

TEMA 1 La empresa y su entorno

¿ Qué Estudia?

- Bienes
- Factores productivos.
- Sistemas económicos.
- La empresa.
- Componentes de la empresa.
- El entorno de la empresa.
- El empresario.
- Bienes

En economía, un bien es todo aquello que puede satisfacer nuestros deseos y necesidades

Podemos distinguir en:

- Factores productivos

Son los recursos que se utilizan en la producción de bienes.

Nos encontramos:

- Sistemas económicos

La sociedad busca dar una respuesta a los principales problemas económicos: qué bienes producir, en qué cantidades producirlos, qué métodos utilizar y cómo distribuir el resultado entre la población.

A lo largo de la historia se han desarrollado diferentes sistemas que han dado respuestas específicas a estos interrogantes. Son los llamados sistemas económicos : son diferentes formas de organizar el trabajo humano para proveer a la sociedad de bienes y de servicios.

Los grandes sistemas económicos actuales son:

La Economía de Mercado

Se caracteriza por la importancia que tiene la propiedad privada de los medios de producción: edificios, máquinas, tierras, etc.

La intervención del Estado es mínima.

Las personas pueden elegir, producir y consumir libremente según sus preferencias y disponibilidades.

Desventajas: distribución desigual de la renta. Escasez de bienes y servicios que no son rentables. Abusos de poder por parte de algunos productores....

El mercado está formado por los

De un bien, servicio o de un factor productivo.

2 tipos de mercado:

- **La Empresa. Objetivos**

Es una unidad económica que a partir de la combinación de diferentes factores de producción, produce y pone al alcance del público los bienes y los servicios que éste demanda.

El objetivo de la empresa es el propio beneficio, con el que se promueve, de manera indirecta, el beneficio social.

Cuando esto no ocurre es indispensable la regulación del Estado.

El Estado tiene unos objetivos sociales ya que debe preocuparse de la protección del medio ambiente, la mejora de las condiciones de trabajo. Es indispensable la acción legislativa del Estado que minimice los posibles efectos negativos de la actividad productiva.

- **Componentes de la empresa.**

ó

Los bs. materiales son los que la empresa posee y utiliza para la producción de otros bienes. **El patrimonio**

Los bs. Inmateriales la empresa también depende de otros elementos que no tienen soporte físico, como la buena coordinación del equipo humano que la compone, la imagen no sólo la calidad sino que el consumidor valora el respeto al medio ambiente etc. La organización.

El elemento humano. Una empresa es el resultado de la actividad de las personas que trabajan en ella. Son los que han de tomar decisiones que afectará el funcionamiento de la empresa.

- **El entorno de la empresa.**

El entorno de una empresa está constituido por aquellos factores sobre los que no tiene una influencia directa, pero que condicionan su actividad.

Podemos distinguir entre:

Entorno general. Es aquel que la E^a comparte con otras empresas, aunque se dediquen actividades diferentes. Se refiere al conjunto de circunstancias que afecta por igual a todas las empresas de una determinada sociedad.

Viene determinado por factores:

Factores económicos

Factores políticos

Factores tecnológicos. Son un factor importante de competitividad entre empresas y entre países.

Las nuevas técnicas permiten abaratar los productos e incrementar su calidad.

Los parques tecnológicos, polígonos industriales, reducen los costes empresariales, es rico en recursos..etc.

Factores sociales

Entorno específico. Son las otras empresas y las personas con las que la empresa tiene una relación más directa.

- **El empresario.**

Es aquella persona que asume los riesgos en que incurre la empresa. También tiene la responsabilidad de organizar la producción y ejerce la autoridad necesaria para el desarrollo de la actividad de la empresa.

Es el responsable último del funcionamiento de la empresa.

No confundir el concepto de empresario con el de propietario.

Las decisiones en las grandes empresas las toman los órganos directivos formados por personal especializado, y las comunican a los socios a través del Consejo de Administración.

EJERCICIOS

Nº19 PÁG16

Nº20 PÁG17

Nº25Y 26 PÁG20

Nº7-8-22-23-24-25 PÁG22

T.15 Aspectos de un proyecto empresarial

¿ Qué estudia?

