

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 marketing	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
4.3.5. El <i>marketing</i> digital: la estrategia por internet	91
Lecturas recomendadas	94
Caso Fituna: segmentación de mercado y cuantificación de la demanda	94
Referencias bibliográficas	100
Capítulo 4. La franquicia: otra forma de crear empresa	101
Objetivos del capítulo	101
1. Aproximación al mundo de la franquicia	102
2. Concepto de franquicia	104
3. Características de la franquicia	106
4. Ventajas e inconvenientes para franquiciador y franquiciado	107
5. Clases de franquicia	109
6. La elección de la franquicia	110
6.1. El perfil del franquiciado y del franquiciador	110
6.2. Investigar a fondo el negocio	111
7. El <i>know-how</i>	113
8. Los documentos básicos y manuales en la franquicia	114
8.1. Manual de imagen corporativa y de adecuación del local	114
8.2. Manual de procedimientos	115
8.3. Manual económico-financiero	116
8.4. Manual jurídico	116
9. El acuerdo de franquicia. El contrato	116
10. Extinción del contrato de franquicia	119
Lecturas recomendadas	120
Caso Benetton	120

Caso Starbucks, el secreto del éxito	121
Referencias bibliográficas	122
Capítulo 5. Trámites en la constitución de empresas	123
Objetivos del capítulo	123
1. Introducción	124
2. Formas jurídicas para crear una empresa	125
3. Trámites de constitución de empresas	126
3.1. Empresario/a individual	126
3.1.1. Eficacia de la limitación de la responsabilidad	127
3.1.2. Publicidad mercantil	127
3.1.3. Publicidad en el Registro de la Propiedad y en el Registro de Bienes Muebles	128
3.1.4. Cuentas anuales del emprendedor individual	128
3.2. Colectividades sin personalidad jurídica: comunidad de bienes y sociedades civiles	130
3.3. Sociedades mercantiles	133
3.3.1. Sociedad colectiva y sociedad comanditaria simple	133
3.3.2. Sociedad de responsabilidad limitada	134
3.3.2.1. Procedimiento presencial	135
3.3.2.2. Procedimiento telemático	137
3.3.2.3. Formalidades aplicables a las empresas emergentes constituidas como sociedades limitadas	143
3.3.3. Sociedad anónima	144
3.3.4. Sociedades laborales y sociedades cooperativas	145
3.3.4.1. Sociedades laborales	145
3.3.4.2. Sociedades cooperativas	148
Capítulo 6. Obligaciones fiscales	155
Objetivos del capítulo	155
1. Introducción	156
2. Trámites de inicio de actividad	157
2.1. Constitución de la sociedad	157
2.1.1. Solicitud del número de identificación fiscal	157
2.1.2. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITP y AJD)	157
2.2. Alta en el Censo de Empresarios y en el impuesto sobre actividades económicas (IAE)	158
2.3. Otros trámites	159
2.3.1. Licencia de obras	159
2.3.2. Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras (ICIO)	160
2.3.3. Licencia de actividades e instalaciones (apertura)	161
3. Obligaciones fiscales asociadas al desarrollo de la actividad	162
3.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF)	162
3.1.1. Regulación	162

3.1.2. Determinación de la cuota a pagar	163
3.1.2.1. Determinación del rendimiento neto reducido de la actividad empresarial	163
3.1.2.2. Inclusión del rendimiento neto reducido de la actividad en la base imponible general	169
3.1.3. Pagos fraccionados	171
3.1.3.1. Ámbito de aplicación	171
3.1.3.2. Importe	171
3.1.3.3. Plazo	172
3.1.3.4. Modelos y formas de presentación	173
3.2. Impuesto sobre sociedades (IS)	173
3.2.1. Regulación	173
3.2.2. Obligaciones formales	173
3.2.3. Liquidación del impuesto	174
3.2.3.1. Base imponible	174
3.2.3.2. Cuota íntegra	175
3.2.3.3. Minoración de la cuota íntegra	176
3.2.3.4. Cuota líquida/cuota líquida mínima	176
3.2.3.5. Incentivos fiscales para las empresas de reducida dimensión	176
3.2.4. Pagos fraccionados	177
3.2.4.1. Ámbito de aplicación	177
3.2.4.2. Importe	177
3.2.4.3. Plazos	178
3.2.4.4. Modelos y formas de presentación	178
3.3. Impuesto sobre el valor añadido (IVA)	178
3.3.1. Regulación	178
3.3.2. Liquidación	178
3.3.2.1. Periodo de liquidación	179
3.3.2.2. Plazos	179
3.3.2.3. Modelos y formas de presentación	179
3.3.2.4. Impuesto sobre el valor añadido devengado	180
3.3.2.5. Impuesto sobre el valor añadido soportado deducible	180
3.3.3. Libros de registro	181
3.3.4. Régimen especial del criterio de caja	182
4. Comparativa entre el impuesto sobre la renta de las personas físicas y el impuesto sobre sociedades a través de un supuesto práctico	183
4.1. La actividad empresarial se desarrolla por una persona física	184
4.2. La actividad empresarial se desarrolla por una persona jurídica	184
5. Incentivos fiscales de apoyo a los emprendedores	186
5.1. De ámbito estatal	186
5.1.1. Apoyos fiscales a los emprendedores	186
5.1.1.1. Deducción por inversión en empresas de nueva o reciente creación	186

