

Emprender una empresa

M^a Paz Martín Díaz



EMPRENDER UNA EMPRESA

M^a Paz Martín Díaz

Autor: M^a Paz Martín Díaz

Maquetación: Patricia Penavella Soto

Imprime: Publicep

ISBN: 978-84-940506-2-6

Depósito Legal: V-2555-2012

Printed in Spain/Impreso en España.

Todos los derechos reservados. No está permitida la reimpresión de ninguna parte de este libro, ni de imágenes ni de texto, ni tampoco su reproducción, ni utilización, en cualquier forma o por cualquier medio, bien sea electrónico, mecánico o de otro modo, tanto conocida como los que puedan inventarse, incluyendo el fotocopiado o grabación, ni está permitido almacenarlo en un sistema de información y recuperación, sin el permiso anticipado y por escrito del editor.

Alguna de las imágenes que incluye este libro son reproducciones que se han realizado acogiéndose al derecho de cita que aparece en el artículo 32 de la Ley 22/18987, del 11 de noviembre, de la Propiedad intelectual. Educàlia Editorial agradece a todas las instituciones, tanto públicas como privadas, citadas en estas páginas, su colaboración y pide disculpas por la posible omisión involuntaria de algunas de ellas.

Educàlia Editorial, S.L.

Avda de les Jacarandes 2 loft 327 46100 Burjassot-València

Tel. 960 624 309 - 963 768 542 - 610 900 111

E-Mail: educaliaeditorial@e-ducalia.com

<http://www.e-ducalia.com/material-escolar-colegios-ies.php>

ÍNDICE

1. EL EMPRENDEDOR Y LA CULTURA EMPRESARIAL

- Características del emprendedor.
- Emprendedor como empresario y como empleado.
- Innovación y desarrollo económico.
- Qué es la cultura empresarial.
- Responsabilidad social de la empresa.
- La imagen corporativa.

2. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- Relaciones de las PYMES con su entorno.
- Análisis del entorno general:
 - o Entorno político.
 - o Entorno económico.
 - o Entorno social.
 - o Análisis tecnológico.
- Análisis del entorno específico:
 - o Competencia.
 - o Proveedores.
 - o Clientes.

3. EL EMPRESARIO

- Requisitos para el ejercicio empresarial.
- Objetivos empresariales.
- Plan de empresa.

4. TIPOS DE EMPRESA

- Clasificación de las empresas.
- Elección de la forma jurídica.
- Las sociedades.

5. TRÁMITES PARA CREAR UNA EMPRESA

- Para adquirir personalidad jurídica.
- Trámites con el Ministerio de Economía y Hacienda.
- Trámites con el Ministerio de Trabajo.
- Trámites con el Ayuntamiento.
- Otros trámites.
- Ayudas y subvenciones.
- Vías de asesoramiento y gestión administrativa externa.

6. LA CONTABILIDAD

- Nociones básicas.
- Balance.
- Análisis del balance: solvencia, liquidez, disponibilidad.

7. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

- El balance previsional y la cuenta de resultados.
- Umbral de rentabilidad.
- Métodos de selección de inversiones.

8. FINANCIACIÓN

- Autofinanciación.
- Financiación externa.

9. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

- Pedido.
- Factura.
- Albarán.
- Letra de cambio.
- Cheque.
- Recibí.

10. OBLIGACIONES FISCALES

- El sistema impositivo.
- Elementos del impuesto.
- Principales impuestos que afectan a la actividad empresarial:
 - I.R.P.F.
 - Impuesto de Sociedades.
 - I.V.A.
 - Otros.

PREFACIO

El objetivo general del módulo “Empresa e iniciativa emprendedora” es crear en el alumnado las inquietudes precisas para lanzarse a emprender y constituir su propia empresa.

Con la obra “Emprender una empresa” queremos ayudar en esta tarea aportando al alumno unos apuntes que recojan de forma sencilla y comprensible los conceptos básicos imprescindibles para poder crear su propio proyecto empresarial.

Los contenidos están adaptados a los requerimientos exigidos por los nuevos Títulos “ L.O.E.” y vienen agrupados en los siguientes bloques temáticos:

- El emprendedor y el empresario
- La empresa
- Contabilidad y viabilidad
- Financiación
- Gestión administrativa y
- Fiscalidad

Para próximas ediciones se prevé completar esta obra con una serie de actividades, la mayoría en soporte informático, a modo de fichas, que con su elaboración simultánea con las explicaciones teóricas pertinentes, permitan al finalizar el curso, obtener un proyecto de empresa completo.

1.1 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Si tuviéramos que definir emprender diríamos que es la acción de comenzar algo, en nuestro caso crear una empresa.

El emprendedor es precisamente la persona capaz de crear esa empresa a partir de una idea, con la cual se transforma la realidad o permite el desarrollo de la sociedad.