- **El proyecto de creación de una empresa.**
- **El plan de empresa.**
- **Concreción de la idea.**
- **Identificación y currículum de los promotores.**
- **Definición del tipo de bien o servicio.**
- **Identificación de las características del mercado.**
- **Características del proceso productivo.**
- **Personal necesario.**
- **El proyecto de creación de una empresa.**

Motivos que hacen que una persona o varias quieran emprender una actividad empresarial:

- ♦ **Deseos de prosperar e independencia para desarrollar sus propias decisiones.**
- ♦ **Dificultad de conseguir un trabajo asalariado.**
- ♦ **Disponibilidad del capital necesario.**

- **El Plan de empresa.**

Es un documento en el que se define la idea de negocio que se quiere emprender de manera clara y sintética, y la principal herramienta de trabajo para los promotores en el desarrollo de su idea.

Ha de especificar los siguientes aspectos:

- ◆ Concreción de la idea.
- ◆ Identificación y currículum de los promotores.
- ◆ Definición del tipo de bien o servicio.
- ◆ Identificación de las características del mercado.
- ◆ Características del proceso productivo.
- ◆ Personal necesario.
- ◆ Localización de la empresa.
- ◆ Inversión necesaria.
- ◆ Financiación.
- ◆ Elección de la forma jurídica.
- ◆ Calendario de puesta en marcha.
- ◆ Estrategia de marketing.

La elaboración de un plan de empresa permitirá :

- Poner de relieve cuáles son las oportunidades y las dificultades asociadas al proyecto.
- Determinar su importancia.
- Especificar las medidas que se emprenderán en cada caso para potenciar sus ventajas y minimizar sus inconvenientes.

• **Concreción de la idea.**

Existen diversas posibilidades al alcance de los futuros empresarios:

- **La puesta en marcha de una nueva actividad.** Para cubrir una nueva necesidad de los consumidores, a causa del uso de una innovación técnica.
- **La compra de una empresa existente o la obtención de algún grado de participación.** Tendrá que recoger la información sobre el valor de la empresa que se quiere adquirir y sus posibilidades actuales y futuras.
- **La franquicia.** Consiste en la cesión por parte de una empresa (el franquiciador) a empresarios (franquiciados) del derecho a emplear todo un conjunto de elementos inmateriales, como una marca.

• **Identificación y currículum de los promotores.**

Los promotores deben tener conocimientos y experiencia sobre todos los aspectos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Para el currículum se puede presentar con la siguiente estructura:

- Datos personales.
- Datos de Formación.
- Datos profesionales.
- Datos complementarios.

• **Definición del tipo de bien o servicio.**

Especificar en qué tipo de bien o servicio concreto se materializará la idea inicial.

Tendremos que tener en cuenta:

- Las necesidades que cubre.
- El tipo de cliente al que va dirigido.
- Los elementos diferenciales.
- La posesión de patentes.
- Concesiones o garantías contractuales.
- Normativa legal que le afecta.

• **Identificación de las características del mercado.**

Existen diferentes mercados, cada una de los cuales condiciona la actividad de la empresa y las decisiones que han de tomar.(pág.32)

Los distintos entornos en los que puede encontrarse una empresa son:

- **Competencia perfecta.** Existen muchos compradores y vendedores, que comercian con un bien o servicio homogéneo. El precio viene dado por el mercado, su supervivencia viene dado por el control de los costes.
- **Monopolio.** Cuando la empresa es la única que ofrece un bien o servicio determinado. Fijará el precio que le resulte más conveniente, ya que el consumidor no dispone de capacidad de elección.
- **Oligopolio.** Existen pocas empresas que producen el mismo bien, por lo que han de tener un comportamiento estratégico respecto al que llevan a cabo las rivales.
- **Competencia monopolística.** Tiene múltiples compradores y vendedores, pero se diferencia en que las empresas elaboran productos diferenciados, que se distinguen por la marca, el modelo o el diseño. El factor fundamental para competir es el precio y la diferenciación.

Resulta esencial determinar las características del mercado donde la empresa que se quiere crear tendrá que competir.

Será necesario:

- **Un Estudio de mercado .** Es un proceso de investigación que obtiene información relevante sobre el consumidor, el grado de competencia y las características del entorno de la empresa.

Aspectos a tener en cuenta:

- **La tipología de los consumidores.** El éxito de la empresa se derivará de su capacidad para captar clientes.

Es esencial adaptar la empresa a las necesidades del consumidor. Habrá que conocer los siguientes datos:

- El tipo de cliente al que se dirige la empresa.
- La dimensión total del mercado.
- Su localización.
- Dónde acostumbran a comprar los clientes potenciales.
- El poder adquisitivo de los clientes de la zona.
- La sensibilidad de la demanda de los clientes en cuanto al precio o la calidad del producto.
- Las tendencias de los consumidores o seguimiento de modas.

