



**Castilla-La Mancha**



Instituto de la Juventud  
de Castilla-La Mancha  
[www.portaljovenclm.com](http://www.portaljovenclm.com)

CASTILLA LA MANCHA

**AJE**

JOVENES EMPRESARIOS

C/ Dionisio Guardiola, 59 entreplanta  
02004 ALBACETE  
T. 967 60 90 90  
F. 967 61 81 91  
[ajeclm@ajeclm.com](mailto:ajeclm@ajeclm.com)  
[www.ajeclm.com](http://www.ajeclm.com)

CASTILLA LA MANCHA  
**AJE**  
JOVENES EMPRESARIOS



**tú vuelta al mundo en 80 días**  
o cómo montar tu empresa en 80 días y no morir en el intento



CASTILLA LA MANCHA  
**AJE**  
JOVENES EMPRESARIOS



**vuelta a tu mundo en 80 días**  
o cómo montar tu empresa en 80 días y no morir en el intento

# PRESENTACIÓN

vuelta a tú mundo en 80 días

## LOS PERSONAJES

### CAPÍTULO 1

He tenido una idea, ¿por dónde empiezo? Dudas y planteamientos en los primeros diez días. 07

### CAPÍTULO 2

Delimitar mi idea y conocer mi entorno. Del día 11 al 20: Los primeros pasos del plan de empresa. 13

2.1. Macroentorno y microentorno. 14

2.2. Descripción del cliente. 17

2.3. Descripción de la competencia. 19

2.4. Análisis DAFO. 20

2.5. Objetivos y estrategias. 21

### CAPÍTULO 3

El marketing mix: producto, precio, distribución y promoción. Del día 21 al 30: Empezamos a dar luz a las sombras de nuestro proyecto. 23

3.1. Producto / servicio. 24

3.2. Marca o nombre comercial. 26

3.3. Precio. 28

3.4. Distribución. 28

3.5. Promoción. 8

## CAPÍTULO 4

Nuevas tecnologías aplicadas al proyecto. Del día 31 al 40: Necesidades innovadoras de hoy en día. 31

4.1. Procesos de la empresa que realizaremos mediante TICs. 31

4.2. Descripción del hardware y software a realizar por la empresa. 32

## CAPÍTULO 5

Aspectos laborales y de recursos humanos. Del día 41 al 50: En cincuenta días esto ya está avanzado. 35

5.1. Puestos de trabajo a cubrir descripción de los puestos. 35

5.2. Costes laborales y salariales. 38

5.3. Ayudas a la contratación de personas. 41

5.4. Gestión de Recursos humanos (notas básicas). 42

## CAPÍTULO 6

Quizás no necesito tanto dinero para empezar: Alternativas. Del día 51 al 60: Planificación de la inversión y financiación, formas de afrontar los primeros gastos. 45

6.1. Financiación. 45

6.2. Subvenciones. 46

6.3. Aspectos de la planificación económica. 49

## CAPÍTULO 7

Estamos pensando que tipo de sociedad nos interesa. Del día 61 al 70: Análisis de las formas jurídicas. 53

7.1. Diferencia entre autónomos y sociedades.	53
7.2. Tipos de sociedades.	54
7.3. Obligaciones fiscales según la forma jurídica.	55
7.4. Pasos para la construcción de la empresa.	56
7.5. SLNE ¿Esto qué es?	58
7.6. Y yo, ¿qué seré en la empresa?	59
<b>CAPÍTULO 8</b>	
¡A empezar! Del día 71 al 80: Cuestiones relacionadas con el inicio de la empresa.	61

# LOS PERSONAJES DE ESTA HISTORIA

vuelta a tú mundo en 80 días

## Jesús (narrador)

Tiene 28 años y vive en Ciudad Real, acaba de finalizar un curso de comercio electrónico. Trabaja desde hace unos meses en el área de mantenimiento informático de una cadena de supermercados.

Se ha planteado montar una empresa y comienza por buscar un socio.

## María

Tiene 31 años, vive en Malagón, es amiga de Jesús y trabaja en Ciudad Real en el sector de las artes gráficas.

Se asociará con Jesús para montar una empresa.

## Carlos

Amigo de Jesús y María. Tiene varios negocios de hostelería y les aconsejará sobre los pasos a dar.

## Verónica

Trabaja en la Asociación de Jóvenes empresarios de Castilla La Mancha y asesorará a los dos jóvenes en algunos pasos de esta historia.

CON ELLOS VAMOS A DARLE LA VUELTA A TU  
MUNDO EN 80 DIAS

CASTILLA LA MANCHA

AJE

JOVENES EMPRESARIOS

# CAPÍTULO 1

He tenido una idea, ¿por dónde empiezo?  
Dudas y planteamientos en los primeros diez días.



María y yo (Jesús), somos de Ciudad Real. Ella trabaja desde hace 4 años en una empresa de artes gráficas realizando diseños y yo estoy trabajando en el área de informática de una cadena de supermercados. Acabo de terminar un curso de comercio electrónico que organizaba el Servicio Público de Empleo de Castilla-La Mancha (SEPECAM), a través de su Servicio de Formación en Ciudad Real. Gracias a este curso conocí el autoempleo y me pasé por la Dirección General de Trabajo e Inmigración de Castilla la Mancha. Allí me hablaron del autoempleo y empecé a plantearme seriamente la opción de montar mi propia empresa.

Desde entonces no paré de darle vueltas, pero aún habiendo acabado la formación teórica en comercio electrónico, llevo poco tiempo trabajando y si quiero montar una empresa, necesito alguien con más experiencia y conocimiento. Así que se lo propuse a María por teléfono y estoy un poco inquieto.

Hoy es el primer día que hemos quedado para vernos, es el día 1 de esta aventura a la que nos vamos a lanzar. De esta primera reunión hemos deducido que nuestro problema es que no sabemos cuanto dinero necesitamos, desconocemos como funciona esto, los trámites legales y los impuestos que tenemos que pagar. Estamos un poco perdidos.

2

Segundo día. Hoy he llamado a nuestro amigo Carlos, que tiene varios negocios de hostelería, dice que lo primero que tenemos que hacer es preguntar en el mismo SEPECAM o acudir a alguna de las asociaciones de empresarios. Mi padre dice que eso lo lleva todo el Ayuntamiento y mi tío Andrés que me acerque a ver a su asesor.

Carlos nos aconseja que no nos preocupemos por el dinero, que si nuestra empresa es de servicios y no tenemos que comprar

mucho material "hay que poner pocos cuartos". Él empezó poniendo su empresa en su casa, me contaba que utilizaba el teléfono particular como si fuera el de empresa, su ordenador era el PC de su casa y su oficina su cuarto. Dice que es cosa de ir prosperando poco a poco y ahora tiene tres empleados y un local en el Barrio del Carmen.

Lo del asesor que nos recomendaba mi tío Andrés sonaba muy bien, así que fui a verle el tercer día, y más o menos me explicó que necesitaba unos estatutos sociales y que él se encargaba de toda la legalización de la sociedad, que todo costaría alrededor de "mil y pico euros" incluidos sus honorarios y que a partir de entonces ya podía funcionar. Solo tenía que preocuparme por definir mi negocio y hacer clientes.

Me estuve repartiendo con María la tarea de buscar información y ella al cuarto día se acercó al CEEI. Allí habló con una técnico que le explicó como se debe plantear la empresa. Le dió un CD con documentación, recomendando que lo primero que teníamos que hacer es un PLAN DE EMPRESA, es decir, planificar en que va a consistir nuestra empresa y como se va a organizar. En función de ese Plan de Empresa ya podríamos ir analizando costes y los tramites para constituir la empresa según recomendaba.

El quinto día nos informamos de los servicios de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE). Nos pareció atractivo acercarnos a preguntar y allí nos atendió Verónica, una técnico de la asociación que está especializada en apoyar a emprendedores. Ellos prestan un servicio a través de un programa que se llama OPEA y se dedican a ayudar a gente como nosotros. Nos informaron bastante bien y además de un montón de documentación nos facilitaron un "Plano de Emprendedor" y unas guías con información para empezar el proyecto.

De la charla con Verónica y tras mucho reflexionar, el sexto día

sacamos como conclusión que teníamos que desarrollar claramente la idea, para después analizar lo que podría afectar a la empresa como el mercado, la competencia, las características de los clientes, los recursos que necesitaríamos... En definitiva se reiteraba la necesidad de hacer el Plan de Empresa.

**7** El séptimo día volvimos a ver a Verónica y nos explicó que el Plan de Empresas o Bussines Plan es un documento en el cual se deja por escrito toda la planificación de la actividad que se va a desarrollar posteriormente, recoge tanto el diseño inicial de nuestra idea, como los primeros pasos y estrategias. Realmente es un PLAN y lo bueno que tiene es que nos obliga a pensar, adelantándonos a los problemas que puedan luego surgir y haciéndonos delimitar criterios, investigar sobre nuestra competencia y saber como vamos a ofrecer nuestros servicios, además de permitir que podamos tener una estimación de los costes que nos va a conllevar todo esto.

## Estructura básica del Plan de Empresa

### a. Introducción

Breve descripción de la idea.