Obviamente esto está lleno de dificultades ya que parece que el estado de desarrollo que vivimos hoy nos hace pensar que está todo inventado, pero no es así. Muchas veces la idea que da lugar a un negocio no es algo innovador sino que se adapta a las necesidades de ciertos clientes.

De lo dicho hasta ahora podemos empezar a deducir las primeras características que definen a un emprendedor como son la creatividad y la asunción de riesgos.

La **creatividad** es la habilidad para ver la realidad desde diferentes puntos de vista y permite dar una solución original a un problema.

Siempre que se pone en marcha una idea nueva se asumen una serie de **riesgos** que derivan del desconocimiento de las consecuencias su puesta en práctica.

Pero además todo emprendedor debe de tener una serie de **cualidades**, como son:

- **Iniciativa:** Capacidad para organizar y poner en marcha proyectos nuevos, de los cuales apenas se tiene información.
- **Formación:** Tener los conocimientos científicos precisos para ejecutar la idea.
- **Autonomía:** Habilidad para tomar decisiones de forma independiente.
- **Tenacidad:** Constancia en el trabajo, lo que conlleva no parar hasta que se alcance el objetivo a través de diversos procedimientos.
- **Sentido de la responsabilidad:** Capacidad para asumir nuevas funciones y responder por su ejecución.
- **Autoestima:** Valoración positiva que se tiene de uno mismo y de la capacidad de poder desarrollar un proyecto con éxito.
- **Asertividad:** Habilidad para expresar nuestras ideas sin vulnerar los derechos de los demás.
- **Organización:** Capacidad para prever los recursos necesarios, distribuirlos, encomendar tareas y hacer que funcionen simultáneamente.

- **Trabajo en equipo:** Habilidad para trabajar en cooperación con un grupo de personas.
- **Liderazgo:** Capacidad para influir en los demás.
- **Sentido de la oportunidad:** Cualidad consistente en descubrir un hueco en el mercado o una necesidad sin cubrir y crear y sacar adelante un proyecto para satisfacerla.
- **Capacidad de aprendizaje:** Habilidad basada en el autoaprendizaje.

Pero ser emprendedor no es algo innato, sino que puede provenir de:

- ✓ La educación y la familia. Si estudiamos el pasado de algunos de los emprendedores más exitosos podemos comprobar que ya sus antepasados tuvieron fortuna en el desarrollo de sus proyectos. Las cualidades que describimos antes y que posee todo emprendedor son aprendidas desde la infancia por contacto con otros que también las tienen.
- ✓ Hecho cultural: Determinadas culturas promueven la iniciativa y el riesgo como valores prioritarios. Así sucede en la cultura norteamericana en la que tiene una mayor consideración social el empresario por encima del trabajador por cuenta ajena.
- ✓ Red de acceso a la información: Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (T.I.C) han propiciado la necesidad de nuevos negocios. Además facilitan gran cantidad de información sin tener que desplazarnos, lo que facilita el conocimiento.

1.2 EMPRENDEDOR COMO EMPRESARIO Y COMO EMPLEADO

Cuando se habla de emprendedor parece que pensamos en el empresario que es capaz de crear una empresa, pero hoy en día también se buscan trabajadores con habilidades emprendedoras.

En primer lugar veremos qué define al emprendedor como empresario. Para poner en marcha una empresa necesitamos una serie de recursos productivos, como son mano de obra, maquinaria, materias primas, locales, etc. El empresario es la persona capaz de organizar los mismos para producir el bien o servicio objetivo de la empresa. Es obvio que para realizar esta actividad necesitamos al frente una persona con todas las cualidades que definíamos para ser emprendedor.

El emprendedor como empresario es aquel capaz de hacer realidad una empresa, consiguiendo que los costes de la misma sean inferiores al beneficio obtenido, que es la recompensa que obtendrá por el esfuerzo realizado.

El empresario como emprendedor asume riesgos porque aparte de su trabajo adelanta dinero para adquirir los recursos necesarios para fabricar. El que consiga o no beneficios no depende muchas veces de la “buena voluntad” del emprendedor, sino de una serie de circunstancias ajenas a la propia actividad (respuesta de los clientes, actuación de la competencia, etc.)

Sin embargo en la actualidad en un sistema económico tan globalizado, donde la competencia es cada vez más fuerte, la organización de la empresa ha cambiado y se van abandonando los sistemas de producción individualistas en los que cada trabajador realizaba una parte muy pequeña del trabajo. Pensemos en una cadena de montaje, en la que cada trabajador de la cadena se especializa en una actividad. Este trabajo llega a ser casi automático.

