

Índice sistemático

Nota a la primera edición	7
Nómina de autores	9
Capítulo 1. De la idea de negocio al plan de empresa	11
Objetivos del capítulo	11
1. Introducción	12
2. Características que debe reunir la persona emprendedora y motivos para crear una empresa	12
3. La elección del proyecto: idea de negocio	14
4. Generación de modelos de negocio: método canvas (lienzo)	15
5. Análisis previo de viabilidad de una idea de negocio: algunos conceptos generales relacionados con la financiación y la rentabilidad	18
6. El plan de empresa	20
6.1. Una primera aproximación al plan de empresa	20
6.2. Para qué sirve el plan de empresa	21
6.3. Plan de empresa y viabilidad del negocio	22
6.4. Los elementos de un plan de empresa	24
6.4.1. Proyecto empresarial y presentación de los emprendedores	24
6.4.2. Actividad de la empresa	24
6.4.2.1. El producto o servicio	24
6.4.2.2. El mercado	25
6.4.2.3. La comercialización del producto/servicio	25
6.4.2.4. El proceso de producción	26
6.4.3. Localización de la empresa	26
6.4.4. Personas que trabajarán en la empresa	26
6.4.5. Financiación	27
6.4.5.1. Necesidades económicas del proyecto: recursos propios, recursos ajenos e inversiones	27
6.4.5.2. Identificación y selección de las fuentes de financiación ajenas al emprendedor: banca, <i>leasing</i> , etc.	28
6.4.5.3. Plan financiero: previsión de tesorería, cuenta de resultados provisional, balance provisional	29
6.4.6. Plan de operaciones o de puesta en marcha	31
6.4.7. Aspectos formales del proyecto	31
6.4.8. Conclusiones del plan de empresa	32
Lecturas recomendadas	34
Originalidad y principios a seguir en la construcción de la idea innovadora	34
Referencias bibliográficas	36

Capítulo 2. Viabilidad económico-financiera de la empresa	37
Objetivos del capítulo	37
1. Introducción	38
2. Gestión presupuestaria	40
3. Fuentes de financiación	43
3.1. Crédito bancario	45
3.2. Descuento comercial	46
3.3. <i>Factoring</i>	46
3.4. <i>Confirming</i>	47
3.5. Préstamos	47
3.5.1. Datos de la operación	48
3.5.2. Terminología empleada	49
3.5.3. Clases de préstamos	50
3.5.3.1. Préstamo lineal	51
3.5.3.2. Préstamo francés	52
3.5.3.3. Préstamo francés con Excel	54
3.6. <i>Leasing</i>	55
3.7. <i>Renting</i>	55
4. La cuenta de resultados	55
4.1. Estructura de la cuenta de resultados	56
5. El presupuesto de tesorería	59
5.1. Concepto y funciones	59
5.2. Estructura del presupuesto	59
Capítulo 3. Estrategias de mercado y aproximación al <i>marketing</i>	67
Objetivos del capítulo	67
1. Introducción	68
2. Segmentación del mercado	69
2.1. Concepto y funciones	69
2.2. Criterios de segmentación	70
2.3. Proceso y estrategias de segmentación del mercado	71
2.3.1. Delimitación del mercado	71
2.3.2. Determinación de los segmentos del mercado	71
2.3.3. Estrategias de segmentación	71
3. Investigación del mercado	72
3.1. Análisis de la situación e investigación preliminar	72
3.2. Planificación y realización de la investigación	73
3.2.1. Objetivos de la investigación de mercado	73
3.3. Interpretación y presentación de resultados	74
4. <i>Marketing</i>	75
4.1. Concepto de <i>marketing</i>	75