Historial de los emprendedores.

**Macro entorno:** condiciones generales de tipo político, legal, geográfico, etc., que puedan tener repercusión en el negocio.

### b. Marketing y comercialización.

**Análisis del Micro-entorno:** mercado, clientes y competencia.

Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO).  
Políticas del Marketing mix.

**c. Nuevas tecnologías aplicadas al proyecto.**

Procesos realizados mediante TICs.

Descripción de Hardware y Software a incorporar a la empresa.

**d. Aspectos laborales y de recursos humanos.**

Puestos de trabajo y tipo de contratación.

Descripción de puestos.

Costes salariales.

**e. Estructura financiera.**

Previsiones de ventas, flujo de caja y punto de equilibrio de la explotación.

Necesidades de inversión.

Necesidades de financiación.

**f. Estructura legal.**

Forma jurídica a emplear.

Obligaciones fiscales propias de la actividad.

Obligaciones laborales y del régimen de seguridad social.

8 Otro aspecto que destacaba es que tiene una importancia crucial a la hora de buscar financiación. Decía que si lo hacíamos bien y como nos había indicado, se lo podríamos dar a alguna persona que esté dispuesta a invertir o nos serviría para buscar socios, demostrando que es una idea formal y seria y no sólo una conversación de cafetería.

El octavo día llamé a Carlos y le comenté todo esto. Él afirmaba que el Plan de Empresa es muy importante porque lo piden los bancos para dar financiación y también lo exigen para optar a concursos de emprendedores, así como ayudas de la JCCM y de otras entidades públicas.

9 El noveno día estuve investigando y navegando por Internet en la página [www.cjclm.org](http://www.cjclm.org), algo que me había comentado Verónica. Ví que el Consejo de la Juventud de Castilla-La Mancha disponía en su página Web, en el apartado de formación y empleo, subapartado publicaciones, de multitud de documentación para ayudar a los emprendedores y que me podía descargar para estudiármelos detenidamente. Esto nos venía muy bien porque María vive en Malagón y si necesitaba información adicional, podría recurrir allí.

De las consultas en la Asociación de Jóvenes Empresarios el décimo día llegamos a la conclusión de que teníamos que realizar el Plan de Empresas y tener muy claro hacia donde íbamos a ir, pues todo el mundo nos aconsejaba que no fuésemos excesivamente generales, porque en los tiempos que corren las empresas deben ser especialistas y estar planificadas para evitar sustos.

10

# CAPÍTULO 2

Delimitar mi idea y conocer mi entorno.

# 11



El día número 11, empecé a “empollarme” toda la cuestión de los Planes de Empresa, además acordé con María vernos cada día en una cafetería después de salir del trabajo y así intercambiar ideas e ir rellenando el Plan.

Las pautas que debíamos seguir en su redacción según recomendaban las guías eran: que fuese claro, lo más completo posible, que utilizase datos actuales y un lenguaje que pudiese ser entendido por todos. De lo que se trataba es que fuese presentable y pudiéramos luego mostrarlo en cualquier lugar.

## Caracteres del Plan de Empresa



Claro



Actual



Completo



Global



Lenguaje comprensible

De inicio María, que tiene menos tiempo, quería hacer esto más de andar por casa, pero la verdad es que si pretendíamos darle a esto seriedad y que el Plan de Empresa pudiese ser motivo de atracción de subvenciones y ayuda por parte de gente que no nos conociese, debíamos currárnoslo un poco. Además así veríamos si realmente todo lo que desconocíamos o lo que pensábamos que era una barrera, es salvable.

# 12

El día 12 hicimos la descripción de nuestra idea y ya de primeras nos vino bien, porque estuvimos aunando criterios, discutiendo si nuestra empresa iba a ser de comercio electrónico o si nos lanzábamos a por algo más amplio como una consultora que además tocase temas como la protección de datos. Al final pudimos plasmar una descripción de lo que queríamos hacer y por qué. Aparte acordamos que no nos centraríamos en grandes empresas, sino en pequeñas.

## Descripción inicial de la idea

Empresa de servicios de comercio electrónico  
para pequeñas empresas y autónomos.

Se dedicará a adaptar a las empresas para vender por Internet y especialmente a realizar páginas web con tienda virtual y posibilidad de compra con tarjeta de crédito. Adaptando los servicios para empresas generalmente pequeñas, ya que se pretende ofrecer un servicio adaptado a sus necesidades y económicamente aceptable por las empresas de este tamaño. La idea nace porque actualmente quienes ofrecen estos servicios se centran en grandes empresas y tienen unos honorarios muy altos; mientras que las pequeñas empresas no se están cubriendo adecuadamente, ya que precisan de servicios menos complejos y al mismo tiempo de una moderación en los costes.

Queremos ofrecer servicios estandarizados y sencillos, que sean fáciles de entender, de vender y que no ocasionen una alta dedicación. Las empresas pequeñas son muy numerosas y creemos que podemos ofrecerles un servicio muy atractivo según las características que hemos citado.

El día 13 completamos el historial de los emprendedores, es decir, una síntesis de nuestro currículum y sobre todo lo que esté relacionado con el negocio. Nos vino bien hacerlo formalmente, porque aún conociendo a María, la verdad es que no sabía que había estudiado. Escribiendo el historial me enteré que ella hizo FP en la rama de Administración y Finanzas, por lo que sería la más adecuada para las cuestiones económicas y de administración.

### 2.1 Macroentorno y microentorno

El Plan de Empresa también hablaba de conocer el Macroentorno y el Microentorno, refiriéndose al conocimiento de los factores generales y especiales del sector que pueden afectar a nuestro proyecto.

Esto era un poco complejo, así que el día 14 me acerqué a ver a Verónica de AJE. Me comentó que esto normalmente se contrataba a una empresa de investigación de mercados porque llevaba muchísimo tiempo, pero que si teníamos disponibilidad, podría hacerlo por mis propios medios. Así que me puse a ello.

### MACROENTORNO

Todo aquello que puede condicionar el futuro de nuestra idea, pero que no está relacionado directamente con el negocio y que pueden ser leyes, actuaciones de la administración pública, situación del sector a nivel nacional...

Variables de análisis:

- Tendencias políticas y económicas.
- Demografía.
- Hábitos de consumo, culturales y estilo de vida.
- Aspectos legales y normativas.
- Cambios tecnológicos.
- Medioambiente.

### MICROENTORNO

Ambiente y sector donde se movería nuestra empresa: lo que se ofrece en la actualidad, lo que se valora respecto a servicios de comercio electrónico, si hay o no mucha competencia y la situación en la que se encuentra, las barreras de entrada, los problemas o requisitos especiales del sector, frecuencia de la demanda de servicios y flujos que se producen...

Variables del análisis:

#### a. Mercado.

- Dimensión del mercado.
- Situación del mercado: Fase embrionaria, madurez y declive.

- Barreras de entrada (requisitos y problemas a la hora de empezar a trabajar en un mercado determinado).
- Tipo de clientes.

b. Clientes.

c. Competencia.

**15** El día 15 para conocer sobre todos estos aspectos, fuí buscando información en revistas especializadas, blogs, páginas web... además de hablar con gente del sector del comercio electrónico.

María por su parte como está en un sector relacionado en lo que se refiere a diseño de las web, se estuvo informando con compañeros de trabajo y proveedores de la empresa en que trabaja. Luego toda esta documentación e información que cada uno consiguió, la analizamos conjuntamente en una reunión.

Sacamos mucha información útil y sobre todo un montón de nuevas ideas para la puesta en marcha. Conocimos que no hay ninguna ley que nos exija título para ejercer de diseñadores y que tampoco está planteado que se vaya a pedir. ¡Un inconveniente menos! También conocimos que hay subvenciones para las empresas que renuevan su imagen, por lo que podríamos dirigirlo a ellas y ofrecerles que la gasten en nosotros o incluso informar de ellas a los que pudiesen ser nuestros clientes. Nos enteramos que las estrategias de precios de algunas empresas varían sobre todo en función de la carga de diseño que incluya en las web y tiendas virtuales. Estas y muchas otras ideas las fuimos escribiendo y estructurando en la parte correspondiente al Macroentorno y el Microentorno.

## 2.2. Descripción del cliente

Una parte específica del Microentorno era la descripción del cliente, delimitar sus características para hacer una topología de cliente. Nuestra idea inicial es que fuesen las pequeñas empresas y los autónomos y por ello teníamos que conocer sus necesidades. Como Verónica nos explicó, hay varias fórmulas para conocer a nuestro tipo de cliente, sus necesidades y la aceptación de nuestros servicios. Este tipo de técnicas se engloban en lo que se denomina investigación de mercados y algunas de ellas son la encuesta y la entrevista.

Por eso entre los días 16 y 17 diseñamos una encuesta y nos pusimos a llamar a varios amigos autónomos que conocemos, con la finalidad de obtener información que nos orientase a la hora de conocer nuestro tipo de cliente y las motivaciones que tendrían para demandar nuestros servicios.

De las entrevistas que realizamos, sacamos algunas conclusiones, que nos ayudaron a plantear como íbamos a ofrecer nuestros servicios y el tipo de servicio que se ofrecería a cada perfil de cliente.