¿ A qué segmento de mercado se dirige la empresa?

El **segmento de mercado** está constituido por el conjunto de clientes que demandan un producto con características similares.

A la vista de un producto, podemos encontrarnos con diferentes segmentos según:

Mercado potencial: está constituido por la máxima cantidad de ventas que podría efectuar la empresa en un momento dado.

- **La competencia.** El estudio de mercado ha de permitir también conocer los siguientes datos:

Cuota de mercado, es el porcentaje que representa.

Ventas de la empresa en un mercado . 100

Ventas totales en el mercado

Ejemplo: pág :159 y 323.

- **Características del proceso productivo.**

El estudio de las características del proceso productivo tendrá que tener en cuenta:

- **Personal necesario.**

¿ qué personal es necesario para llevar a cabo la actividad de la empresa?.

En el plan de empresa se especificará:

EJERCICIOS

Nº 3 pág 319

Nº4-5 pág320

Nº 5 pág 330

Nº 11-18-21 pág330

T16. Aspectos de un proyecto empresarial II

¿ Qué estudia?

- **Localización de la empresa.**
- **Inversión necesaria.**
- **Financiación.**
- **Elección de la forma jurídica.**
- **Calendario de puesta en marcha.**
- **Estrategia de marketing.**
- **Localización de la empresa**

Una empresa suele localizarse:

- ◆ **Próxima a las materias primas.**
- ◆ **Próxima a los mercados.**
- ◆ **En función de otras características del entorno.** Tales como costes más bajos en: salarios,

materias primas o el coste del local. La disponibilidad de espacio. La existencia de normativas específicas

Cada empresa tendrá que evaluar cuál es la situación óptima en términos de precio que ha de pagar y la rentabilidad esperada de una determinada localización.

- **Inversión necesaria.**

Es un documento que detalla y cuantifica los recursos necesarios para iniciar la actividad.

Debe abarcar más de un año

¿ Qué opción es la más conveniente?. Comprar o alquilar un bien, hacer o subcontratar determinada actividad, efectuar contratos fijos o temporales a los trabajadores...

- **Financiación.** La empresa tendrá que conseguir los recursos necesarios para llevar a cabo las inversiones detalladas y cuantificadas en el plan de inversiones.

Fuentes:

- ♦ **Financiación PÚBLICA**

Resulta importante que se recoja información sobre cuáles son las posibilidades de acceder a ellas.

- ♦ **Financiación PRIVADA**

Las entidades financieras son las que pedirán documentación a los promotores para conceder los préstamos solicitados.

Para solicitud del préstamo tendrán que acompañar la siguiente documentación:

Previsiones anuales. Para conocer la Capacidad de hacer frente en cada momento los pagos y la rentabilidad del proyecto.

Las previsiones anuales que se elaboran son:

El presupuesto de tesorería Es un documento que recoge, para cada período de tiempo, cuál será el flujo de pagos y cobros esperados, y determina cuál será la posición de tesorería de la empresa en cada momento.

Es conveniente que al principio se haga mensual

Rentabilidad del proyecto:

- ♦ **Rentabilidad financiera = Resultado del ejercicio**

Pasivo no exigible

- ♦ **Rentabilidad económica = Resultado de explotación**

Activo total

Determinación del umbral de rentabilidad. Es la cifra de ventas a partir de la cual la empresa

comenzará a tener beneficios.

Análisis de los resultados: DAFO

DAFO , debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades.

- ♦ Las amenazas y las oportunidades podrán detectarse a partir del análisis del entorno de la empresa, aspectos tales como las características de los consumidores y la forma de mercado existente en el sector.
- ♦ Las fortalezas y las debilidades comprenden el análisis interno: estudio de las inversiones y la financiación, junto con la estructura de coste y cuenta de resultados.

• Elección de la forma jurídica

Empresa Individual

Sociedades

Las más utilizadas en España son : la empresa individual, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad anónima.