5.1.1.2. Exención por reinversión en el supuesto de transmisión de acciones o participaciones en empresas de nueva o reciente creación	189
5.1.2. Incentivos fiscales para sociedades de nueva creación y para contribuyentes que inicien una actividad económica	190
5.1.2.1. Tipo de gravamen reducido para entidades de nueva creación en el impuesto sobre sociedades	190
5.1.2.2. Reducción del rendimiento neto por inicio de una actividad económica en el impuesto sobre la renta de las personas físicas	191
5.2. De ámbito autonómico	192
5.2.1. Comunidad Autónoma de Castilla y León	193
5.2.1.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas: deducciones autonómicas para el fomento del emprendimiento	193
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	194
5.2.2. Comunidad de Madrid	195
5.2.2.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas: deducciones autonómicas	195
5.2.3. Comunidad Autónoma de Galicia	196
5.2.3.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas: deducciones autonómicas	196
5.2.3.2. Impuesto sobre el patrimonio: bonificaciones autonómicas	200
5.2.3.3. Impuesto sobre sucesiones y donaciones: reducciones autonómicas	200
5.2.3.4. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados: deducciones autonómicas	201
Capítulo 7. Aspectos sociolaborales	203
Objetivos del capítulo	203
1. Introducción	204
2. El sistema de la Seguridad Social: sujetos incluidos y excluidos	204
3. Régimenes integrantes del sistema de la Seguridad Social	205
3.1. Régimen general	206
3.2. Régimen especial de trabajadores por cuenta propia o autónomos (RETA)	206
3.2.1. Cuadros-resúmenes de la inclusión de socios, consejeros y administradores de sociedades de capital y de personal de alta dirección	210
3.2.2. Cuadro-resumen de la inclusión de socios que sean personas trabajadoras de sociedades laborales	212
4. Trámites a realizar para la puesta en marcha de una empresa	212
4.1. Ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)	212
4.1.1. Régimen general	212
4.1.1.1. Inscripción de empresa	212
4.1.1.2. Afiliación al sistema y alta en el régimen general de la Seguridad Social	214

4.1.2. Régimen especial de trabajadores por cuenta propia o autónomos	215
4.1.2.1. Afiliación al sistema y alta en el régimen especial de trabajadores autónomos	215
4.2. Ante las Consejerías de Trabajo de las comunidades autónomas	217
4.2.1. Comunicación de apertura del centro de trabajo	217
4.3. Ante la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social	218
4.3.1. Modelo de diligencia de actuación de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social	218
Capítulo 8. Casos prácticos de emprendimiento: desde los comienzos hasta la aplicación de las nuevas tecnologías y la internacionalización	219
Objetivos del capítulo	219
1. Introducción	220
2. Caso práctico número 1. Grupo Educativo CEF.- UDIMA	220
3. Caso práctico número 2. Grupo Gestair: la búsqueda incansable de nuevas oportunidades y la diversificación de actividades en el emprendimiento	229
4. Caso práctico número 3. Aratech Lifestyle Technology: del intraemprendimiento al emprendimiento	238
5. Caso práctico número 4. ICA2: abriendo un paradigma directivo para la economía del conocimiento	240
6. Caso práctico número 5. INNOCV Solutions: lo humano como seña de identidad	243
7. Caso práctico número 6. Schoolmarket y Éxito Educativo: hijos de la pasión por lo educativo	245
Referencias bibliográficas	248