### Entrevista de percepciones del cliente potencial

Señalar: autónomo / microempresa.

P1 ¿A qué sector se dedica Vd.?

P2 ¿Qué tamaño tiene su empresa?

P3 Si tiene página web.

¿Contrató a una empresa para hacerla?

¿Por qué invirtió en tener una web?

¿Qué utilidad le ve?

**P3b** Si no tiene página web.

¿Se ha planteado alguna vez tener página web? Justificar respuesta.

¿Cree que atraería a más clientes con una web?

¿Por qué no se lo ha planteado? Justificar respuesta.

**P4** ¿Se ha planteado alguna vez vender a través de Internet? Justificar respuesta.

**P5** ¿Cree que su producto/servicio se puede vender a través de Internet? Justificar respuesta.

**P6** ¿Qué valoraría en una empresa que le ayudase a adaptarse para la venta de sus productos/servicios a través de Internet?

**P7** ¿De qué forma le gustaría que le informasen de los servicios de empresas de comercio electrónico?

**P8** ¿En que casos no le gustaría que le informasen de sus servicios las empresas que se dedican al comercio electrónico?

## Conclusiones extraídas de la encuesta

### Sector de las empresas

No todos se comportan igual, a quien más interesan los servicios es a los comercios, mientras que los profesionales de los oficios y las empresas de servicios muestran indiferencia a lo que ofrecemos porque no venden a través de Internet.

### Tamaño de la empresa

Las empresas con menos de 5 empleados son las que se ajustan más al servicio que planteamos ofrecer, las que son más grandes ya piden cosas más complejas que inicialmente no podemos cubrir.

### Motivaciones para la web

Vender más, que puedan ver los muestrarios y carteras de servicio, que puedan localizar a la empresa y saber su horario.

**Motivaciones para las tiendas virtuales y pago con tarjeta**  
La posibilidad de llegar a nuevos públicos y realizar ventas automáticamente sin que deba mediar el factor humano.

**¿Qué valoran en la empresa que presta estos servicios?**  
Trato personal en la empresa, calidad-precio, asesoramiento y consejo.

**Forma de contacto**  
Prefieren generalmente la visita personal.

### 2.3. Descripción de la competencia

Para la descripción de la competencia Carlos nos orientó un poco, porque acababa de hacer un estudio sobre las empresas de hostelería de su sector y nos hablaba de las técnicas que había utilizado la consultora que se lo hizo:

- Rastreo de información en Internet: directorios y páginas web de empresas competidoras y que se dirijan a clientes de la misma área geográfica.
- Encuestas y entrevistas de opinión a actuales clientes de esas empresas y a personas relacionadas con el sector.
- Cliente misterioso (personal y telefónico): simular la intención de compra para obtener información.
- Observación directa y evaluación de oficinas, elementos de comunicación (folletos) productos y servicios de la competencia.

**18** A nuestro modo, el día 18 fuimos utilizando las técnicas que nos había explicado Carlos, intentando conocer al máximo como funcionan las empresas que consideramos competencia. Ello nos ayudó a clarificar el tipo de empresa que realmente consideramos nuestra competencia y los servicios que ofrecen, su nivel de precios y las fórmulas que utilizan para llegar al cliente.

## Factores a conocer de la competencia.

- Quiénes son y dónde están.
- Cómo son y cuáles son los servicios que ofrecen.
- Dimensión de las empresas.
- Posicionamiento en el mercado.
- Objetivos y estrategias que utilizan.
- Modelos de reacción.
- Puntos débiles y fuertes que tenemos frente a la competencia.

### 2.4. Análisis DAFO

El siguiente paso era realizar el análisis DAFO, es decir, conocer nuestras debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. El día número 19 una vez más recurrimos a Verónica, quién nos explicó que es una herramienta de las ciencias económicas que nos ayuda a conocer cuáles son los puntos débiles y los fuertes de nuestro proyecto. En la práctica suponía volcar las conclusiones principales positivas y negativas del estudio del macroentorno y microentorno, así como una revisión crítica de nuestra posición de partida.

#### DEBILIDADES DE LA EMPRESA

- Inexperiencia.
- Falta de imagen de marca.
- Falta de referencia.

#### AMENAZAS DEL ENTORNO

- Cada vez hay mas gente que tiene conocimientos de informática y diseño y se autoabastecen.
- Mercado maduro con existencia de muchas empresas de este estilo

#### FORTALEZAS DE MI EMPRESA

- Disponibilidad y dinamismo.
- Equipo joven.
- Precios de salida reducidos.

#### OPORTUNIDADES DEL ENTORNO

- La imagen es un valor en alza.
- La utilización de Internet y el uso progresivo de nuevas tecnologías, hacen necesario cada vez más que las empresas dispongan de una Web, cualesquiera que sea su tamaño.

## 2.5. Objetivos y estrategias

# 20

El día 20 nos tocaba definir los objetivos y estrategias de la empresa y en función de todo lo anterior, decidimos intentar hacerlo por nosotros mismos. María planteaba que debíamos ser capaces de responder a una serie de preguntas y sus respuestas conformarían nuestros objetivos y estrategias:

¿Cuál es el posicionamiento de la empresa?

Por atributos o cualidades físicas de la empresa: empresa moderna, dinámica y joven, con trato y contacto personalizado (relación cercana y personal).

En relación calidad-precio: servicios más económicos que el resto de empresas del sector, técnicamente menos complejos y más sencillos, pero guardando un estándar mínimo de exigencia y calidad.

Según eso o aplicación: producto adaptado a las necesidades de pequeñas empresas y autónomos, sin excesiva complejidad y presentado de manera que el cliente pueda usarlo (diseños y procedimientos de actualización de las tiendas virtuales que se puedan modificar y actualizar fácilmente o por ellos mismos).

¿En qué segmentos de mercado puedo ser competitivo y por qué?

Empresas de menos de 5 trabajadores y autónomos de todos los sectores excepto profesionales de los oficios, porque son las empresas que demandan el perfil de servicio que vamos a ofrecer (sin excesiva complejidad técnica y tienen motivaciones de renovar su imagen y tener presencia en Internet para vender a sus clientes).

# CAPÍTULO 3

Empezamos a dar luz a las sombras del proyecto.



Quando nos tocó definir las políticas del marketing mix, tuvimos que echar mano de nuevo de la ayuda de Verónica. En AJE ya nos conocían bien y el día 21 nos explicaron que viene a ser la definición de cómo vamos a plantearnos y presentarnos respecto al producto, precio, distribución y publicidad. Es lo que llaman las 4 Ps del marketing.

# 21

**PRODUCT:** Producto / Servicio (lo que vendo).

**PRICE:** Precio (por cuanto vendo)

**PLACE:** Distribución (donde y por que vías lo vendo)

**PROMOTION:** Promoción (como hago que se conozca).



### 3.1. Producto / Servicio

En la guía del Plan de Empresa se afirmaba que debíamos responder a varias preguntas: ¿qué es lo que vendo? ¿Qué necesidades cubre? ¿Cuál es la ventaja competitiva? ¿Con qué marca o nombre va a salir al mercado?

En principio pensábamos poner solo lo de "comercio electrónico", pero es verdad que hay muchas aplicaciones del mismo y además es un concepto que mucha gente no entiende bien.

Por eso el día 22 llegamos a especificar las "líneas de servicios", es decir, aquellos servicios específicos que vamos a ofrecer y el sector al que nos vamos a dirigir, que por ahora será genérico, pero que tendrá en común ser microempresas y autónomos.

#### ¿Qué es lo que vendo?

Especificar líneas de producto / servicio.

Líneas de producto/servicio: tiendas virtuales, inclusión de pago con tarjeta en páginas web, consultora para la gestión de ventas a través de Internet, todo ello con asesoramiento y consejo personalizado.

También plasmamos las necesidades que cubrimos, que además son argumentos que nos servirán para vender nuestros servicios. Cada idea que sacábamos iba a ser la forma de presentar nuestros servicios a los clientes, los argumentos para convencerlos.

#### ¿Qué necesidades cubre?

Posibilidad de venta a través de Internet.

Abarcar al perfil de clientes que no se desplaza a las tiendas por cuyos hábitos no dispone de tiempo para hacer compras en horario comercial.

Procesos de venta sin necesidad de intervención del factor humano.

Adaptación de las empresas a las nuevas realidades del comercio.

María decía que vamos a ser los mejores y que eso hay que ponerlo como principal ventaja competitiva. Yo sin embargo pensaba que aún así, la ventaja competitiva debe ser algo que tengamos en relación a otras empresas que se dedican a esto.

Por eso pusimos en lo que creemos que vamos a destacar de inicio: equipo joven y dinámico, precios y adaptación de servicios.

### ¿Cuál es la principal ventaja competitiva?

Equipo joven y dinámico.

Precios asequibles para las pequeñas empresas y autónomos.

Servicios adaptados a las necesidades de los pequeños empresarios.

Mantuvimos esta definición de ventajas porque hemos visto que otras empresas son muy lentas y poco dinámicas a la hora de prestar servicios. Respecto a los precios creímos que es un buen valor, porque hemos visto que en este sector todo se hace muy caro y las pequeñas empresas y autónomos muchas veces no pueden acceder a ellos.