TRAMITES:

En general:

	Eº INDIVIDUAL	S. LIMITADA	S. ANONIMA
VENTAJAS	–Los trámites se inician al comienzo de la actividad. Y son más sencillos. –Tiene el control en todos los niveles de la empresa. –Es posible acceder a ayudas públicas para su creación.	1.Es idónea en el caso de las sociedades pequeñas. 2.Se conoce la identidad de los socios. 3.Los órganos de funcionamiento son más sencillos que los de la SA. 4. la responsabilidad de los socios frente a las deudas se limita a la aportación .	1.Posibilita una gran acumulación de capital. 2.Las acciones pueden transmitirse con facilidad. 3. Existe la posibilidad de cotizar en Bolsa. 4. La responsabilidad de los socios se limita a la aportación.
INCONVENIENTES	1.Responsabilidad patrimonial ilimitada. El empresario ha de responder con su patrimonio. 2.Puede tener dificultades de crecimiento al tenerse que ocupar el solo de todos los aspectos.	1.Las participaciones no pueden transmitirse libremente. 2. No cotizan en Bolsa. 3.No hay ventajas fiscales. 4.Han de llevarse a cabo auditoria de cuentas.	1.Costes de constitución altos. 2.No hay ventajas fiscales de constitución. 3.Poca participación de los accionistas pequeños en las Juntas Generales.

		4.Obligación de llevar auditoria
--	--	----------------------------------

CARACTERISTICAS	
E° INDIVIDUAL	• El propietario es una persona física. • Es habitual en la agricultura, en el comercio minorista y en algunos servicios. • Mayor de 18 años. • Responsabilidad económica ilimitada. • El beneficio que obtiene pertenece íntegramente al propietario. • No se necesita un mínimo de capital. • El nombre de la empresa o razón social, puede ser el del propietario, denominaciones imaginarias o anagramas.
S. LIMITADA	• El capital social está dividido en participaciones iguales, indivisibles y acumulables. • El capital mínimo es de 3005,06€, ha de estar suscrito y desembolsado en el momento de la fundación. • La responsabilidad de cada socio es limitada a su aportación a la sociedad. • La transmisión de participaciones entre los socios es libre. • El número de socios es ilimitado. • El nombre de la empresa ha de ir acompañado de las abreviaturas SL ó SRL.
CARACTERISTICAS	
S. ANÓNIMA	• El capital social está dividido en partes alícuotas denominadas acciones. • La condición de socio se transmite con la compra de acciones. • El capital mínimo aportado y suscrito ha de ser de 60.101,21€. Desembolso como mínimo del 25%. • La responsabilidad de los socios es limitada. • El nombre de la sociedad debe ir acompañado de su abreviatura de SA. • Los socios tienen derecho a: ♦ Participar en los beneficios (dividendo). ♦ A votar en las Juntas Generales de Accionistas (1 acción 1 voto). ♦ Derecho a obtener la información relevante sobre la empresa. ♦ Derecho de suscripción a adquirir nuevas acciones. ♦ Derecho a participar en la liquidación del patrimonio si la sociedad entra en quiebra.

- **Calendario** Dentro del plan los socios o promotores tienen que establecer los momentos en que van a llevar a cabo las actividades que son necesarias para poner en marcha la empresa.
- **Estrategia de marketing.** Antes de comenzar su actividad la empresa tiene que determinar su estrategia, se

centra sobre cuatro aspectos, que constituyen lo que se denomina **marketing mix o las cuatro P: producto, precio, promoción y distribución.**

PRODUCTO

La empresa ha de tener en cuenta los diferentes aspectos del producto:

PRECIO

El precio es un elemento fundamental en la elección final del consumidor.

Existen diferentes estrategias de precios:

- Los precios promocionales.
- Los precios de penetración.
- Precios de descremación.
- Predios psicológicos.
- Descuentos.
- Discriminación de precios.

PROMOCION

La promoción del producto tiene como objeto comunicar su existencia y sobretodo motivar al consumidor para su adquisición.

Se consigue a través de :

- **La Publicidad.**
- **El Merchandising.**

DISTRIBUCIÓN

Es el conjunto de actividades que permiten poner el producto a disposición del comprador final.

Como estrategias de distribución tenemos:

- **Venta directa por parte de la empresa.**
- **Venta en comercios detallistas con tienda:** comercio tradicional, comercio especializado, hipermercados...
- **Venta sin tienda:** venta por catálogo, por correspondencia, internet...

EJERCICIOS:

Nº3 pág.337

Nº7 pág340

Nº9pág344

Nº12-13-14 pág347

Nº16pág348

Nº17pág349

EJERCICIOS T.15 YT.16 EOE^a

Tema 15 Aspectos de un proyecto empresarialI

Nº3 PÁG319

Después de una experiencia de 10 años como dependiente, el Sr. Andrés se plantea abrir su propia tienda. Especifica qué tendrá que tener presente a la hora de decidir emprender su propio negocio.