Hoy en día se da prioridad al trabajo en equipo y a sistemas de participación en la toma de decisiones de la empresa. El propietario o empresario no puede tener conocimientos en todas las áreas de actividad económicas y se rodea de un equipo de especialistas que ponen sus conocimientos en común. Por eso es fundamental contar con trabajadores emprendedores.

Estos son capaces de afrontar problemas nuevos y dar soluciones originales que puedan proporcionar a la empresa una ventaja competitiva.

Con el trabajo en equipo los resultados son de mayor calidad, ya que se nutren de los conocimientos y la experiencia de cada uno de los miembros. El trabajo resulta más gratificante al permitirse tomar decisiones sobre el rumbo de la empresa y permite satisfacer las necesidades de socialización que todos tenemos.

1.3 INNOVACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

La innovación está muy relacionada con la creatividad, ya que al igual que esta implica novedad, sin embargo se va más allá, pues conlleva la puesta en marcha de ese producto novedoso.

En un sistema económico en el que la competencia es tan fuerte debido al elevado número de empresas existentes en el mercado, la única forma de conseguir una ventaja sobre los demás es conseguir un producto diferente al de los demás. Esta diferenciación puede venir vía precios (reduciendo costes que la competencia es incapaz de igualar), vía producto (por ofrecer algo nuevo o que es percibido como diferente) o vía valores sociales (producto ecológicos o de comercio justo).

Las empresas que obtienen mayores beneficios son aquellas que cuentan con un departamento de I+D+i, es decir, Investigación, Desarrollo e Innovación. Al comienzo de su actividad supone un elevado coste, pero los resultados se dejarán ver a medio o largo plazo vía beneficios.

La innovación puede ser:

- **Tecnológica:** Creando nuevos productos que satisfacen necesidades hasta ahora insatisfechas o introduciendo modificaciones en los ya existentes que suponen un valor añadido.
- **Organizativa:** Cambios en el sistema de organización de las empresas. Por ejemplo el paso de fabricación en cadenas de montaje a grupos de trabajo, trabajo a turnos, fabricación en función de las demandas del mercado, etc.

- **Social:** Ante productos homogéneos, a veces el único criterio para decantarnos por la adquisición de unos u otros, es porque en su fabricación se respetan ciertos valores para nosotros prioritarios como el respeto al medioambiente o políticas respeto a los derechos humanos. Las organizaciones con fines sociales también se han convertido en fuentes de desarrollo económico al ofrecer servicios a sectores marginados por no ser rentables para las empresas tradicionales.

1.4 QUÉ ES LA CULTURA EMPRESARIAL

La cultura empresarial es el conjunto de normas y valores de la empresa que indican cómo actuar en determinada situación. Indica la manera de ser de la empresa, aportándole personalidad.

Aparece reflejada en la misión, los valores y la política de la empresa.

La misión es la descripción a grandes rasgos de a qué se dedica la empresa.

Los valores son el conjunto de principios que afectan al comportamiento de los trabajadores y la política comprende las líneas de actuación que definen a la empresa y la diferencian de las demás.

La cultura empresarial se refleja en las relaciones de los empleados, en el mobiliario, uniformes, aspecto externo de la empresa (decoración) y en el trato a los clientes, entre otros.

Es aprendida por la experiencia y los conocimientos adquiridos al relacionarnos con el entorno.

Tipos de cultura:

- **Dominante/subcultura:** La **dominante** es aquella cuyos valores centrales comparten todos los miembros de la empresa. La **subcultura** sólo es compartida sólo por algunos departamentos o miembros de la empresa.
- **Rígida/Flexible:** La **rígida** es aquella que se diseña para que perdure durante toda la vida de la empresa. La cultura **flexible** va adaptándose y avanzando conforme lo hace la empresa.
- **Abierta/Cerrada:** La cultura **abierta** toma como referencia los valores predominantes en el entorno de la empresa y los asume como propios, en cambio la cultura **cerrada** no permite intercambio alguno con el exterior.
- **Participativa/Autoritaria:** La cultura **participativa** es adoptada por todos los componentes de la empresa, desde los trabajadores hasta los directivos, mientras que la cultura **autoritaria** es impuesta por la dirección.
- **Innovadora/Conservadora:** La cultura **innovadora** incluye principios de asunción de riesgos en su actuación.
- **Orientada a las personas/orientada al producto.**

La empresa actúa como **factor determinante** de:

- **La estructura organizativa:** nos indica los departamentos en los que se dividen las áreas funcionales de la empresa, la distribución de poder y la toma de decisiones, la especialización, la jerarquía y su organigrama entre otros.
- **Recursos humanos:** cómo se hará la selección de personal, tipo de contratos, forma de retribuir al personal, promoción, formación continuada, motivación...
- **Liderazgo:** Establecen las principales características de la cultura con su ejemplo, como la puntualidad, limpieza, etc.