Aparte, partíamos del convencimiento de que podemos hacer cosas adaptadas a las pequeñas empresas, que no necesitan complejos diseños o grandes proyectos web que es lo que se ofrece en la actualidad por la competencia. Ellos necesitan servicios adaptados, cosas más simples y que resulten más baratas.

### 3.2. Marca o nombre comercial

Dentro de la definición del producto/servicio, se contemplaba la forma de presentación al mercado. Aquí hay que distinguir entre la marca, que es el nombre de los productos si ellos solos van a ser lo visible o el nombre comercial, que es la denominación de la empresa.

En nuestro caso, como no queríamos que se conociera por el nombre de alguno de nuestros servicios, sino por la denominación de la empresa, buscamos un nombre comercial. Además Carlos nos aclaraba que el nombre comercial puede ser diferente a como se llame tu empresa oficialmente. Es decir, podríamos tener un nombre oficial y otro con que haríamos publicidad. La empresa de Carlos es "Carlos Mateo Ruiz, SL", pero en su publicidad utiliza en nombre de "Heladerías La Fresquita".

Carlos nos contó el día 23, que lo hizo para no complicarse, por si el nombre a elegir se parecía mucho al de otra empresa ya inscrita en el Registro Mercantil y no le dejaban cogerlo. Por eso le puso su nombre y apellidos y luego adoptó el nombre comercial. El momento de pactar un nombre con María, fue muy controvertido, pusimos varias alternativas y no sabíamos por cual optar. Verónica de AJE nos aconsejó el día 24 que guardásemos varios criterios:

- Fácil de pronunciar  
Para que la gente se lo aprenda fácilmente.
- Fácil de recordar  
No debe ser excesivamente largo, ni complejo, la idea es que siempre se puedan acordar de nosotros para un trabajo determinado.
- Que refleje a lo que nos dedicamos  
Si un nombre no dice nada, quizás perdamos la oportunidad

de nuevos clientes que quizás conozcan el nombre pero no lo asocien con nuestra actividad.

- Que permita obtener la propiedad del nombre  
No debe estar registrado en la Oficina Española de patentes y marcas o su dominio en Internet.

Factor	Condicionante
Coste del producto o servicio	Mínimo, son las horas de trabajo del personal. No gastamos materiales para establecer las web y los sistemas de venta por tarjeta, sino tiempo. Con ello tendremos que calcular lo que cada trabajo supone en costes de personal.
Mercado	La demanda de estos servicios no es excesivamente fuerte y en las empresas pequeñas y autónomas, depende del contacto personal, de la calidad/precio y de la oportunidad. Este factor no será determinante para fijar nuestro precio, aunque tenemos que considerar la reducida capacidad económica de nuestro cliente potencial.
Competencia	Las empresas que dan trato personal y tienen años de experiencia son caras, mientras otras que dan servicio a través de Internet y no dan trato personal son muy baratas. Nuestros servicios deben mantenerse a un nivel de precios intermedio entre ambas.

Con estas pautas decidimos finalmente el día número 25 probar por "Jesumar Venta por Internet", porque es fácil de pronunciar y recordar y porque refleja a lo que nos dedicamos. Además, si a la hora de registrar la empresa no nos dejasen ese nombre, le pondríamos mi nombre y apellidos como en la empresa de Carlos. Luego reservaríamos el nombre "Jesumar Venta por Internet" en la Oficina Española de Patentes y Marcas, porque a través de su web ([www.oepm.es](http://www.oepm.es)) pudimos comprobar que el nombre estaba libre.

# 26

### 3.3. Precio

Los días 26 y 27 estuvimos definiendo nuestra política de precios y analizamos varios factores como los costes que supone la producción de nuestros servicios, los precios de mercado y los de la competencia. Con ello concluimos que debíamos tener unos precios atractivos, ligeramente por encima de empresas de la competencia que lo hacen todo online y más baratos que las empresas actuales que dan trato personal. El precio final lo fijaríamos en función de los costes de personal y un margen de beneficio que pondríamos según los condicionantes descritos.

### 3.4. Distribución

El día 28 analizamos la distribución de nuestros servicios. Al no ser en principio algo material como los alimentos, que necesitan canales de distribución, en nuestro caso es más sencillo de plantear.

Lo que sí delimitamos en este apartado fué nuestro ámbito geográfico de actuación. En principio abarcaríamos a las empresas que estén en Ciudad Real, ya que la distancia es una limitación a extendernos a otros municipios (costes de desplazamiento), si queremos ofrecer un servicio barato basado en el trato personal y la cercanía.

### 3.5 Promoción: publicidad, mensaje y canales

Durante los días 29 y 30 nos dedicamos a redactar esta parte, porque las ideas ya las habíamos planteado en los apartados anteriores. Los argumentos los teníamos, así que debíamos planificar que canales vamos a utilizar para ofrecer y dar a conocer nuestros productos.

# 30

Canales	Descripción
Labor directa	Visitas a puerta fría a empresas cliente objetivo.
Telemarketing	Llamadas telefónicas a empresas pequeñas y autónomos para presentarnos e incluso concertar visitas comerciales.
Dípticos	Con la presentación de nuestra empresa y la relación de nuestros servicios. Debe ser un ejemplo del diseño que ofrecemos.
Mailing	Carteos a empresas y envío de e-mails.
Presencia en internet	Página Web, que además debe ser un ejemplo del tipo de producto que ofrecemos.
Google	Enlaces patrocinados en Google para aparecer cuando busquen "venta Internet", "tiendas virtuales".
Marketing relacional	Llegar a acuerdos y estar presentes en eventos donde podamos contactar con empresas de nuestro cliente potencial. Acuerdo de descuento con organizaciones empresariales de microempresas y autónomos.
Publicidad en medios y revistas	Los medios masivos no nos interesan porque nuestro cliente es mas específico y la inversión en estos medios no saldría rentable. Por eso utilizaremos publicidad en revistas especializadas de autónomos y micropymes.

# CAPÍTULO 4

Nuevas tecnologías aplicadas al proyecto.



Otro apartado del Plan de Empresa se centraba en las nuevas tecnologías que necesitábamos para la puesta en marcha del proyecto. No sólo porque sea una necesidad para las tareas y servicios que ofrecemos, sino porque muchas actividades empresariales que se realizan a mano o por métodos tradicionales se pueden hacer mas rápidamente y de forma automática utilizando nuevas tecnologías.

#### 4.1. Procesos de la empresa realizados mediante TICs

Para prever lo que necesitamos, estuvimos pensando entre los días 31 y 35 sobre todo aquello que haríamos con nuevas tecnologías, redactando una lista exhaustiva del material y los programas. Para ordenarnos un poco, separamos los procesos generales de la empresa, de aquellos que tienen relación con la realización del producto.

Procesos generales de la empresa

- Bases de clientes.
- Facturación.
- Consulta de páginas Web.
- Envío de correo electrónico.
- Llamadas telefónicas a través de VOZ IP.

Procesos de producción (elaboración de los diseños y Web).

- Procesos de programación de las tiendas virtuales, carritos de compra y pago con tarjeta.
- Procesos de diseño de páginas Web.

- Registro de dominios.
- Alquiler de hosting para las páginas Web.
- Comunicación y envío de ficheros con los gestores de pago con tarjeta.
- Escaneado de documentos.

#### 4.2. Descripción de hardware y software a incorporar en la empresa

Gracias a la lista de proceso que habíamos elaborado anteriormente, pudimos extraer todas las necesidades de software (programas) y hardware (equipos y componentes) que íbamos a requerir para empezar. Entre los días 36-40 estuvimos viendo las especificaciones técnicas de los equipos a utilizar y visitando tiendas de informática que nos orientasen sobre los costes.

##### HARDWARE

- ✓ 2 Ordenadores
- ✓ 2 Memorias USB: una para Paco y otra para mí, para trasladar documentos.
- ✓ 1 Ordenador portátil: para realizar presentaciones a los clientes.
- ✓ 1 Escáner último modelo: para escanear documentos.
- ✓ 1 Servidor.
- ✓ 1 Teléfono VOZ IP
- ✓ 1 Cámara digital: para las fotos a incorporar en las páginas web.

## SOFTWARE

- ✓ Sistema Operativo.
- ✓ Open Office, (software libre)
- ✓ Programa de correo electrónico
- ✓ Programa de retoque fotográfico
- ✓ Editor de páginas web

Todo esto nos iba a servir para elaborar el presupuesto de gastos y por lo que veíamos, sólo comprando estos elementos nuevos superaríamos los 3.000 euros de inicio que hay que poner para constituir una sociedad. Por ello nos planteamos usar de inicio algunos equipos personales, para ir adquiriendo material nuevo según fuésemos teniendo ingresos. No obstante, ya empezamos a saber cuanto podía suponer la inversión inicial.

A todo esto además teníamos que añadirle la conexión a Internet y la instalación. Además en cuanto tuviésemos local. Que ya por entonces también lo estábamos mirando, teníamos la intención de poner WIFI para estar mejor en la oficina.