Nº 4 pág 320

Distingue entre competencia perfecta y competencia monopolística.

Nº 5 pág320

Argumenta qué estructura de mercado crees que corresponde a estas empresas: Microsoft, Renault, comercio de frutas y verduras, iberia y RENFE.

Nº 5 pág 330

Explica qué es una franquicia. Actividades que conozcas.

Nº11 pág330

Describe a qué segmentos de mercado crees que van dirigidos los siguientes artículos:

- Videojuegos de ordenador.
- Bebidas isotónicas.
- Vehículo monovolumen
- El libro de texto Economía y organización de empresa.

Nº18 pág330

Diferencia entre el contrato de prácticas y el contrato de formación.

Nº21 pág 330

Haz un esquema con las características de los diferentes contratos que se exponen en la unidad.

Nº3. El Sr. Andrés deberá tener presente los siguientes aspectos:

- Las necesidades que cubre la idea de su negocio, para conocer qué tipos de clientes pueden tener interés y también la potencialidad de venta de sus producto.
- El tipo de cliente a quien va dirigido. Segmento de mercado en el que venderá sus productos.
- Los elementos diferenciales de su negocio respecto a los de la competencia.
- La posesión de patentes, concesiones o garantías contractuales que el permitan dominar un mercado concreto.
- La normativa legal que le afecta.

Nº4

La diferencia entre la competencia perfecta y la competencia monopolística está en el tipo de producto que se fabrica:

- En competencia perfecta, existen muchos compradores y vendedores, que comercian con un bien o servicio homogéneo.
- En competencia monopolística, aunque también existe una multiplicidad de compradores y vendedores, las empresas fabrican productos diferenciados.

Nº5

- Las empresas Microsoft y Renault operan en un mercado de competencia monopolística, que viene caracterizado por la existencia de una multiplicidad de compradores y vendedores. Pero se distingue de la competencia perfecta en que estas dos empresas fabrican productos diferenciados de los otros de las empresas de la competencia.
- Un comercio de frutas y verduras se encuentra en un entorno de competencia perfecta, ya que comercia con un producto homogéneo y su dimensión es pequeña respecto a la del mercado.
- Iberia opera en un entorno de oligopolio en el que se tiene pocas empresas que produzcan el mismo bien o servicio, como son los viajes por avión.
- RENFE es una empresa que opera en un entorno de monopolio, ya que es la única empresa que opera en el mercado del transporte ferroviario en España.

Nº5 pág330

Una franquicia es un contrato que consiste en la cesión por parte de una empresa (franquiciador) a empresarios independientes (franquiciados) del derecho a emplear un conjunto de elementos inmateriales, como una marca, un reconocimiento social, la exclusividad de comerciar con un producto en un lugar determinado...

Se explotan en régimen de franquicias marcas como : McDonalds, , Benetton, Amichi, Pans & Company.....todas ellas están en nuestra localidad.

Nº11

<u>Artículo</u>	<u>Segmento de mercado</u>
Videojuegos de ordenador	Niños de familias con un alto nivel adquisitivo
Bebidas isotónicas	Personas que practican deportes
Vehículo monovolumen	Familias con bastantes hijos, con alto nivel adquisitivo.
Libro de texto EOE ^a	Estudiantes de 1º de Bachillerato.

Nº18

La principal diferencia entre un contrato de prácticas y un contrato de formación se debe a la titulación necesaria para poder acceder a él.

- **En el contrato de prácticas**, las personas a las que va dirigido deben tener un título universitario o de formación profesional medio o superior.
- **En el contrato de formación**, no es necesario tener un título.

Nº21

Contrato de prácticas:

- Duración de 6 meses a 2 años.
- Titulación de FP de grado medio o superior, universidad.
- Retribución: el 60% o el 75% del salario fijado en el convenio, sin que pueda ser inferior al salario mínimo interprofesional.

Contrato de formación:

- Duración : de 6 meses a 2 años.
- Requerimientos de los trabajadores jóvenes entre 16 y 21 años, sin título universitario o de formación profesional.
- Obligaciones del empresario: los trabajadores deben recibir unas clases teóricas además de hacer las labores propias para aprender un oficio.

Contrato por tiempo indefinido:

- Duración: no se especifica una fecha determinada para su finalización.
- Incentivos:
 - ♦ Jóvenes entre los 18 y 29 años.
 - ♦ Parados de larga duración, inscritos un año en las oficinas del paro.
 - ♦ Mayores de 45 años de edad.
 - ♦ Minusválidos.
 - ♦ Trabajadores contratados por la misma empresa con contrato temporal.