4.2. Los elementos de la política de <i>marketing</i> : producto o servicio, distribución, comunicación y precio	76
4.2.1. Producto o servicio	76
4.2.2. Distribución	77
4.2.3. Comunicación en general y sus estrategias e instrumentos	79
4.2.3.1. Aumento o generación de la reputación	79
4.2.3.2. Gestión de la calidad	80
4.2.3.3. Publicidad	80
4.2.3.4. <i>Telemarketing</i>	82
4.2.3.5. Imagen corporativa y marca	82
4.2.3.6. Medios escritos	82
4.2.3.7. Promoción de ventas a través de regalos o felicitaciones	83
4.2.3.8. Nuevas tecnologías	83
4.2.3.9. Relaciones públicas	84
4.2.3.10. Comunicación persuasiva	86
4.2.4. Precio	86
4.3. El plan de <i>marketing</i>	87
4.3.1. Objetivo del plan	87
4.3.2. Reglas.....	88
4.3.3. Proceso del plan	88
4.3.4. Una estrategia orientada al cliente (<i>Customer Relationship Management</i> [CRM])	89
Lecturas recomendadas	92
Caso Fituna: segmentación de mercado y cuantificación de la demanda	92
Referencias bibliográficas	98
Capítulo 4. La franquicia: otra forma de crear empresa	99
Objetivos del capítulo	99
1. Aproximación al mundo de la franquicia	100
2. Concepto de franquicia	102
3. Características de la franquicia	104
4. Ventajas e inconvenientes para franquiciador y franquiciado	105
5. Clases de franquicia	107
6. La elección de la franquicia	108
6.1. El perfil del franquiciado y del franquiciador	108
6.2. Investigar a fondo el negocio	109
7. El <i>know-how</i>	111
8. Los documentos básicos y manuales en la franquicia	112
8.1. Manual de imagen corporativa y de adecuación del local.....	112
8.2. Manual de procedimientos	113
8.3. Manual económico-financiero	114
8.4. Manual jurídico	114
9. El acuerdo de franquicia. El contrato	114
10. Extinción del contrato de franquicia	117

Lecturas recomendadas	118
Caso Benetton	118
Caso Starbucks, el secreto del éxito	119
Referencias bibliográficas	120
Capítulo 5. Trámites en la constitución de empresas	121
Objetivos del capítulo	121
1. Introducción	122
2. Formas jurídicas para crear una empresa	123
3. Trámites de constitución de empresas	124
3.1. Empresario/a individual.....	124
3.1.1. Eficacia de la limitación de la responsabilidad	125
3.1.2. Publicidad mercantil	125
3.1.3. Publicidad en el Registro de la Propiedad	126
3.1.4. Cuentas anuales del emprendedor individual	127
3.2. Colectividades sin personalidad jurídica: comunidad de bienes y sociedades civiles	128
3.3. Sociedades mercantiles	131
3.3.1. Sociedad colectiva y sociedad comanditaria simple	131
3.3.2. Sociedad de responsabilidad limitada	132
3.3.2.1. Procedimiento presencial	134
3.3.2.2. Procedimiento telemático	136
3.3.3. Sociedad limitada nueva empresa	140
3.3.4. Sociedad anónima	141
3.3.5. Sociedades laborales y sociedades cooperativas	142
3.3.5.1. Sociedades laborales	142
3.3.5.2. Sociedades cooperativas	145
Capítulo 6. Obligaciones fiscales	151
Objetivos del capítulo	151
1. Introducción	152
2. Trámites de inicio de actividad	153
2.1. Constitución de la sociedad	153
2.1.1. Solicitud del número de identificación fiscal	153
2.1.2. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITP y AJD)	153
2.2. Alta en el Censo de Empresarios y en el impuesto sobre actividades económicas (IAE)	154
2.3. Otros trámites	155
2.3.1. Licencia de obras	155
2.3.2. Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras (ICIO)	156
2.3.3. Licencia de actividades e instalaciones (apertura)	157

3. Obligaciones fiscales asociadas al desarrollo de la actividad	158
3.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF)	158
3.1.1. Regulación	158
3.1.2. Determinación de la cuota a pagar	159
3.1.2.1. Determinación del rendimiento neto reducido de la actividad empresarial	159
3.1.2.2. Inclusión del rendimiento neto reducido de la actividad en la base imponible general	165
3.1.3. Pagos fraccionados	167
3.1.3.1. Ámbito de aplicación	167
3.1.3.2. Importe	167
3.1.3.3. Plazo.....	168
3.1.3.4. Modelos y formas de presentación	169
3.2. Impuesto sobre sociedades (IS)	169
3.2.1. Regulación	169
3.2.2. Obligaciones formales	169
3.2.3. Liquidación del impuesto	170
3.2.3.1. Base imponible	170
3.2.3.2. Cuota íntegra	171
3.2.3.3. Minoración de la cuota íntegra	171
3.2.3.4. Cuota líquida/cuota líquida mínima	171
3.2.3.5. Incentivos fiscales para las empresas de reducida dimensión	172
3.2.4. Pagos fraccionados	173
3.2.4.1. Ámbito de aplicación	173
3.2.4.2. Importe	173
3.2.4.3. Plazos	173
3.2.4.4. Modelos y formas de presentación	173
3.3. Impuesto sobre el valor añadido (IVA)	174
3.3.1. Regulación	174
3.3.2. Liquidación	174
3.3.2.1. Periodo de liquidación	175
3.3.2.2. Plazos	175
3.3.2.3. Modelos y formas de presentación	175
3.3.2.4. Impuesto sobre el valor añadido devengado	175
3.3.2.5. Impuesto sobre el valor añadido soportado deducible	176
3.3.3. Libros de registro	177
3.3.4. Régimen especial del criterio de caja	178
4. Comparativa entre el impuesto sobre la renta de las personas físicas y el impuesto sobre sociedades a través de un supuesto práctico	179
4.1. La actividad empresarial se desarrolla por una persona física	179
4.2. La actividad empresarial se desarrolla por una persona jurídica	180