## Utilidades

### Open Office

Procesadores de textos y programas de bases de datos sin necesidad de licencia.  
[es.openoffice.org](http://es.openoffice.org)

### Software libre

Centro de Excelencia de Software Libre de Castilla-La Mancha (CESLCAM).  
[ww.molinux.info](http://ww.molinux.info)

### Utilidades de Google

maps, agenda, herramientas de trabajo en red.  
[www.google.es](http://www.google.es)

# CAPÍTULO 5

Aspectos laborales y de recursos humanos.



Las cuestiones sobre recursos humanos y régimen laboral nos costaron mucho de entender. Para ello pedimos referencias y nos remitieron a un asesor laboral, el cual nos ayudaría a comprender todo esto. El día 41 quedamos con él y llegamos a un compromiso para contratarle cuando la empresa comenzase a funcionar y aprovechamos para que nos explicase algunas cuestiones.

# 41

## 5.1. Puestos de trabajo a cubrir y descripción de puestos

En principio y cara a los primeros meses teníamos que tener las cosas muy claras de cómo íbamos a repartir el trabajo entre ambos, para evitar que las diferencias fuesen una fuente de conflictos. Además Carlos nos decía que al principio "hay que darlo todo", porque inicialmente si no se cuenta con mucho dinero de inversión, tendríamos que hacer de todo cada uno, por lo menos hasta que la empresa tirase hacia delante.

Verónica de AJE nos recomendaba que fuésemos concretos en estas cuestiones y que teníamos que desarrollar por escrito los puestos que planeábamos que existieran en la empresa durante el primer año, sus funciones, el perfil de la persona que debía desempeñarlo y los objetivos que debía conseguir cada puesto.

El día 42 hicimos la descripción de puestos y acordamos tener 2 puestos de trabajo, uno para cubrir lo que llamamos producción, hacer las tiendas virtuales y poner en marcha los sistemas online, y otro para la parte comercial, buscar clientes. Carlos tenía mucha razón en eso de detallar los puestos, porque a mí me hacía mucha ilusión ser comercial, pero el perfil de comercial requiere ser una persona abierta y extrovertida y la verdad es que yo soy un poco tímido y además de la formación en comercio electrónico la tengo yo, por lo que el puesto de producción era ideal para mí.

Estos serán los puestos claves para trabajar desde el inicio en la empresa por lo que nos hace falta buscar un comercial. Mas adelante, cuando todo estuviese estable, María, que es quien tiene formación en Administración y Finanzas, dejará su trabajo y se incorporará a la empresa para hacer tareas de diseño web y llevar la administración. En un inicio tendría que hacerlo yo todo, pero me apoyaré en un asesor fiscal y otro laboral para la contabilidad, las nóminas y los impuestos y todo el papeleo.

Puesto	Descripción del puesto
<b>Administrador</b> Área de Administrador	<b>Funciones</b> Planificar la actividad de la empresa.  Llevar al día las obligaciones legales y fiscales.  <b>Perfil</b> Socio de la empresa con conocimientos en administración, gestión fiscal y financiera. El puesto de administrador inicialmente no será exclusivo, sino que lo llevará un socio de la empresa que hará otras labores. Para ello se apoyará en el asesoramiento laboral y fiscal de profesionales.
<b>Diseñador web</b> Área de Administrador	<b>Objetivos</b> Dotar de competitividad a la empresa y velar por la buena marcha financiera de la empresa. Cumplir las obligaciones legales y tributarias.  <b>Funciones</b> Tareas de diseño en relación con las páginas web.  <b>Perfil</b> Conocimientos de diseño y páginas web, dominio de Internet.

Puesto	Descripción del puesto
<b>Diseñador web</b> Área de Administrador	<b>Objetivos</b> Realizar páginas web adaptadas a la tipología de los clientes.  Este puesto se creará en el momento en que María se incorpore a trabajar en la empresa.
<b>Técnico de comercio electrónico</b> Área de Producción	<b>Funciones</b> Tareas de establecimiento de las tiendas virtuales, conexión y puesta en marcha de los sistemas de pago con tarjeta.  <b>Perfil</b> Conocimientos de informática y de las últimas tendencias en materia de comercio electrónico, conocimientos de diseño web.  <b>Objetivos</b> Poner en funcionamiento las tiendas online adaptadas a la tipología de los clientes y asumir las tareas del diseñador Web mientras no se cubra el puesto.
<b>Comercial</b> Área Comercial	<b>Funciones</b> Adquisición de nuevos clientes. Publicidad de la empresa. Relación con clientes.  <b>Perfil</b> Persona extrovertida, con capacidad de comunicación y buena presencia. Conocimientos de comercio electrónico.  <b>Objetivos</b> Crear y ampliar la cartera de clientes. Fidelizar a los clientes. Cobrar a los morosos.

## 5.2. Costes salariales

El día 43 Carlos nos explicó que es muy importante tener en cuenta la cuestión de los costes salariales, porque no siempre son los que aparentan. Gracias a él comprendí que el sueldo de María de 1.000 euros al mes, es realmente menor que los 950 que gana mi hermano.

Lo que ocurre es que mi hermano tiene 14 pagas y María solo 12, pero ella tiene el salario prorrateado, es decir, las dos pagas extra que le corresponden se las reparten en las nóminas de los doce meses. Por ello debíamos enterarnos bien de esto de los sueldos, para saber lo que va a costar tener un comercial.

Verónica nos indica en otra visita que realizamos el día 44, que los sueldos según el sector y categoría se establecen por convenio colectivo y se publican anualmente en los Boletines Oficiales. Para conseguir los convenios estuvimos el día 45 mirando en Internet y buscando los convenios que eran de aplicación para nosotros. Nos vino genial el uso de la siguiente dirección de la página de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha:

<https://e-cte.jccm.es/convenios/jsp/inicio.jsp>

Esto era bastante "lioso", así que fuimos a hablar con una asesora laboral el día 46, quién nos explicó que el coste salarial de una persona es el salario bruto que pone en el convenio, junto con parte de la seguridad social que debe pagar la empresa.

Miramos una de las nóminas de María y en ella vimos las cantidades brutas y luego una serie de descuentos, es decir, a María se le paga menos de lo que pone en las cantidades brutas (1.200), pero no es que esos descuentos se los ahorre la empresa, sino que luego su empresa los tiene que ingresar con el nombre del trabajador en Hacienda y en la Seguridad Social.

## Nómina

30 de noviembre de 2007  
María Pérez Rincón  
Núm. SS 3022328240

Período de liquidación: del 1 al 30 de noviembre de 2007

Percepciones salariales brutas.....1200 €

Descuentos

Aportaciones a la seguridad social.....80 €

IRPF 10%.....120 €

Líquido a percibir.....1000 €

Nómina prorrateada

Los descuentos se realizan en concepto de IRPF, que es un impuesto que afecta al trabajador y cuyo porcentaje se fija en función de su situación personal. La parte del sueldo bruto que corresponde a ese porcentaje se le retiene al trabajador. Por otra parte él paga una parte de la Seguridad Social que le corresponde. Pero la Seguridad Social a pagar tiene un componente que no aparece en las nóminas y es la parte que corre a cargo de la empresa. Por tanto, el coste de trabajador es la cantidad salarial bruta, más la seguridad social por la empresa. El importe de esta última suele suponer algo más de un 30% del salario bruto, aunque varía según el puesto y el salario.

Después de esta explicación que nos hicieron, miramos el convenio y éste establece un salario de 900 euros brutos al mes para un comercial y dos pagas extraordinarias, por lo que una vez que hicimos los cálculos, nos costaría 16.380 euros al año aproximadamente, lo que supone al mes 1.365 euros de coste.

Cálculo aproximado de los costes salariales.

Salario bruto mensual +30% x 14 pagas = Coste salarial

Puesto de comercial:  $900 + 270 \times 14 = 16.380 \text{ €}$

El comercial por su parte recibirá 900 euros en 14 pagas menos los descuentos que le correspondiesen, o bien 1.050 euros menos los descuentos en 12 pagas prorrateadas.

En otra cita con la asesora el día 47, nos informó un poco de las obligaciones que suponen las cuestiones laborales. Además de las nóminas, los contratos y las altas y las bajas de trabajadores y otras obligaciones como libros y registros, hay muchas más, pero de eso se encargará ella. Lo interesante es que también nos avisará de lo papeleos periódicos y redactará las declaraciones que tenemos que hacer por motivos laborales.

### Declaraciones y obligaciones periódicas principales por motivos laborales con Hacienda y la Seguridad Social

Concepto	Periodicidad
IRPF	Declaración y pago trimestral (mod. 110) y una anual (mod. 190)
Seguridad Social y cuotas de autónomos	Abonos mensuales

# 47

### 5.3. Ayudas a la contratación de personas

Sabíamos que daban subvenciones por la contratación de personas y un poco para prever, nos acercamos el día 48 al Servicio Público de Empleo (SEPECAM) y a la Delegación Provincial de Trabajo y Empleo en Ciudad Real. Allí nos informaron que hay algunas ayudas pero son sobretodo para hacer contratos indefinidos.