Contrato a tiempo parcial

- Duración inferior a 8 horas diarias, y con una distribución de horas de trabajo libre.
- Puede ser complementario con otros contratos y ser compatible con el cobro de la prestación por desempleo hasta cierto límite.

TEMA 16 Aspecto De un proyecto empresarial II

Nº 3 pág337

Explica en qué suelen consistir las ayudas públicas a la creación de empresas.

Nº 7 pag340

Elabora el presupuesto de tesorería correspondiente al mes de julio, a partir de la información suministrada. Se prevé que el importe de las compras aumentará un 7% y los otros pagos se evalúan en 54.000um.

Nº9 pág344

Busca información sobre las siguientes formas empresariales:

- Sociedad colectiva.
- Sociedad comanditaria.
- Sociedad Cooperativa.

Nº 12 pag347

Explica qué es la solicitud de certificación negativa de denominación social.

Nº13

El Sr. Manuel decide constituir una sociedad limitada unipersonal con un capital inicial de 2.000.000um.

Calcula la cantidad que tendrá que pagar en concepto de impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados.

Nº14

ZIP-NET INFORMATICA se constituye como una sociedad limitada. El capital inicial será de 240.000 um.

Especifica:

- Los elementos que definen una SL.
- Cuáles son las ventajas y los inconvenientes que tiene esta forma empresarial.
- Detalla los trámites que habrá que efectuar.

Nº16

Considera la actividad de elaboración y reparto de pizzas a domicilio. Argumenta una estrategia de marketing adecuada al producto.

Nº17 PAG 349

Explica qué es la discriminación de precios. Enumera ejemplos donde se observe esta estrategia.

SOLUCION

Nº3

Las ayudas públicas suelen consistir:

- Financiación a fondo perdido.
- Préstamos a tipos de interés inferiores a los vigentes en el mercado.
- Puesta a disposición de servicios de asesoría, administrativos, locales, etc. sin coste.

Nº7

PRESUPUESTO DE TESORERÍA ZIP-NET

Concepto	Julio
Ventas	1.500.000
Otros cobros	120.000
Total cobros	1.620.000
Compras	845.728
Salarios	375.000
Alquiler	100.000
Pago del préstamo	45.000

Otros gastos	54.000
Total pagos	1.419.728
Cobros-pagos	200.272
+/-saldo anterior	184.400
Exceso/necesidad de liquidez	384.672

Nº9

La Sociedad Colectiva. Es una sociedad cuyos socios ponen en común trabajo , capital o ambas cosas y con responsabilidad frente a terceros de forma ilimitada.

Ningún socio puede transmitir su participación en la sociedad sin el consentimiento de los otros.

Pueden existir dos tipos de socios:

- Los que aportan capital y contribuyen en la gestión.
- Socios industriales, que sólo aportan el trabajo y no colaboran con la gestión.

En el nombre de la empresa tiene que figurar el nombre y apellidos de los socios o sólo de uno seguido con la expresión y compañía o su abreviatura y Cía.

El mínimo de socios es de dos y no hay mínimo en el capital social.

La Sociedad Comanditaria. Es una sociedad mercantil donde hay dos tipos de socios:

- Los socios colectivos que tienen la responsabilidad de la gestión de la sociedad y su responsabilidad es subsidiaria, solidaria e ilimitada.
- Los socios comanditarios que no tienen responsabilidad en la gestión y su responsabilidad está limitada a la aportación que hayan hecho a la empresa.

La denominación puede constar el nombre de un socio colectivo pero nunca de uno comanditario, acompañado con la abreviatura S.en C. o S. Com.

La Sociedad Cooperativa

Agrupar personas físicas o jurídicas que tienen intereses o necesidades socioeconómicas comunes. Estas se proponen mejorar la situación económica y social de sus componentes y del entorno comunitario en que se mueven.

La incorporación y la baja de nuevos socios es voluntaria y libre para todo aquél que cumpla las condiciones exigidas para la cooperativa.

Tienen 4 órganos sociales: la Asamblea General, el Consejo Rector, los interventores y el Comité de Recursos.

En la denominación debe incluirse los términos de Sociedad Cooperativa o S.Coop.

Nº12

La solicitud de certificación negativa de denominación social es un trámite que cabe realizar al constituir una empresa para asegurarse que el nombre elegido no coincida con el de alguna otra.

