. A partir esa cifra de ventas comenzarás a tener beneficios.

Este gráfico muestra los ingresos y los gastos, el punto en el que se unen es el umbral de rentabilidad. Observa que mientras no alcanzas el umbral de rentabilidad tendrás pérdidas.

Para calcular el umbral de rentabilidad puedes utilizar esta sencilla fórmula:

$$q = \frac{CF}{(p-c)}$$

Es la cantidad de unidades que necesitas vender para que tu beneficio sea cero. A partir esa cifra de ventas comenzarás a tener beneficios.

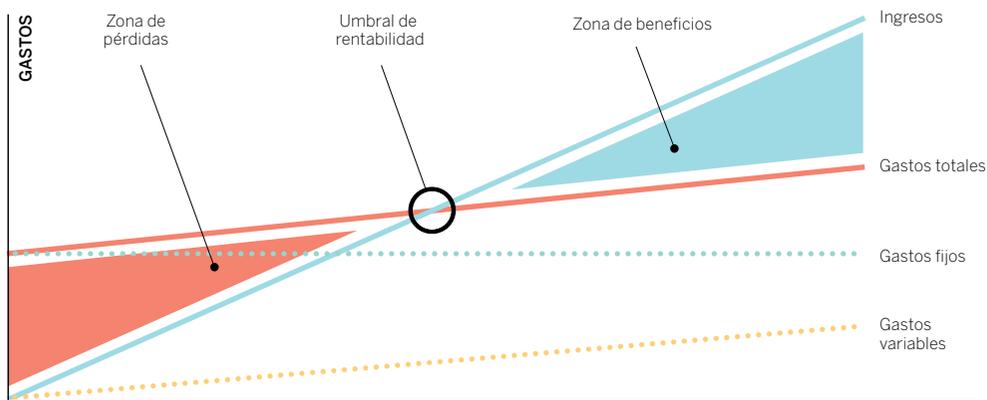
q: Umbral de rentabilidad, es decir la cifra de ventas a partir de la que tendrás beneficios.

CF: Costes fijos de la empresa.

p: Precio de venta de cada unidad de tu producto o servicio.

c: Coste unitario producción del producto o servicio.

UMBRAL DE RENTABILIDAD



CIFRA DE VENTAS

3. Cuenta de resultados

Piensa en los ingresos y los gastos que tendrás durante el primer año de actividad:

CUENTA DE RESULTADOS

INGRESOS	IMPORTE
Ventas	
Existencias finales (productos terminados y materias primas)	
Ingresos financieros	
Subvenciones	
Otros	
GASTOS	
Compras	
Existencias iniciales (productos terminados y materias primas)	
Sueldos y salarios	
Seguridad Social	
Arrendamientos	
Suministros	
Mantenimiento y reparación	
Servicios exteriores	
Transportes	
Publicidad	
Seguros	
Gastos financieros	
Tributos	
Dotación a la amortización	
Otros	
RESULTADOS ANTES IMPUESTOS (INGRESOS – GASTOS)	
IMPUESTOS	
RESULTADOS DESPUÉS DE IMPUESTOS	



ACLARACIONES

- **Arrendamientos:** Alquileres de locales, oficinas, maquinaria, etc.
- **Suministros:** Consumos de electricidad, agua, gas, teléfono, gasolina, etc.
- **Mantenimiento y reparación:** Gastos de reparación y conservación de maquinaria, vehículos, ordenadores, etc.
- **Servicios exteriores:** Asesoría, gestoría, abogado, etc.
- **Transportes:** Los realizados por terceros y a cargo de la empresa, siempre que no proceda incluirlos en el precio de adquisición del inmovilizado.
- **Seguros:** primas de seguros de todo tipo, por ejemplo: responsabilidad civil.
- **Gastos financieros:** Intereses de préstamos y créditos, comisiones y otros gastos bancarios.
- **Tributos:** Tasas, contribuciones e impuestos del Ayuntamiento o la Comunidad Autónoma, por ejemplo: recogida de basuras, impuestos medioambientales, etc.
- **Amortización:** Es la pérdida de valor del inmovilizado a lo largo de su vida útil. (*)
- **Impuestos:** Se aplican sobre el beneficio de la empresa, su importe depende de la forma jurídica que elijas. (*)

(*) Para ampliar esta información consulta los **“Recursos útiles”**.

4. Previsión de tesorería

Resultado = Ingresos - Gastos
Tesorería = Cobros - Pagos

Es una herramienta muy útil para conocer con suficiente antelación si vas a necesitar dinero prestado para que tu empresa siga funcionando.