Esto nos venía bien saberlo, pero al inicio, desconociendo si la empresa va a funcionar, no nos atrevíamos a contratar a alguien de forma indefinida desde el primer momento. Para más adelante podríamos hacer uso de la transformación de contratos temporales en indefinidos para hacer fijo a nuestro comercial. Según leímos consiste principalmente en una subvención para pagar parte de los gastos en Seguridad Social de ese trabajador.

El resto también nos interesa, pero hemos estado viendo que exigen determinados requisitos de las personas a contratar, porque tienen que estar en una situación determinada (mujeres, inmigrantes, discapacitados....) No obstante guardamos la documentación para que en un futuro pudiésemos hacer uso de este tipo de subvenciones:

<http://www.sepecam.jccm.es/pestanas/empresas/ayudas>  
SEPECAM

- Ayudas a la contratación de discapacitados.
- Incentivos a la formalización de contratos indefinidos.
- Ayudas a la contratación de portadoras del Cheque Empleo.

<http://www.jccm.es>  
Consejería de Trabajo y Empleo

- Subvenciones a la contratación y acciones de formación más empleo.

- Subvenciones para la contratación indefinida de técnicos en prevención de riesgos laborales.
- Subvención para la promoción y el empleo a cooperativas y sociedades laborales (constitución, creación puestos trabajo, etc.)
- Subvenciones para la contratación en prácticas de personas tituladas y desempleadas en Castilla-La Mancha.
- Ayudas para incentivar la contratación indefinida.
- Fomento del empleo: contratación indefinida de personas en determinadas situaciones.

#### 5.4. Gestión de recursos humanos

Visto que teníamos que contratar a alguien para hacer de comercial y como teníamos ya la decisión muy firme de ir adelante con la empresa, el día 49 consultamos a Carlos sobre la forma de contactar con candidatos de una manera fácil y a ser posible gratuita.

Él nos recomendó que usásemos algunos portales de empleo de Internet o que recurriésemos a las bolsas de trabajo de las universidades. Así lo hicimos y empezamos a recibir multitud de currículums.

Aparte, Verónica en otra conversación mantenida el día 50, nos había convencido sobre la valoración de los recursos humanos como factor más importante en la empresa, por lo que insistía en la necesidad de planificar también actividades formativas para el personal, comentando que las organizaciones empresariales, sindicales e institucionales públicas suelen ofrecer todos los años este tipo de formación patrocinada por la Consejería de Trabajo y Empleo de Castilla la Mancha.

Para buscar recursos humanos:

Infoempleo

[www.infoempleo.com](http://www.infoempleo.com) (inserción de ofertas con coste)

Infojobs

[www.infojobs.net](http://www.infojobs.net) (inserción de ofertas con coste)

Monster

[www.monster.es](http://www.monster.es) (inserción de ofertas con coste)

Servicio de Empleo y Formación

[www.sepecam.jccm.es](http://www.sepecam.jccm.es)

Bolsas de trabajo de universidades:

UCLM

<http://cipe.uclm.es/>



# CAPÍTULO 6

Quizás no necesitamos tanto dinero para empezar. Alternativas.



## 6.1. Financiación.

Dinero ¿de dónde sacar el dinero? Hay un mínimo de dinero que teníamos ahorrado y que sería para constituir el Capital Social de la empresa, "los tres mil y pico euros" que nos piden para una Sociedad Limitada. Pero aún así nos estuvimos informando un poco entre los días 51 y 55, para ver de donde podíamos sacar dinero si empezábamos "a lo grande" y hacíamos toda la inversión necesaria y alquilábamos el local.

Estuvimos repasándonos las guías y preguntando por todos sitios. Nos comentaban que fundamentalmente se consigue financiación a través de las entidades financieras y de las sociedades de garantía recíproca.

Las Sociedades de Garantía Recíproca, facilitan los avales necesarios para acceder a la financiación de entidades financieras, siempre previa presentación del Plan de Empresa. En Castilla-La Mancha existe el "Aval Castilla-La Mancha", que realiza esta labor con los emprendedores manchegos.

Realmente necesitábamos algo de dinero y fuimos a consultar el día 56 a algunas entidades financieras. Tienen condiciones especiales para los emprendedores y nos recomendaron que optásemos por los microcréditos del Instituto de Crédito Oficial (ICO) o del Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha (ICMF): <http://www.icmf.es>

En la práctica supone que el banco te deja dinero y tienes que pagar intereses, lo que pasa es que estas dos entidades (ICMF e ICO), subvencionan parte del interés y hacen de avalistas, con lo cual siempre será más beneficioso ir a por un microcrédito de este tipo antes que pedir un préstamo normal.

Ese mismo día consultamos la web del ICMF y realizamos una solicitud para comenzar los trámites de petición de los microcréditos. Teníamos previsto que nos faltarían unos 6.000 euros, así que nos concienciamos aún más para ir rápido y terminar el Plan de Empresa porque nos lo íban a pedir para concedernos el microcrédito.

Otras fórmulas que nos interesaron fueron las Sociedades de Capital Riesgo, que facilitan financiación pero para proyectos bastante gordos. Más a nuestro nivel, nos parecieron muy interesantes las posibilidades de tener un coche desde el primer momento y pagar una cuota al mes, es lo que se llama renting, leasing y otras fórmulas.

## 6.2. Subvenciones para actividades empresariales

Todas las personas con las que hablamos nos dijeron que hay que iniciar un negocio sin necesidades de depender de subvenciones. Nuestro amigo Carlos insistía en que las subvenciones deben plantearse como un plus, pero nunca como algo necesario para la subsistencia de la empresa, porque de lo contrario cuando desaparezcan las subvenciones, también lo haría la empresa. Para informarnos de todos los tipos de subvenciones, fuimos de nuevo al día 57 a la Delegación Provincial de Trabajo y Empleo en Ciudad Real, y otras entidades. De todas las visitas sacamos las siguientes conclusiones:

- Por regla general las subvenciones son limitadas y se conceden por un período de tiempo corto. Tienen períodos de solicitud y "si te pasas de fecha" no puedes pedir subvenciones. Además cambian anualmente y algunas convocatorias no se repiten todos los años...
- Tienen una alta carga burocrática. Exigen presentar

muchos documentos y luego hay que justificar con facturas lo que has hecho con el dinero.

- Están vinculadas a proyectos o actividades concretas de la empresa. Es decir, no dan subvenciones para que las gastemos como creamos conveniente, sino que suelen ir vinculadas a una cosa concreta: hacer una actividad de marketing, poner la web de la empresa, innovar en materia de nuevas tecnologías, etc.
- Suelen requerir cofinanciación. No te financian el total de las actividades a realizar, sino que a veces ponen un porcentaje máximo y el resto lo tienes que poner tú...
- Dimensión de la actividad subvencionable. En muchos casos las actividades que se subvencionan son de gran envergadura y requieren inversiones de cientos de miles de euros, cantidades a las que pequeña empresa que comienza no puede llegar.

Los principales organismos que convocan subvenciones para actividades empresariales en Castilla la Mancha son las siguientes:

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
[www.jccm.es](http://www.jccm.es)

Multitud de ayudas son recogidas en la página Web, pero tenemos que ver si se adaptan a lo que nosotros necesitamos.

Servicio de Empleo y Formación  
[www.sepecam.jccm.es](http://www.sepecam.jccm.es)

### **6.3. Aspectos de planificación económica**

En el Plan de Empresa hacían también mucho hincapié en la estructura financiera, en tener previstos realmente los ingresos

# 58

y los gastos, para saber que necesidades de dinero en efectivo tenemos que tener en cada momento para afrontar la inversión y no tener sorpresas.

El día 58 María y yo realizamos una relación sucinta de todas las cosas que teníamos que comprar para empezar (inversión), los gastos que esperamos y las ventas que creemos que vamos a tener. Las indicaciones del plan de empresa consideraban los siguientes aspectos:

- Previsión de ventas: ventas esperadas (reflexión realista).
- Precisión de flujo de caja: planificación de la diferencia entre cobros y pagos para que una demora en los cobros no suponga quedarnos sin dinero.
- Precisiones del punto de equilibrio de la explotación: volumen de ventas mínimo para no producir pérdidas.
- Necesidades de inversión: podíamos definirlo como el valor de todos los elementos iniciales que hacen falta para poner en marcha la empresa (gastos de constitución, equipos, etc.)
- Necesidades de financiación: fondos para cubrir las necesidades de financiación iniciales. Deben cubrir todos los gastos de inversión.

Toda esta información la plasmamos el día 59 en una Cuenta de Pérdidas y Ganancias previstas. A través de una hoja de cálculo, detallamos y planificamos los ingresos, gastos corrientes, de amortización, financieros e impuestos sobre beneficios, teniendo en cuenta como va a funcionar realmente la empresa. Además las cifras las distribuimos por meses, de manera que comprobamos nuestras expectativas de ir cubriendo los gastos e ir recuperando la inversión a partir del sexto mes de funcionamiento.

# 59

## Concepto a incluir en la cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Ventas

Otros ingresos

Costes variables

- Compras de materias primas
- Gastos de desplazamiento.
- Gastos comerciales.