Nº13

La cantidad que tendrá que pagar en concepto del Impuesto de Transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados será el 1% del capital aportado por el Sr. Manuel:

$$1\% \times 2.000.000 = 20.000\text{um}$$

Nº 14

Características de una SL:

- El capital social está dividido en participaciones iguales, indivisibles y acumulables.
- El capital mínimo de una sociedad de responsabilidad limitada es de 3.005,06€
- El capital social debe estar totalmente suscrito y desembolsado en el momento de la fundación.
- La transmisión de participaciones entre los socios es libre.
- El número de socios es ilimitado. Y puede constituirse con un solo socio.
- El nombre de la empresa irá acompañada con las abreviaturas S.L. O S.R.L.

Ventajas

- Es la forma que mejor se adapta a las sociedades pequeñas.
- Se conoce la identidad de los socios, ya que están registrados.
- Los órganos de funcionamiento son más simples que las SA
- La responsabilidad de los socios ante las deudas de la empresa se limita a la aportación realizada.

Inconvenientes

- Las participaciones no pueden transmitirse libremente.
- Las participaciones no pueden cotizar en bolsa.
- No hay ventajas fiscales derivadas de su contratación.
- En algunos casos han de llevar auditoría.

TRAMITES

- Solicitud de certificación negativa de denominación social del nombre.
- Otorgar los estatutos ante notario, para que levante la escritura pública de constitución de la sociedad.
- Pago del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados por un importe del 1% de 240.000um, es decir, de 2.400 um, en un plazo de 30 días hábiles desde aquél en que se ha otorgado la escritura.
- Inscripción en el registro mercantil, que permite que los datos de la empresa se conozcan públicamente.
- Trámites con Hacienda pública, que consiste en la declaración censal y pago del IAE.
- Adquisición de libros obligatorios que se tienen que registrar en el registro mercantil: los libros sociales y la documentación contable.
- Trámites con el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que consiste en la inscripción en la Seguridad Social antes de iniciar las actividades y la comunicación de la apertura del centro de trabajo.

Ver Internet www.ventanillaunicaempresarial.camaravalencia.com

PROP EMPRENDEDORES. VUE de Valencia situada en c/Poeta Querol, 15

Nº 16 PAG 348

Estrategias:

Diseño	Se elegirá una forma de las pizzas distinta a las habituales
Calidad	Se llevará a cabo un proceso de control sanitario de los ingredientes.
Cantidad	Se producirán tres tipos de pizzas: individuales, medianas y familiares.
Envases	Se encargará una cierta cantidad de cajas de cartón y bolsas de plástico con el logotipo de la empresa
Marca	Logotipo con nombre de la empresa.
Opciones	Podrán elegir los ingredientes para formar una pizza a su gusto.

Nº 17 pag 349

La discriminación de precios es una estrategia que consiste en fijar precios diferentes según el comprador. La discriminación puede ser geográfica, por grupos de edad... Ejemplo : las entradas de cine suelen ser inferiores para jóvenes y jubilados

24

Economía y organización

- **Bienes libres**, los que son muy abundantes.
- **Bienes económicos**, los que son escasos en relación con las necesidades o los deseos de las personas y cuya producción es necesaria.

- **Los recursos naturales.**
- **El trabajo.**
- **El capital físico.**
- **La iniciativa empresarial.**

- **Economía planificada** o socialista.
- **Economía de mercado** o capitalismo.

- Compradores
- Y vendedores

- **Mercados de factores.** Las empresas contratan trabajadores y adquieren capital y materias primas. A cambio, ofrecen una remuneración en forma de salarios, alquileres o rentas de capital.
- **Mercados de bienes y servicios.** Son los mercados en los que intercambian bienes y servicios a cambio de un precio

- **Materiales.**
- **Inmateriales.**
- **Y humanos.**

- **Bienes duraderos.** Son los que no se destinan a la venta. Capital fijo.
- **Bienes no duraderos.** Son los que se consumen durante el proceso productivo y los que se destinan a la venta. Capital circulante

- **Carácter y habilidad.**
- **Atribuciones.**

- Relaciones interpersonales.
- Relaciones colectivas.

- Entorno general
- Entorno específico

- Económicos.
- Políticos.
- Tecnológicos.
- Sociales.

- Los proveedores y los suministradores.
- Las entidades financieras.
- Los clientes.
- La competencia.
- La Administración.
- El entorno natural.
- Las infraestructuras.