La cultura de la empresa puede responder a alguno de los siguientes **modelos**:

- Cultura de mercado: Entre los valores predominantes están la competitividad. La organización se basa en el resultado, es decir, aumentar la cuota de mercado y mejorar la posición de la empresa. Sus líderes se caracterizan por ser exigentes con sus subordinados y por fomentar la competitividad.
- Cultura de clan: Sus valores son la lealtad, la participación y el trabajo en equipo. Se considera a los miembros de la empresa como una gran familia. Sus miembros están muy cohesionados. Prima la satisfacción de los trabajadores frente a los resultados de la empresa. Sus líderes son muy paternalistas, toman en consideración los sentimientos de sus subordinados pero quien toma la decisión es el líder.
- Cultura jerárquica: Los valores predominantes son la seguridad en el trabajo, los incentivos salariales y la promoción. El éxito de la empresa radica en una adecuada planificación y en la disminución de costes. El líder es muy controlador, define qué hacer, cómo y cuándo. Aunque se preocupa por la cohesión, pero siempre que no se extralimiten las reglas fijadas.
- Cultura ad-hoc: Valores que asume son la creatividad, innovación e iniciativa. El éxito radica en la elaboración de nuevos productos. El líder debe fomentar la creatividad de unos trabajadores emprendedores y capaces de asumir riesgos.

Los **mecanismos** que se utilizan para transmitir la cultura empresarial son:

- **Normas:** Descripción del comportamiento a seguir ante determinadas situaciones. Pueden reflejarse por escrito o estar basadas en la costumbre.
- **Símbolos:** Signos seleccionados arbitrariamente que sirven de elementos comunicativo externo. Por ejemplo un coche de empresa.
- **Ceremonias:** Eventos que realiza la empresa y donde hay que seguir cierto protocolo.

- **Mitos:** Rumores sobre lo que ha sucedido en un pasado. Resuelven dudas sobre la seguridad/inseguridad en el trabajo o la justicia o arbitrariedad en la aplicación de sanciones.

1.5 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

La empresa al actuar en un entorno abierto es posible que su actuación provoque daños a la sociedad y por ello debe responder. Esto es lo que se conoce como responsabilidad social de la empresa.

Pero no sólo provoca daños, sino también beneficios al generar puestos de trabajo, lo que crea riqueza para la sociedad, pues esto conlleva la apertura de nuevas empresas y entidades que ofrecen servicios alrededor.

El balance social es un documento que realizan las empresas en las que se recogen los beneficios que su puesta en marcha conlleva para la sociedad y lo compara con los costes sociales de la misma.

Entre los **beneficios sociales** tenemos:

- Aparte de la creación de puestos de trabajo y la creación de riqueza anteriormente señalada,
- Acciones sociales como guarderías para los hijos de los empleados, comedores o economatos, etc.
- Donaciones a entidades sin ánimo de lucro.

Entre los **costes sociales** que conlleva encontramos:

- Contaminación mediambiental. La actividad de producción puede generar ruidos, gases, explosiones, incendios que en caso de accidente pueden provocar graves daños a ríos, mares, flora y fauna, etc. Desde 2007 aparece legislado el principio “quien contamina paga”.
- Dificultades de conciliación de la vida laboral y familiar, por la rigidez en jornadas y horarios, permisos limitados de maternidad y paternidad, excedencias para cuidado de familiares, etc.
- Enfermedades profesionales: A pesar de las medidas de prevención de riesgos laborales que tome la empresa es imposible reducir el riesgo al 100%, con lo que la actividad laboral puede producir a largo plazo la aparición de enfermedades.
- Reducción de recursos naturales no renovables llevando en casos extremos hasta su desaparición. Por ejemplo la tala de árboles indiscriminada.

1.6 LA IMAGEN CORPORATIVA

Es la imagen que el exterior tiene de la empresa. Se puede transmitir de forma intencionada a través del marketing o de forma espontánea, por observación de los agentes sociales, a través de noticias sobre el estado de la empresa o informaciones de los propios empleados.

La imagen intencional se transmite a través de la publicidad con la finalidad de posicionar su producto en el mercado y darse a conocer, ya que proporciona confianza que se asocia a calidad.

La imagen corporativa se transmite a través de:

- **SÍMBOLOS:** Se incluyen los logotipos, marcas, colores y eslóganes que recuerda el consumidor y utiliza la empresa como identificador.
- **MEDIOS ESCRITOS Y AUDIOVISUALES:** Folletos, anuncios en radio, prensa, televisión e internet.
- **ACONTECIMIENTOS:** Patrocinio de competiciones deportivas, espectáculos públicos o asociaciones de interés social sin ánimo de lucro.
- **ATMÓSFERA:** Se ofrece a través de los locales de la empresa o el mobiliario entre otros.