Costes fijos

- Alquiler.
- Asesoría laboral, fiscal...
- Servicio de prevención ajeno.
- Servicios (teléfono, electricidad, Internet...)
- Sueldos y salariales líquidos.
- Seguridad Social Empresa.
- H.P., I.R.P.F.
- Otros.
- Amortización Inmovilizado
- Amortización de Gastos.

Beneficios antes de Impuestos e Intereses

Gastos financieros

Ingresos financieros

Beneficios antes de Impuestos

Impuestos de Sociedades

Beneficios después de Impuestos

Todo esto lo pudimos comprender bien con ayuda del asesor, no el laboral, sino el fiscal, que se encargaba de todas las cuestiones con Hacienda. El día 60 le vimos y nos explicó que hay una serie de obligaciones continuas. Él se encargaba de llevarnos la

# 60

contabilidad, de hacer el depósito de cuentas anual en el Registro Mercantil, hacer las declaraciones periódicas y un sinfín de obligaciones como los registros de facturas, libros contables, etc.

### Declaraciones y obligaciones periódicas principales de las sociedades con hacienda (declaraciones no laborales).

Concepto	Periodicidad
IRPF por retenciones de alquileres	Declaración y pago trimestral y una (mod.115) anual
IVA	Declaración y pago trimestral (mod. 300) y una anual.(mod. 390)
Impuesto de sociedades.	Trimestral. Pago a cuenta, si procede. (mod. 202) anual (mod.201).
Declaración de operaciones con terceros	Anual (mod. 347)+

#### Más información Financiación.

Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha (ICMF)  
[www.icmf.es](http://www.icmf.es)

Instituto de Crédito Oficial (ICO)  
[www.ico.es](http://www.ico.es)

Aval Castilla-La Mancha SGR  
<http://www.icmf.es/if/pymes-garantia.aspx>

vuelta a tú  
mundo en  
80 días

80 días



# CAPÍTULO 7

Estamos pensando que tipo de sociedad nos interesa.



Ya nos explicaron un poco como funcionaban los tipos de empresa, hay multitud de ellas y es lo que llaman "formas jurídicas". Durante los días 61 y 62 estuvimos pensando sobre ello y asimilando toda la información recogida. Nos vamos a centrar en las tres que más nos interesaron, porque hay tantas que necesitaríamos acotar por algún lado, en principio son:

**Régimen de Autónomos**

**Sociedad Laboral**

**Sociedad Limitada**

## 7.1. Diferencia entre Autónomos y Sociedades

La primera de ellas es lo que comúnmente se dice ser autónomo o empresario individual y lo son un montón de personas que por lo general trabajan ellos solos o tienen pocos empleados. El frutero, los transportistas que tienen su propio camión, el peluquero de mi barrio, el agente comercial y generalmente las pequeñas empresas.

La diferencia principal entre un autónomo y una sociedad, es que si pasa algo y la empresa quiebra, el autónomo responde con todos sus bienes, es decir, que puede perder el coche que compró antes de montar la empresa o todo el dinero de su cuenta.

Hay una variante que tiene características muy similares a los autónomos y que es la comunidad de bienes, que permite que haya varios autónomos compartiendo empresa. Salvo en este caso, siendo autónomo normal no podría tener socios, por lo que sería inviable que montase la empresa con María.

Por otra parte la sociedad es un tipo de empresa en la que se distingue el dinero y propiedades de socios, del que esta a nombre de la empresa. Por eso al crear una sociedad hay que depositar unos 3.000 euros como mínimo, ese dinero no se pierde, sino que se queda en depósito en la sociedad y, si pasa algo, como mucho perderíamos esa cantidad, 1.500 euros cada uno por que pensamos ponerlos a mitades María y yo. De esta forma nunca me podrían quitar mi coche particular aunque la empresa fuese mal.

## **7.2. Tipos de sociedades**

Hay dos criterios por los que se diferencian las sociedades: si son o no laborales y si la responsabilidad es limitada o anónima. Antes he visto la diferencia entre autónomos y las sociedades y ahora voy a ver los tipos de sociedades.

Los dos criterios principales para optar entre una y otra son:

- Cantidad de dinero que estamos dispuestos a intervenir: las sociedades de responsabilidad limitada (S.L) exigen un desembolso previo de 3.005,06 euros; mientras que para las sociedades anónimas (S.A.) hay que depositar como mínimo 60.101,21 euros. La gran mayoría de las empresas son S.L., es la forma más común, y suelen ser pequeñas empresas, a partir de cierto tamaño ya se suele optar por una S.A.
- Aportación de trabajo además de capital: si los socios que ponen el dinero para crear la sociedad van además a trabajar en nómina, pueden constituirse en una sociedad laboral. Estas sociedades laborales a su vez son de responsabilidad limitada (S.L.L) o anónimas (S.A.L).

La diferencia con las sociedades no laborales es que en ellas generalmente pueden existir personas que sólo pongan dinero y luego no trabajen en la empresa, limitándose a recibir los

beneficios. En la práctica muchas empresas en las que los socios también trabajan siguen formándose como S.L.

Las sociedades laborales están ahora en auge porque se considera que es positivo que los trabajadores sean a la vez dueños de la empresa. Es lo que llama economía social y cuenta con líneas de subvenciones propias.

63 Una vez María y yo vimos estas tipologías, el día 63 decidimos que nuestra empresa no sería una S.A., porque hay que poner mucho Capital Social, y que tampoco sería una Sociedad Laboral, porque inicialmente ella solo se limitaría a poner dinero.

### 7.3. Obligaciones fiscales según la forma jurídica

Aunque ya lo teníamos acordado, nos recomendaron para poder elegir correctamente el tipo de sociedad que estudiásemos las obligaciones fiscales que tienen cada una porque son diferentes y a ello dedicamos el día 64. Los tributos básicos que se deben pagar son los siguientes:

- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas: se conoce como el I.R.P.F y el porcentaje que se paga depende de los ingresos. Es un impuesto progresivo, es decir, el porcentaje a pagar se incrementa conforme hay más ingresos.
- Impuesto de Sociedades: por regla general las empresas pagan un 30% de impuesto sobre beneficios cuando facturan varios millones de euros. Nos comentaron que lo normal en las empresas pequeñas es pagar el 25% porque así se establece para las empresas que llaman "de reducida dimensión". Al escoger por una sociedad, pagaríamos el 25% sobre beneficios, porque por ahora no creo que facturemos millones de euros y tengamos que pagar el 30% ¡Ojalá!

# 65 66

Nosotros esperamos tener beneficios al cabo de poco tiempo y nos interesa hacer grande la empresa. María se reafirma en que no nos interesaba ser autónomos porque al ser un impuesto progresivo, si tenemos los beneficios que esperamos, enseguida superaríamos porcentajes del 25% a pagar por I.R.P.F.

Una cosa que nos llevaba a equívoco a María y a mí y en la que consumimos los días 65 y 66, es que todos los ingresos no son beneficios ¡claro! Solo son beneficios aquella parte de los ingresos que superan los gastos. El sueldo es un gasto de la empresa, por lo que podré tener un sueldo alto que reducirá los beneficios, aunque luego yo tendré que pagar más I.R.P.F en la declaración de la renta.

## 7.4. Pasos para la constitución de una empresa

# 67

Sabíamos que íbamos a optar por una sociedad y teníamos que ir a un montón de sitios. Gracias al Plano del Emprendedor que nos dieron en AJE, estuvimos repasando el día 67 los pasos a dar y los lugares donde teníamos que ir.

Pasos para constituir una sociedad limitada.

1. Certificación Negativa del Nombre: se hace ante el Registro Mercantil General con sede en Madrid y se trata de un certificado que acredita que el nombre que vamos a elegir para la empresa no está ocupado. Se solicita a través de la web [www.rmc.es](http://www.rmc.es) (Sección Denominaciones Sociales).
2. Ingreso del capital social y certificado del mismo: el ingreso del capital social (3.000 euros para una SL) se deposita en cualquier sucursal bancaria, que deberá extender la correspondiente certificación.
3. Redacción de los estatutos y firma ante notario: los estatutos se redactarán utilizando modelos o con ayuda del asesor fiscal. Posteriormente habrá que realizar su firma ante notario.

- 4.** Obtención del CIF provisional en Hacienda: el CIF provisional es un número de identificación de la empresa que se solicita en la Agencia Estatal de Administración Tributaria (mod. 036).
- 5.** Pago de impuesto de Trasmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados: se abona en el Servicio Provincial de Economía y Hacienda (mod. 600).
- 6.** Inscripción en el Registro Mercantil de Castilla la Mancha.
- 7.** Alta en el IAE y obtención del CIF definitivo: se realiza en la Agencia Estatal de Administración Tributaria y supone clasificarse en un epígrafe de actividades del Impuesto de Actividades Económicas (solo se paga cuando existen volúmenes de facturación muy altos). El CIF provisional se puede cambiar por el definitivo. Ambos procesos se realizan con el modelo 036.
- 8.** Presentación de los libros de la sociedad en el Registro Mercantil.
- 9.** Inscripción de la empresa ante la Seguridad Social: se comunica a la Seguridad Social la existencia de la empresa y se obtiene un número de identificación (numero patronal).
- 10.** Legalización del libro de visitas ante la Inspección de Trabajo.
- 11.** Licencias de apertura y obras e instalaciones: se tramitan en los Ayuntamientos correspondientes, generalmente a través de la concejalía o gerencia de urbanismo.
- 12.** Comunicación de la Apertura de Centros de Trabajo: se realiza a través de un formulario remitido a la Dirección General de Seguridad y Salud Laboral y se puede presentar online a través de la página Web de la JCCM, el enlace es el siguiente: [http://registrovirtual.jccm.es/?SER\\_ID=IJF](http://registrovirtual.jccm.es/?SER_ID=IJF)

Otros: según el tipo de actividad hay tramites adicionales. En algunos sectores como la seguridad o el industrial tienen otros registros específicos dónde es necesario inscribirse.

