

Módulo

Creación de empresas para emprendedores

Elaborado por:

Equipo Vértice

EDITORIAL ELEARNING

ISBN: 978-84-16432-34-9

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Índice

Módulo Creación de empresas para emprendedores

1.	Introducción a la creación de empresas	5
2.	Forma jurídica de la empresa	8
2.1.	Empresario individual (autónomo)	8
2.2.	Sociedades con personalidad jurídica	9
2.3.	Sociedades reguladas en el Código Civil	10
2.4.	Sociedades reguladas en el Código de Comercio y leyes especiales	11
3.	Trámites de constitución de una empresa	16
3.1.	Trámites para personas físicas: empresario individual y profesional (Trabajadores autónomos)	16
3.2.	Trámites para la constitución de una sociedad civil o comunidad de bienes	18
3.3.	Trámites para la puesta en marcha de una sociedad mercantil	20
3.4.	La Ventanilla Única Empresarial (VUE)	25
4.	Estudio o investigación de mercado	26
4.1.	Estudio externo	28
4.2.	Estudio interno	30
4.3.	Fuentes de información y técnicas de investigación de mercados	32
5.	Plan comercial o de marketing	35
5.1.	Producto o servicio	35
5.2.	El precio	38
5.3.	Distribución	40
5.4.	Comunicación del producto/servicio	42
6.	Plan de producción/prestación de servicios	45
6.1.	Estimación del volumen de producción	46
6.2.	El método o sistema de producción y sus fases	47
6.3.	Control de producción/prestación y de calidad	51

7.	Plan de recursos humanos.....	52
7.1.	La empresa como organización	53
7.2.	Descripción de puestos de trabajo	54
7.3.	La selección de personal.....	57
7.4.	Motivación y política retributiva.....	60
8.	Plan económico/financiero	62
8.1.	Plan de inversiones iniciales.....	62
8.2.	Plan de financiación (de las inversiones)	63
8.3.	Los estados contables	65
8.4.	Análisis económico-financiero (o de los estados contables)	68
9.	Plan jurídico/mercantil	71
9.1.	Empresario individual (autónomo)	71
9.2.	Sociedades regidas por el código civil.....	72
9.3.	Sociedades reguladas en el Código de Comercio y leyes especiales	72
	Ideas clave	77
	Autoevaluación	80

Módulo

Creación de empresas para emprendedores

1. Introducción a la creación de empresas
2. Forma Jurídica de la Empresa
 - 2.1. Empresario individual
 - 2.2. Sociedad personalidad jurídica
 - 2.3. Sociedades regidas por el código civil
 - 2.4. Sociedades mercantiles
3. Trámites de constitución de una empresa
 - 3.1. Empresario individual y profesional (Autónomos)
 - 3.2. Sociedades Civiles o Comunidad De Bienes
 - 3.3. Sociedad Mercantil
 - 3.4. La Ventanilla Única Empresarial
4. Estudio o investigación de mercado
 - 4.1. Estudio externo
 - 4.2. Estudio interno
 - 4.3. Fuentes de información y técnicas de investigación de mercado
5. Plan comercial o de marketing
 - 5.1. Producto o servicio
 - 5.2. El Precio
 - 5.3. Distribución
 - 5.4. Comunicación del producto/servicio

6. Plan de producción/prestación de servicios
 - 6.1. Estimación del volumen de producción
 - 6.2. El método o sistema de producción/calidad
 - 6.3. Control de producción/ prestación y calidad
7. Plan de Recursos Humanos
 - 7.1. La empresa como organización
 - 7.2. Descripción de puestos de trabajo
 - 7.3. Selección de personal
 - 7.4. Motivación y política retributiva
8. Plan económico/financiero
 - 8.1. Plan de inversiones iniciales
 - 8.2. Plan de financiación de las inversiones
 - 8.3. Los estados contables
 - 8.4. Análisis económico financiero
9. Plan jurídico/mercantil
 - 9.1. Empresario individual
 - 9.2. Sociedades regidas por el código civil
 - 9.3. Sociedades mercantiles

1. Introducción a la creación de empresas

Los Emprendedores.

Podemos definir a la figura del **empresario o emprendedor** como “la persona capaz de identificar una necesidad, reunir los recursos necesarios y emprender una acción para satisfacerla”.¹

El proceso de emprender, por tanto, empieza cuando la persona explora su entorno en busca de oportunidades, identifica que oportunidad seguir, define el concepto del negocio y evalúa la viabilidad de su proyecto empresarial. Para ello, la persona debe encontrarse motivada, conocer las ventajas y los inconvenientes, para cambiar su situación actual por la situación de creación de una empresa. Por tanto, lo aconsejable es que la persona determine las metas que le gustaría alcanzar con su empresa, ya que si las conoce podrá lanzarse en su búsqueda. En definitiva, cada uno de nosotros tiene puntos de vista diferentes respecto a lo que espera de su vida y esto no difiere de los que cada uno espera de crear su propia empresa.