	ENERO	FEBRERO	...	DICIEMBRE
SALDO INICIAL				
Cobros				
Ventas				
Ingresos Financieros				
Préstamos				
Subvenciones				
Otros				
TOTAL COBROS				
Pagos				
Compras				
Arrendamientos				
Sueldos y salarios				
Seguridad Social				
Suministros				
Mantenimiento y reparación				
Servicios exteriores				
Transportes				
Publicidad				
Seguros				
Gastos financieros				
Tributos				
Otros				
TOTAL PAGOS				
SALDO DE TESORERÍA (COBROS – PAGOS)				

5. Balance de situación

El balance de tu empresa ha de mostrar los bienes y derechos (activo) y las deudas

y recursos propios (pasivo) que tendrás al final del primer año de actividad.

ACTIVO

ACTIVO NO CORRIENTE

Inmovilizado intangible

Derechos de traspaso

Aplicaciones informáticas

Otro inmovilizado intangible

Amortización acumulada

Inmovilizado material

Terrenos y construcciones

Maquinaria

Instalaciones y equipos

Mobiliario

Otro inmovilizado

Amortización acumulada

ACTIVO CORRIENTE

Existencias

Anticipos a proveedores

Clientes

Efectos a cobrar

Deudores varios

Hacienda Pública deudora

Caja / Bancos

PASIVO

PATRIMONIO NETO

Fondos propios

Capital

Reserva legal

Reserva voluntaria

Perdidas y ganancias

PASIVO NO CORRIENTE

Deudas a largo plazo

Proveedores de inmovilizado a largo plazo

Efectos a pagar a largo plazo

PASIVO CORRIENTE

Proveedores

Efectos a pagar

Acreedores diversos

Anticipos a clientes

Remuneraciones pendientes pago

Hacienda Pública acreedora

Organismos Seguridad Social

Deudas con entidades de crédito

Activo: Que permite generar ingresos a la empresa.

Pasivo: El dinero que debe la empresa.

Activo o Pasivo “no corriente” = Largo plazo ≥ 1 año

Activo o Pasivo “corriente” = Corto plazo < 1 año

Forma jurídica y trámites de constitución



1. Claves para elegir la forma jurídica

Para ayudarte a elegir la forma jurídica que más te conviene has de tener en cuenta otros factores como:

- **COSTES DE CONSTITUCIÓN.** Las fórmulas jurídicas más asequibles son el autónomo, la sociedad civil y la comunidad de bienes, puesto que no necesitan capital previo de constitución, no es necesario inscribirlas en el Registro Mercantil ni han de constituirse en escritura pública, por lo que no es preciso acudir al notario. Por el contrario, las sociedades mercantiles tienen un capital mínimo al que han de sumarse los gastos ocasionados por la constitución mediante escritura pública (obligatoria) y la inscripción en el Registro Mercantil.
- **ACTIVIDAD DE LA EMPRESA.** Puede exigir un tipo de forma jurídica, aunque en principio existe libertad de elección.
- **FISCALIDAD.** El beneficio empresarial tributa bien en IRPF (autónomos, sociedades civiles y comunidades de bienes) o bien a través del Impuesto de Sociedades (resto de sociedades). La conveniencia de optar por uno u otro depende de las circunstancias personales del empresario, ya que en el IRPF se utilizan tipos progresivos que aumentan según el beneficio, mientras que el Impuesto de Sociedades utiliza un tipo fijo que puede oscilar entre el 20% y el 30%.
- **RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL.** En general, el empresario autónomo y los socios cotizan en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, no obstante, puede haber excepciones según cuál sea la participación en el capital, si se ejercen funciones directivas o si la forma jurídica es una sociedad laboral, cuyo régimen de cotización es el General, excepto algunos casos.

2. Forma jurídica y trámites de constitución

Para elegir la forma jurídica más adecuada has de responder a estas preguntas:

- ¿Cuántas personas participan?
- ¿Qué grado de responsabilidad quieres?
- ¿Qué capital aportas?