## 7.5. SLNE ¿Esto qué es?

Cuando todo esto parecía que no tenía más y estábamos resignados a llevar a cabo todos los pasos para contribuir la empresa, de repente el día 68 descubrimos un nuevo tipo de sociedades gracias a Verónica. Es la sociedad Limitada de Nueva Empresa y sus siglas son S.L.N.E., una forma jurídica precisamente para la gente emprendedora. Para nosotros fue una sorpresa porque sin dejar de ser una S.L., permitía hacer todos los trámites en una sola oficina, llamada PAIT (Puntos de Tramitación Empresarial), la tramitación telemática es gratuita, y aquí pudimos consultar los puntos PAIT:

[http://www.circe.es/Circe.Publico.Web/pub/BusquedaPaitMapa.aspx?tipo\\_soc=4](http://www.circe.es/Circe.Publico.Web/pub/BusquedaPaitMapa.aspx?tipo_soc=4)

Ventajas principales de la SLNE:

- Se tramita en 48 horas.
- Se hace todo el papeleo en una misma oficina, sólo hay que salir adicionalmente a firmar al notario.
- Tiene ciertas ventajas fiscales.
- Su tramitación es mas barata (410 euros si es una empresa pequeña).

Limitaciones principales frente a SL:

su nombre oficial debe coincidir necesariamente con el nombre y apellidos de uno de los promotores.

Después de conocer este nuevo tipo de sociedad ya lo teníamos muy clarito: "Es más rápido y menos complicado". Además, aunque la empresa se debiese llamar como uno de nosotros, no impedía que posteriormente le pusiésemos el nombre comercial. Por eso le pedimos los datos de la oficina de Verónica de AJE y el día 69 pedimos cita.

## 7.6. ¿Y qué seré yo en la empresa?

Bueno, aquí es donde María y yo teníamos muchas dudas. **¿Quién sería el administrador y quién el empleado?**

Al final ni una cosa ni otra, llegamos a la solución el día 70 gracias a la planificación que hicimos anteriormente. Partíamos de que ella no va a dejar su trabajo hasta que la empresa funcione de verdad, por lo que en un momento inicial sería solamente socio-capitalista, es decir, por el momento sólo pondría el dinero para la inversión y la mitad de la empresa sería suya.

Yo trabajaría en la empresa ocupando además el cargo de administrador. Como al mismo tiempo yo sería propietario de la empresa, la legislación permite que trabajando en ella esté bajo el régimen de autónomos.

Esto tiene una ventaja respecto al régimen general de la Seguridad Social y es que así, solo pagaría la cuota fija de autónomos y no la cantidad tan alta que hay que pagar en otro caso. Además siendo autónomo puedo ponerme el sueldo que quiera, o depende de convenios, por lo que podría ir con un bajo nivel salarial al inicio hasta que la empresa funcione.

Más adelante, cuando todo este estable, María, que es quien tiene formación de Administración y Finanzas, dejará su trabajo y se incorporará a la empresa sustituyéndome como administrador.

# CAPÍTULO 8

¡A empezar!



Tras unos días en los que estuvimos planificando y asimilando todo el Plan de Empresa que habíamos elaborado, llegó el día 78 en el que teníamos la gran cita en la oficina PAIT. Y así en el plazo de 48 h tuvimos que ir al banco, al notario y a otros sitios.

Hoy es el día 80 desde que iniciamos esta andadura y hace dos horas nos han dado los estatutos registrados, nuestro CIF y un montón de papeles. Esta misma mañana iré con los originales de todo para darme de alta como autónomo ante la Seguridad Social y empezar. María ha quedado esta tarde con un chico que seleccionamos como comercial para que firmen el contrato de trabajo que nos ha preparado la asesora y se le pueda dar de alta esta mañana mismo.

Aparte, luego he quedado en la imprenta para recoger las tarjetas que hemos diseñado, además el asesor fiscal me ha dicho que le de el número de cuenta que ya le toca y también tengo pendiente una lista de tareas kilométrica, entre lo que está ir a llevar más papeles para que nos puedan dejar los 6.000 euros del microcrédito.

Con todo esto pendiente y después de 80 días contándole lo que hago, voy a dejar de hacerlo. Además creo que ya te habrás enterado de cómo acabamos de montar la empresa ¡Menuda vuelta al mundo!

### Protección de datos

Los datos personales que se incluyan en bases de datos informatizadas deben respetar las estipulaciones de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

Entre otras estipulaciones, esta ley obliga a que el dueño del fichero informe con anterioridad a las personas cuyos datos van a constar; de ese derecho de acceso, rectificación y/o

cancelación de los mismos. Además se debe informar de la forma de contacto para ejercer estos derechos y dejar constancia del propietario de los ficheros o bases de datos.

Qué debo hacer:

Poner una cláusula de información en todo aquello que sea una fuente de datos que luego informaticice.

Agencia Española de Protección de Datos  
[www.agpd.es](http://www.agpd.es)

### **Arbitraje de consumo**

Para adherirme a un sistema no judicial por el que se pueden solucionar los problemas que tenga con clientes que no sean empresa.

Papeles que necesito:  
Solicitud cumplimentada.

Lugar dónde puedo ir para obtenerlo.  
Puedo mandar la solicitud por correo y esperar a que me la concedan.

Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha, perteneciente a la Consejería de Salud y Bienestar Social

### **Firma electrónica de la empresa (CERES)**

Para poder presentar las declaraciones de Hacienda por Internet, pedir certificados y, en general, hacer trámites con la Administración sin necesidad de desplazarme a las oficinas o hacer colas.

Papeles que necesito:  
Certificado del registro mercantil y DNI del administrador.

Lugar donde ir para obtenerlo:  
Primero lo solicito por Internet en [www.cert.fnmt.es](http://www.cert.fnmt.es) y luego con los papeles que necesito debo personarme en la Agencia Tributaria para acreditar mi identidad.

### Servicio de Prevención Ajeno

Para cumplir las obligaciones de la empresa con la legislación en materia de prevención de riesgos, tenemos que hacer varias cosas:

- Evaluación de riesgos.
- Planificación de la actividad preventiva.
- Plan de emergencia.
- Análisis médicos anuales a los trabajadores.
- Información y Formación de los trabajadores.
- Justificación documental de las actividades.

¿Cómo se lleva a cabo?

Lo más sencillo es contratar un servicio de prevención ajeno, que es una especie de asesor en esta materia y presta los servicios de formación, análisis médicos y elaboración de toda la documentación.

El listado de servicios esta en la web del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el trabajo: [www.insht.es](http://www.insht.es)

### Registro del nombre en la Oficina Española de Marcas y Patentes

Como la empresa tiene el nombre de una persona, ya que no podíamos poner una combinación por ser una SLNE, tengo que registrar el nombre comercial

Papeleo. Tramites a realizar:

Rellenar la solicitud y pagar unos 150 euros aproximadamente. La forma mas sencilla de solicitarlo es a través de Internet,

pero hace falta la firma electrónica.  
Tarda aproximadamente 4 meses si no hay incidencia.

Oficina Española de Patentes y Marcas  
[www.oepm.es](http://www.oepm.es).

### Registrar el dominio de Internet del nombre de nuestra empresa.

Para que no nos lo quiten, tengo que registrar el dominio de la empresa.

### Asociarme a AJE y asociar a María como socia.

Para recibir información, participar en las actividades de formación que organizan y poder intercambiar experiencias e información con otros jóvenes empresarios.

Papeleo y requisitos.

Lugares para informarme:

#### AJE ALBACETE

C/ Dionisio Guardiola, 59 Entreplanta  
02004 Albacete  
Tfno.: 967 60 90 90  
Fax: 967 61 81 91

#### AJE CIUDAD REAL

C/ Suiza, 1  
13005 Ciudad Real  
Tfno.: 926 23 23 94  
Fax: 926 23 22 10

#### AJE CUENCA

C/ Cardenal Gil de Albornoz, 2-5º  
16001 Cuenca  
Tfno: 969 21 33 15  
Fax: 969 22 96 16

#### AJE GUADALAJARA

C/ Constitución, 10, Local B  
19003 Guadalajara  
Tfno: 949 21 93 16  
Fax: 949 21 93 16

#### AJE TOLEDO

Paseo de Recaredo, 1  
45002 Toledo  
Tfno: 925 22 87 10  
Fax: 925 21 18 12