La creación de empresas.

Desde una óptica positiva, podemos definir la creación de empresas como toda actividad laboral generada por el propio sujeto que la ejerce, con una organización autónoma; actuando en interés propio; asumiendo riesgos y con una finalidad lucrativa.

Si quisiéramos destacar las **ventajas** que se obtienen del trabajo por cuenta propia frente al trabajo dependiente, incluiríamos, entre otras, las siguientes:

- ↻ Obtener el propio puesto de trabajo, con estabilidad en el empleo.
- ↻ Organizar el trabajo con autonomía.
- ↻ Asumir personalmente la toma de decisiones.
- ↻ Estimular y desarrollar la creatividad, ya que es un proceso constante de innovación, bien para crear necesidades en el mercado, bien para satisfacer las ya existentes con mejores productos o servicios.
- ↻ Obtener un beneficio. Aun no siendo el fin esencial enriquecerse, sí debe ser fundamental para la empresa ganar dinero con el fin de seguir invirtiendo en sí misma y mantenerse en el mercado.
- ↻ Generar el trabajo de otros, es decir, creación de nuevos puestos de trabajo.
- ↻ Crear riqueza y mejorar la economía en general.

¹ Fuente: antiguo INEM

Teniendo en cuenta la situación actual, la creación de empresas se presenta como una de las formas más interesantes de incorporación al mercado laboral para muchas personas. Y eso, a pesar de que existen todavía muchas barreras a la hora de emprender, eso sí, algunas de ellas superables si se hace una buena planificación y se elabora un plan de viabilidad que minimice los riesgos.

Algunas de las **barreras más usuales** a la hora de crear una empresa, pero que como tales pueden y deben ser superadas por alguien que quiera emprender una actividad empresarial, son:

- ↻ *Falta de financiación.* Esta barrera a veces se argumenta sin tener definido cuánto dinero se necesita para iniciar un negocio, con un desconocimiento profundo de todas las posibles vías de financiación existentes, y concentrando el objetivo en conseguir una subvención pública concreta.
- ↻ *Falta de una idea de negocio viable y con futuro.* El desconocimiento de los sistemas para detectar las necesidades del mercado suele ser la causa, por lo que hay que captar y aprovechar la oportunidad de analizar tendencias, de observar y actuar según el caso.
- ↻ *Falta de información y formación.* Principalmente porque no se conocen muchos de los recursos existentes, en este sentido, el emprendedor tiene la posibilidad de autoformarse y de aprender a acudir a las fuentes de información.
- ↻ *Falta de carácter emprendedor.* Es decir, para asumir riesgos, ser creativos... Son muchos los expertos que insisten en que el emprendedor no nace, sino que a emprender se aprende, como quien aprende un oficio. Si viéramos la trayectoria de muchos emprendedores, veríamos muchas horas acumuladas de formación, de lectura, de experiencia, de búsqueda, de reflexión. Ser empresario implica unos atributos y conocimientos que son características adquiridas y comportamientos aprendidos.
- ↻ *Falta de experiencia laboral o desconocimiento del sector.* Evidentemente, la experiencia profesional en actividades similares a las que se pretende iniciar aporta una clara ventaja, pero esta puede suplirse con la adquisición de conocimientos, el asesoramiento técnico, la información disponible, el apoyo en personas con experiencia, etc.
- ↻ *Alto riesgo y miedo al fracaso.* De la misma manera que se puede aprender a emprender, se puede aprender a evitar y a controlar los riesgos. El negar los riesgos implícitos a cualquier inversión, es tan absurdo como no hacer todo lo posible por reducirlos mediante estudio, planificación, asesoramiento...
- ↻ *Barreras específicas por pertenencia a determinados colectivos.* Existen colectivos que presentan dificultades para el trabajo como empleados en el mercado actual, como pueden ser las mujeres, los jóvenes, etc... Sin embargo, para ellos pueden existir motivaciones muy positivas para emprender: un trabajo adaptado, hacer realidad una idea que ilusiona, depender de uno mismo, mejorar la autoimagen. Además de que puedan existir medidas específicas de apoyo en el entorno.
- ↻ *Prejuicios sobre la figura del empresario.* No solo es que no se valoren las ventajas personales, profesionales y sociales de emprender, sino que la imagen social de los empresarios dista mucho del valor social que aportan, aunque esto esté cambiando lentamente.