TIPO DE EMPRESA	CAPITAL	Nº SOCIOS	RESPONSABILIDAD
Empresario Individual	No existe mínimo legal	1	El socio se responsabiliza con sus bienes
Emprendedor de Responsabilidad Limitada (E.R.L)	No existe mínimo legal	1	Ilimitada con excepciones
Comunidad de Bienes (C.B.)	No existe mínimo legal	Mínimo 2	El socio se responsabiliza con sus bienes
Sociedad Civil (S.C.)	No existe mínimo legal	Mínimo 2	El socio se responsabiliza con sus bienes
Sociedad Limitada (S.L.)	Mínimo 3.000 €	Mínimo 1	Limitada al capital aportado
Sociedad Limitada de Formación Sucesiva (S.L.F.S.)	Mínimo 3.000 € ¹	Mínimo 1	Limitada al capital aportado
Sociedad Limitada Nueva Empresa (S.L.N.E.)	Mínimo 3.000 € / Máximo 120.000 €	Mínimo 1 / Máximo 5	Limitada al capital aportado
Sociedad Anónima (S.A.)	Mínimo 60.000 €	Mínimo 1	Limitada al capital aportado
Sociedad Limitada Laboral (S.L.L.)	Mínimo 3.000 €	Mínimo 3	Limitada al capital aportado
Sociedad Anónima Laboral (S.A.L.)	Mínimo 60.000 €	Mínimo 3	Limitada al capital aportado
Sociedad Cooperativa (S.Coop.)	Mínimo 3.000 €	Mínimo 3	Limitada al capital aportado

¹ No hace falta desembolsarlo todo al inicio.

3. Trámites de constitución

Averigua los trámites que has de realizar según la forma jurídica que hayas elegido y según la actividad que realices.

TRAMITE	EMPRESARIO INDIVIDUAL Y E.R.L. (*)	SOCIEDAD CIVIL/COMUNIDAD DE BIENES
CERTIFICACIÓN NEGATIVA DE NOMBRE
DEPÓSITO DE CAPITAL EN ENTIDAD BANCARIA	...	SC: no hay mínimo CB: el bien común
ESCRITURA PÚBLICA O ESTATUTOS	...	Contrato civil (*)
DECLARACIÓN CENSAL	Se realiza ante la Agencia Tributaria (modelo 036 ó 037). Se puede pedir el NIF provisional (Todos excepto empresario individual) y el inicio de la actividad.	
LIQUIDACIÓN DEL ITP-AJD	...	Se hará ante la oficina liquidadora de tributos cedidos del Gobierno de Aragón.
INSCRIPCIÓN EN REGISTRO
LEGALIZACIÓN DE LIBROS
TRÁMITES DE APERTURA Y LICENCIAS Área de Urbanismo del Ayuntamiento	
TESORERÍA GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL	Centro de Atención e Información de la Seguridad Social. Se realizará el alta del trabajador autónomo, la inscripción de la empresa y la afiliación de los trabajadores.	
REGISTRO DEL CONTRATO DE TRABAJO Oficina de empleo del Instituto Aragonés de Empleo	
COMUNICACIÓN DE LA APERTURA DEL CENTRO DE TRABAJO Servicios provinciales de Trabajo del Gobierno de Aragón	
SELLADO DEL LIBRO DE VISITAS Inspección Provincial del Ministerio de Trabajo e Inmigración	
INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INMOBILIARIA Se realiza si se aportan o adquieren bienes inmuebles	
REGISTRO DE MARCAS, NOMBRES COMERCIALES Y PATENTES	Oficina Española de Patentes y Marcas, si quiere registrar una marca, nombre comercial, invención, diseño y/o patente.	
REGISTRO GENERAL SANITARIO	Subdirección Provincial de Salud Pública de la Diputación General de Aragón	
REGISTRO DE INDUSTRIA	Servicios Provinciales de Industria e Innovación de la Diputación General de Aragón	
REGISTRO DE COMERCIO	Servicios Provinciales de Industria e Innovación de la Diputación General de Aragón	
REGISTRO DE ARTESANÍA	Servicios Provinciales de Industria e Innovación de la Diputación General de Aragón	
REGISTRO DE TURISMO	Servicios Provinciales de Economía y Empleo de la Diputación General de Aragón, la Dirección General de Turismo o ante la Comarca correspondiente, según el tipo de establecimiento.	

(*) El Empresario de Responsabilidad Limitada ha de acudir al Registro Mercantil.

(*) Se ha de realizar en escritura ante notario si se aportan bienes inmuebles.