5. Incentivos fiscales de apoyo a los emprendedores	181
5.1. De ámbito estatal	181
5.1.1. Apoyos fiscales a los emprendedores	181
5.1.1.1. Deducción por inversión en empresas de nueva o reciente creación	182
5.1.1.2. Exención por reinversión en el supuesto de transmisión de acciones o participaciones en empresas de nueva o reciente creación	184
5.1.2. Incentivos fiscales para sociedades de nueva creación y para contribuyentes que inicien una actividad económica	185
5.1.2.1. Tipo de gravamen reducido para entidades de nueva creación en el impuesto sobre sociedades	186
5.1.2.2. Reducción del rendimiento neto por inicio de una actividad económica en el impuesto sobre la renta de las personas físicas	186
5.2. De ámbito autonómico	187
5.2.1. Comunidad Autónoma de Castilla y León	188
5.2.1.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas: deducciones autonómicas para el fomento del emprendimiento	188
5.2.1.2. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados: tipos reducidos en la modalidad de transmisiones patrimoniales onerosas y en la modalidad de actos jurídicos documentados	190
5.2.2. Comunidad de Madrid	190
5.2.2.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas: deducciones autonómicas	190
5.2.3. Comunidad Autónoma de Galicia	191
5.2.3.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas: deducciones autonómicas	191
5.2.3.2. Impuesto sobre el patrimonio: bonificaciones autonómicas	195
5.2.3.3. Impuesto sobre sucesiones y donaciones: reducciones autonómicas	195
5.2.3.4. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados: deducciones autonómicas	196
Capítulo 7. Aspectos sociolaborales	199
Objetivos del capítulo	199
1. Introducción	200
2. El sistema de la Seguridad Social: sujetos incluidos y excluidos	200
3. Régimenes integrantes del sistema de la Seguridad Social	201
3.1. Régimen general	202
3.2. Régimen especial de trabajadores por cuenta propia o autónomos (RETA)	202
3.2.1. Cuadros-resúmenes de la inclusión de socios, consejeros y administradores de sociedades de capital y de personal de alta dirección	206
3.2.2. Cuadro-resumen de la inclusión de socios que sean personas trabajadoras de sociedades laborales	208

4. Trámites a realizar para la puesta en marcha de una empresa	208
4.1. Ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)	208
4.1.1. Régimen general	208
4.1.1.1. Inscripción de empresa	208
4.1.1.2. Afiliación al sistema y alta en el régimen general de la Seguridad Social	210
4.1.2. Régimen especial de trabajadores por cuenta propia o autónomos	211
4.1.2.1. Afiliación al sistema y alta en el régimen especial de trabajadores autónomos	211
4.2. Ante las Consejerías de Trabajo de las comunidades autónomas	213
4.2.1. Comunicación de apertura del centro de trabajo	213
4.3. Ante la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social	214
4.3.1. Modelo de diligencia de actuación de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social	214
 Capítulo 8. Casos prácticos de emprendimiento: desde los comienzos hasta la aplicación de las nuevas tecnologías y la internacionalización	215
Objetivos del capítulo	215
1. Introducción	216
2. Caso práctico número 1. Grupo Educativo CEF.- UDIMA	216
3. Caso práctico número 2. Grupo Gestair: la búsqueda incansable de nuevas oportunidades y la diversificación de actividades en el emprendimiento	226
4. Caso práctico número 3. Aratech Lifestyle Technology: del intraemprendimiento al emprendimiento	234
5. Caso práctico número 4. ICA2: abriendo un paradigma directivo para la economía del conocimiento	237
6. Caso práctico número 5. INNOCV Solutions: lo humano como señal de identidad	240
7. Caso práctico número 6. Schoolmarket y Éxito Educativo: hijos de la pasión por lo educativo	242
Referencias bibliográficas	246