- El nivel de desarrollo.
- La disponibilidad de materias primas.
- La disponibilidad de mano de obra adecuada.
- El tipo de mercado.
- El nivel de impuestos.
- La legislación en diversas áreas.
- Tipos de interés, inflación, etc.

- Las tendencias ideológicas del gobierno.
- La estabilidad política del país.
- Las políticas adoptadas por otros países.
- La educación y la formación profesional.

- Las creencias religiosas.
- Los sistemas de organización de la producción.
- El sistema educativo.
- La actitud frente a los gastos y el ahorro.
- La actitud frente al trabajo.
- La discriminación por razones de sexo o raza.

- El grupo humano
- El patrimonio.
- La organización.
- El entorno o marco externo.

- Definición de objetivos.
- Diseño del plan de investigación.
- Fuentes de información.
- Obtención de datos.
- Análisis e interpretación de los datos.
- Presentación de los datos.

- Edad.

- Sexo.
 - Actividad.
 - Zona de residencia.
 - Tipos de familia.
 - Nivel de ingresos.
 - Nivel cultural.
-
- **Qué empresas constituyen la competencia a la que será necesario enfrentarse.**
 - **Cuáles son sus características en cuanto a precio, canales de distribución, estructura financiera o marca.**
 - **Qué tipología de productos hay en el mercado, en relación con la similitud al que va a ofrecer la empresa.**
 - **Cuál es el precio al que se venden estos productos en el mercado.**
 -
 - **Distribución en planta de la empresa.**
 - **Especificación del sistema de producción y de sus características: calidad, gestión del almacén, respeto con el medio ambiente...**
 - **Existencia, proximidad y precios de los proveedores.**
 - **Determinación de las partes del proceso y sus requerimientos: maquinaria, equipamientos, locales necesarios.....**
-
- **El organigrama de la empresa.** Se representan gráficamente los diferentes departamentos de la empresa y sus funciones, los niveles de autoridad y los canales de transmisión de la información.
 - **La tipología del puesto de trabajo.** Para cada puesto de trabajo es necesario definir con claridad el tipo de tarea que debe desarrollarse, las condiciones en las que tiene que llevarse a cabo y las características que ha de reunir quien lo ocupe.
 - **El proceso de selección.** Presentar el currículum vitae, contestar los tests. Hacer una entrevista.
 - **El contrato.** Refleja un acuerdo entre trabajador y empresario.

Un contrato incluye las siguientes partes:

- ♦ **El período de prueba.**
- ♦ **La duración de la relación contractual.** Por tiempo indefinido o temporal
- ♦ **El salario.** Remuneración que percibe el trabajador.
- ♦ **El contenido de la prestación.** Qué trabajo hará el trabajador.
- ♦ **La estructura del tiempo de trabajo.** Duración de la jornada, distribución horaria, período de vacaciones, horas extras....

Ver ejemplo pag: 328.

- **Financiación a fondo perdido.**
- **Préstamos a tipos de interés inferiores a los vigentes en el mercado.**
- **Puesta a disposición de los promotores de servicios de asesoría, administrativos, locales...sin coste.**

Empresarios individuales

- Fotocopia del DNI y del NIF.
- Declaración de bienes del solicitante.
- Fotocopia de la declaración de la renta.

Sociedades

- Escritura de constitución y estatutos inscritos en el RM.
- Código de Identificación Fiscal .CIF
- Certificación del registro de la propiedad.
- Garantías personales.

- **El balance de previsión.**
- **La cuenta de resultados.**
- **El presupuesto de tesorería**
- **La rentabilidad del proyecto.**

Conceptos Mes1 Mes2

Ventas

Otros cobros

Total cobros

Compras

Salarios

Alquiler

Pago préstamo

Otros pagos

Total pagos

Cobros – Pagos

+/- saldo anterior

Exceso/ necesidad de liquidez

- S. Civil (C.B.)
- S. Colectiva
- S. Comanditaria.
- S. Limitada.
- S. Anónima.
- S. Cooperativa.
- S. Laboral.
- **Solicitud de certificación negativa de denominación social.**
- **Escritura pública de constitución.**
- **Pago del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados.**
- **Inscripción en el registro mercantil.**
- **Trámites con Hacienda pública.**
- **Adquisición de libros obligatorios.**
- **Trámites con el Ministerio de Trabajo y AS.**
- **Trámites con la Administración Local.**

- **Diseño.**
- **Calidad.**
- **Cantidad**
- **Envase.**
- **Marca.**
- **Opciones.**

SOLUCION