TRAMITE	SOCIEDADES MERCANTILES (S.L., S.A., S.L.N.E. Y S.L.F.S.)	SOCIEDADES MERCANTILES LABORALES (S.L.L Y S.A.L.)	SOCIEDAD COOPERATIVA
CERTIFICACIÓN NEGATIVA DE NOMBRE	Registro Mercantil Central	Registro Mercantil Central	Registro de Cooperativas
DEPÓSITO DE CAPITAL EN ENTIDAD BANCARIA	SL: 3.000 € SLNE: SA: 60.000€	SLL: 3.000 € SAL: 60.000€	3.000 €
ESCRITURA PÚBLICA O ESTATUTOS Escritura pública ante notario		
DECLARACIÓN CENSAL	Se realiza ante la Agencia Tributaria (modelo 036 ó 037). Se puede pedir el NIF provisional (Todos excepto empresario individual) y el inicio de la actividad.		
LIQUIDACIÓN DEL ITP-AJD	Se hará ante la oficina liquidadora de tributos cedidos del Gobierno de Aragón.		
INSCRIPCIÓN EN REGISTRO	Registro Mercantil	Registro Administrativo de Sociedades Laborales y Registro Mercantil	Registro de Cooperativas
LEGALIZACIÓN DE LIBROS	Registro Mercantil		Registro de Cooperativas
TRÁMITES DE APERTURA Y LICENCIAS Área de Urbanismo del Ayuntamiento		
TESORERÍA GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL	Centro de Atención e Información de la Seguridad Social. Se realizará el alta del trabajador autónomo, la inscripción de la empresa y la afiliación de los trabajadores.		
REGISTRO DEL CONTRATO DE TRABAJO Oficina de empleo del Instituto Aragonés de Empleo		
COMUNICACIÓN DE LA APERTURA DEL CENTRO DE TRABAJO Servicios provinciales de Trabajo del Gobierno de Aragón		
SELLADO DEL LIBRO DE VISITAS Inspección Provincial del Ministerio de Trabajo e Inmigración		
INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INMOBILIARIA Se realiza si se aportan o adquieren bienes inmuebles		
REGISTRO DE MARCAS, NOMBRES COMERCIALES Y PATENTES	Oficina Española de Patentes y Marcas, si quiere registrar una marca, nombre comercial, invención, diseño y/o patente.		
REGISTRO GENERAL SANITARIO	Subdirección Provincial de Salud Pública de la Diputación General de Aragón		
REGISTRO DE INDUSTRIA	Servicios Provinciales de Industria e Innovación de la Diputación General de Aragón		
REGISTRO DE COMERCIO	Servicios Provinciales de Industria e Innovación de la Diputación General de Aragón		
REGISTRO DE ARTESANÍA	Servicios Provinciales de Industria e Innovación de la Diputación General de Aragón		
REGISTRO DE TURISMO	Servicios Provinciales de Economía y Empleo de la Diputación General de Aragón, la Dirección General de Turismo o ante la Comarca correspondiente, según el tipo de establecimiento.		

Recursos útiles

DEFINIR LA IDEA DE NEGOCIO

- Red de Apoyo al Emprendedor en el Somontano
www.redemprendeytrabaja.somontano.org
- Aragón Emprende
www.aragonemprendedor.com
- Blog con claves para tu idea de negocio
www.1000ideasdenegocios.com
- Portal de emprendimiento de la Universidad Internacional de La Rioja
www.emprende.unir.net
- Modelos de planes de negocio de la Junta de Andalucía
www.juntadeandalucia.es
- Web de la revista emprendedores
www.emprendedores.es
- Web de franquicias
www.franquiciasynegocios.com

PLAN DE MARKETING

- Web sobre cómo realizar un plan de marketing
www.marketing-xxi.com
- Centro virtual de Emprender en Aragón
www.emprender-en-aragon.es
- Web con servicios e intercambio de información útil para el estudio de mercado
www.emprendia.es
- Guía con las claves de un buen plan de marketing internacional
www.hubspot.net

PLAN DE RECURSOS HUMANOS

- Seguridad Social
www.seg-social.es
- Inspección de Trabajo y Seguridad Social
www.mtin.es/itss
- Servicios Publico de Empleo Estatal
www.sepe.es
- Instituto Aragonés de Empleo
www.aragon.es/inaem

FORMAS JURÍDICAS

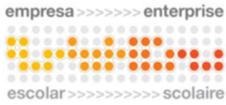
- Registro Mercantil Central
www.rmc.es
- Agencia Estatal de la Administracion Tributaria
www.aeat.es
- Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE) Tramitacion telemática
www.circe.es

PLAN FINANCIERO

- Instituto de Crédito Oficial
www.ico.es
- Puntos clave de un plan financiero para un negocio online
www.lancetalent.com

OTROS PORTALES DE INTERÉS

- Consejo superior de Camaras de Comercio e Industria
www.camaras.org
- Portal del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de apoyo a la pyme
www.ipyme.org
- Programa de la Direccion de General de Industria y Comercio
www.emprendemosjuntos.es



El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación es responsabilidad exclusiva de sus autores. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