Definición de la idea.

Toda aventura empresarial tiene su **punto de partida en una idea inicial** y básica que no es sino una “creencia acerca de algo sobre lo que desarrollar un proyecto de empresa”.

Definir claramente una idea de negocio ayudará a centrar los esfuerzos y constituirá un punto de orientación que servirá de guía en una dirección concreta. En este sentido, la idea no es, en modo alguno, un proyecto expresado en cifras y balances, sino una creencia en una actividad que puede llegar a ser real y constituir un medio de desarrollo personal y profesional.

La definición de la idea y su valoración debe ser anterior al comienzo del proceso de desarrollo del plan de empresa. El primer paso sería describir, de manera simple, clara, precisa, directa y en una frase, el contenido de la idea de negocio.

Algunas posibles cuestiones que nos pueden ayudar a definir la idea:

- ↻ ¿Cómo surgió la idea? (antecedentes o fuente de la idea).
- ↻ ¿Qué cualidades tiene la idea que te hacen pensar que es interesante?
- ↻ ¿Qué necesidad, interés o expectativa resuelve la idea en los potenciales clientes?
- ↻ ¿Esta necesidad la cubre alguna otra empresa en la actualidad? ¿De qué manera?
- ↻ ¿Qué aporta la idea que mejora lo existente?
- ↻ ¿Has comentado la idea con conocidos (expertos o no)? ¿Cuál es su opinión?
- ↻ ¿Puedes resumir en una frase el contenido de tu idea?

Otra forma, dentro aun de la simplificación técnica, de acotar y definir los límites de la idea sería, analizar lo que hacen las empresas dedicadas a la misma o similar actividad (definición por diferenciación) y plantear la definición de la idea de manera restrictiva: esto es, pensando exclusivamente en los servicios, productos o actividades que se consideren imprescindibles dentro de esta.

Una vez surgida la idea la tendremos que definir en base a los siguientes elementos:

- ↻ Descripción del producto o servicio.

Una idea de negocio es la descripción del producto (bien o servicio): una descripción clara, concreta, en pocas líneas (25 palabras), resaltando la/s característica/s más relevante/s o aquella/s que la/s diferencia/n de otro/s producto/s similar/es.

- ↻ Necesidades que satisface.

Las necesidades que satisfacen un producto o servicio son, para simplificar, los problemas que resuelve a las personas que lo compre. Habrá que hacerse la pregunta: ¿cuál es el interés que tiene el cliente en gastar dinero por mi bien o servicio?

No existe idea empresarial buena si esta no se vende. Y la venta dependerá, en gran medida, de la necesidad que ese producto satisface. Así pues, hay que meditar realmente sobre cuál es esa necesidad.

↻ Descripción del valor añadido.

Hay que pensar si existen otros productos similares en el mercado, bien por tener las mismas características físicas que el nuestro, bien porque satisfacen la misma necesidad. En este caso, debemos preguntarnos, ¿por qué comprarán nuestro producto y no otro? ¿Por qué dejarán de comprar a la competencia para comprarme a mí? La respuesta a esta pregunta es tu valor añadido, los elementos que te diferencian de la competencia y te hacen ser mejor que ellos.

↻ ¿Quiénes pueden ser tus clientes?

Se trata del punto clave de la gestión empresarial: sus intereses, actitudes y hábitos de compra definirán las características de nuestro producto y la estrategia de venta.

Debemos, pues, definir al cliente: ¿quién puede ser? ¿Es una persona individual o una organización? ¿Tiene características específicas en cuanto a edad, sexo, profesión, capacidad económica, tamaño, etc.?

↻ ¿Existen otros productos similares en el mercado?

El objetivo es conocer nuestro producto frente a los que ofrecen los demás, pero también copiar todas aquellas estrategias exitosas de la competencia. En el mercado, pues, debemos trabajar, por un lado, para diferenciarnos de los demás y, por otro, para armonizar o equilibrar todos sus puntos fuertes.

2. Forma jurídica de la empresa

A continuación, se exponen las distintas formas jurídicas que puede tener una empresa y sus principales características:

2.1. Empresario individual (autónomo)

El autónomo es la persona física que realiza de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, dé o no ocupación a trabajadores por cuenta ajena².

Para ser empresario individual o lo que es lo mismo, darse de alta como autónomo, solo son necesarios dos requisitos: ser mayor de edad y tener libre disposición de los bienes propios. Si se trata de una persona casada, en régimen de bienes gananciales, responderán de las deudas

² Esta definición se desprende de la lectura del artículo 1 de la Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo.