

FAG. 1ª EVALUACIÓN

- 1.1. El espíritu emprendedor
- 1.2. La idea de negocio
- 1.3. La innovación
- 1.4. La empresa: concepto, elementos y objetivos.
- 1.5. La responsabilidad social empresarial
- 1.6. La forma jurídica
- 1.7. Tipos de formas jurídicas
- 1.8. La puesta en marcha: trámites legales
- 1.9. Organización de la empresa

1.1. EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

¿Qué es un emprendedor?

Un emprendedor es aquella persona que convierte una idea en un proyecto concreto y lo lleva a cabo, generando algún tipo de innovación en el entorno y asumiendo los riesgos que dicho proyecto conlleva.

Tipos de emprendimiento

- a. **Personal:** surge cuando una persona se asigna una meta personal, la cual persigue para superarse a sí mismo.
- b. **Social:** se produce cuando se busca una meta común para el beneficio de la sociedad. Repercute en la mejora de la calidad de vida y el bienestar común.
- c. **Productivo:** se realiza cuando se emprende en un campo profesional en busca de beneficios.

Características de un emprendedor

- a. Creatividad e innovación
- b. Honradez y empatía
- c. Habilidades sociales
- d. Organizado y responsable
- e. Trabajador
- f. Autoconfianza y autocrítica
- g. Persistencia
- h. Gestionar el riesgo
- i. Flexible
- j. Autonomía
- k. Liderazgo
- l. Motivación

¿Qué es el espíritu emprendedor?

El espíritu emprendedor es una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir algo valioso.

¿Por qué es importante el espíritu emprendedor?

Gracias a las personas con espíritu emprendedor...

- a. Se fomenta la innovación y la competitividad
- b. Se crea empleo y oportunidades de trabajo.
- c. Contribuye al desarrollo de la sociedad.
- d. Los emprendedores sacan partido a su potencial individual.

Motivos para emprender un negocio

- a. Querer ganar más dinero
- b. Encontrar empleo
- c. Ser nuestro propio jefe
- d. Dejar empresa en la que no estamos bien
- e. Ofrecer un bien o servicio a la comunidad
- f. Satisfacción personal

1.2. LA IDEA DE NEGOCIO

¿Qué es una idea de negocio?

Una idea de negocio es aquella que trata de **resolver un problema o cubrir una necesidad insatisfecha** de forma creativa e innovadora mediante la creación de un bien o servicio que satisfaga esa necesidad.

Características de la idea de negocio

Toda idea de negocio debe:

- a. **Ser útil:** resolver un problema o cubrir una necesidad.
- b. **Ser innovadora:** diferenciarse de la competencia introduciendo una mejora o un cambio.
- c. **Tener demanda:** tener clientes potenciales que lo compren.
- d. **Ser rentable:** los ingresos por ventas son mayores que los costes.

Estructura de una idea de negocio

Una idea de negocio se estructura en 4 partes:

1. Problema o necesidad

Hay que definir un problema que quieres resolver o una necesidad que esté insatisfecha y quieras mejorar.

- **Necesidades:** imagen personal, deporte, comida, información, relaciones sociales, cuidado de personas, etc.
- **Problemas:** accidentes de tráfico, cuidado de niños, falta de información, falta de tiempo, falta de dinero, contaminación, inseguridad, desahucios, suciedad, soledad, enfermedades, inundaciones, sequías, etc.

2. Producto

Es la solución al problema. Puede ser un bien (mochila o bici), un servicio (psicólogo o clases particulares), una app, una web, una pulsera, etc.

3. Propuesta de valor

Se trata de enumerar los beneficios (ventaja competitiva) y el valor que el producto aporta al cliente. Calidad, precio, diseño, servicio, material, trabajadores, instalaciones, situación de la tienda, local, etc.

4. Clientes potenciales

Son las personas o empresas a las que va dirigido el producto

¿Cómo surgen las ideas de negocio?

- **Identificación de problemas o necesidades de nuestro entorno**
- **Aficiones o hobbies de los promotores**
- **Formación o estudios de los trabajadores**
- **Experiencia profesional, personal...**
- **Productos exitosos en otros países**
- **Tendencias:**
 - a. **Preocupación por el medioambiente (las 3 R)**
 - b. **Nuevas tecnologías**
 - c. **Mascotas**
 - d. **Modas**
- **Cambios en los gustos, hábitos y necesidades de las personas:**
 - a. **Compra online**
 - b. **Aumento de la esperanza de vida**

1.3. I+D+i

Concepto

La I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) es el gasto que realizan las empresas en adquirir conocimientos que puedan ser aplicados a crear o mejorar productos o procesos productivos.

Importancia de la I+D+i

Es muy importante porque:

- a. Es clave para el progreso técnico (mejora tecnológica) y que la sociedad siga avanzando.
- b. Permite a las empresas obtener **ventajas competitivas** mediante dos vías:

- **Diferenciación:** conseguir un producto mejor que el de sus rivales.
- **Liderazgo en costes:** producir más barato que los rivales permite bajar los precios.

Con ambas ventajas las empresas consiguen más ventas y mayores beneficios. Las empresas destinan parte de estos beneficios a seguir invirtiendo en I+D+i.

La I+D+i implica un alto coste y una gran incertidumbre sobre su rentabilidad, pero es una fuente de riqueza y desarrollo social. Por ello, los Gobiernos tratan de potenciar estas actividades a través de subvenciones, deducciones de impuestos, préstamos blandos, etc.

Clases de innovación

a. Incremental

Supone modificar y mejorar productos o modelos de negocio que ya existen en el mercado.

Leche desnatada, con omega3, con calcio, leche de soja. Solicitar un taxi por una app.

b. Disruptiva

Implica lanzar productos o modelos de negocio rompedores que transforma por completo una industria y genera otra, totalmente nueva.

La aparición de los móviles supuso la eliminación progresiva de las cabinas telefónicas en las calles.

Otra clasificación de innovación se refiere hacia el elemento que se modifica. Las tres formas de innovar, son:

a. Innovación en producto

Consiste en crear nuevos bienes o servicios, o modificar los existentes. ¿La razón? Sorprender a sus clientes y atraer a nuevos consumidores. *Restaurantes que ofrecen cenas a oscuras, entradas para cine "a ciegas",*

b. Innovación en los procesos

Consiste en introducir nuevas formas de producir o mejoras de las existentes, para incrementar el nivel de eficiencia de la empresa. *Cajas de autopago o de autoescáner en centros comerciales*

c. Innovación en el marketing

Consiste en presentar de una forma original y creativa un producto. Su objetivo es sorprender y buscar que los propios consumidores difundan el mensaje. Por ejemplo, marketing viral, marketing olfativo, street marketing...

d. Innovación en la organización

Consiste en introducir cambios en la gestión empresarial y en la política de recursos humanos.

1.4. LA EMPRESA: CONCEPTO, ELEMENTOS Y OBJETIVOS

¿Qué es una empresa?

Es una organización económica que combina los factores productivos (tierra, capital y trabajo) para producir bienes y servicios y satisfacer necesidades. Todo ello es dirigido por el empresario que asume un riesgo.

¿Cuáles son los elementos o componentes de una empresa?

Para poder desarrollar su actividad, la empresa necesita los siguientes elementos:

1. Grupo humano

Se divide en 2 grupos:

- **Interno:** trabajadores, accionistas y directivos.
- **Externo:** clientes, los proveedores, la Sociedad y el Estado.

2. Elementos materiales

La empresa necesita una serie de bienes para poder desarrollar su actividad. Estos bienes se clasifican en:

- **Activo no corriente**
Bienes ligados a la empresa de forma duradera (más de 1 año) y que permiten a la empresa realizar su actividad. Maquinaria, herramientas, instalaciones...
- **Activo corriente**
Bienes ligados al ciclo de explotación (menos de 1 año) y que cambian continuamente. Materias primas, dinero, mercaderías, etc.

3. Organización

Conjunto de relaciones de autoridad, de coordinación y de comunicación entre el grupo humano necesarias para alcanzar los objetivos de forma eficaz.

4. Entorno

Es aquello que rodea a la empresa y le afecta. Los factores del entorno que afectan a la empresa pueden ser:

- a. **Generales:** afectan a todas las empresas por igual como situación económica.
- b. **Específicos:** afectan a empresas de un mismo sector como el nº de competidores.

¿Qué objetivos puede tener una empresa?

1. Maximizar beneficios

La empresa busca maximizar sus beneficios aumentando sus ingresos y disminuyendo sus costes.

- $B^0 = \text{Ingresos} - \text{Costes}$

2. Maximizar rentabilidad

La empresa también busca obtener la máxima rentabilidad sobre el capital invertido.

- $\text{Rentabilidad} = \text{Beneficio} / \text{Capital Invertido} \times 100$

3. Estabilidad y adaptabilidad

La empresa puede buscar mantenerse en el mercado, o adaptarse a los cambios del entorno para sobrevivir.

4. Crecimiento

Una vez estabilizada, la empresa busca crecer para tener más poder, valor y prestigio.

5. Responsabilidad social (RSE)

Ante la mayor conciencia social de los consumidores, las empresas tratan de proteger el medioambiente y cuidar a los trabajadores, clientes y sociedad... con el fin de mejorar su imagen.

1.5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Los costes sociales

Los costes sociales son aquellos provocados por las empresas, pero soportados por toda la sociedad sin que las primeras paguen por ellos. Estos costes sociales también se llaman **externalidades negativas**.

Responsabilidad social de la empresa (RSE)

Los consumidores cada vez valoran más a las empresas responsables socialmente. Por ello, muchas empresas han adoptado la RSE como una estrategia que les haga mejorar su imagen y así vender más. *Por ello cada vez vemos más empresas que dan publicidad a sus envases ecológicos, donaciones a la sociedad etc.*

La RSE se define como el conjunto de obligaciones y compromisos que la empresa asume para cuidar y mejorar los impactos que su actividad tiene sobre los siguientes **ámbitos**:

- **Sociedad**: compromiso con el desarrollo económico, social y cultural de la zona donde actúan, generando empleo y riqueza, pagando impuestos...
- **Trabajadores**: cooperación, motivación y participación de los trabajadores, mejora de las condiciones laborales.
- **Clientes y consumidores**: respeto a los derechos de los consumidores, claridad y fiabilidad en la información de los productos que venden.
- **Medioambiente**: adopción de medidas que reduzcan el impacto en el medioambiente: consumiendo menos energía, haciendo un tratamiento adecuado de los residuos, creando envases ecológicos...

1.6. ¿CÓMO ELEGIR LA FORMA JURÍDICA?

La elección de la forma jurídica dependerá de las características que necesiten los socios. Se tienen en cuenta los siguientes factores:

1. Personalidad física o jurídica

- **Personalidad física**: la empresa y persona SON LO MISMO. Los derechos y obligaciones de la empresa coinciden con los de la persona.
- **Personalidad jurídica**: la empresa y persona NO son lo mismo. La empresa tendrá sus propios derechos y obligaciones diferentes a las personas físicas que la integran.

2. Número mínimo de socios

El número mínimo de socios puede ser 1, 2, 3...

3. Aportaciones de dinero (capital) mínimas que deben hacer los socios al inicio

La aportación inicial puede ser 0, 3.000, 60.000 €.

4. Responsabilidad de los socios

La responsabilidad de los socios ante deudas puede estar limitada o ilimitada al capital aportado.

5. Transmisión: venta de una parte de la empresa.

La venta de una parte de la empresa puede ser libre (a cualquiera) o restringida (requiere consentimiento de los otros socios)

6. Pago de impuestos: fiscalidad

Las empresas pueden pagar el IS o el IRPF por los beneficios obtenidos.

1.7. FORMAS JURÍDICAS

Forma juríd.	Características	Ventajas	Inconvenientes
Autónomos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personalidad física. 2. Persona física realiza una actividad empresarial por cuenta propia: controla y dirige la empresa. 3. No exige capital mínimo. 4. Responsabilidad ilimitada. 5. Tributa por el IRPF. 6. Adecuado para negocios pequeños y escasa inversión inicial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El empresario controla la empresa 2. Pocos trámites 3. Rentable para pequeños negocios sin grandes beneficios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El empresario gestiona la empresa y hace frente en solitario a todos los gastos. 2. La responsabilidad es ilimitada. 3. Si obtiene muchos beneficios, los impuestos a pagar son elevados.
Sociedad Limitada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personalidad jurídica. 2. Sociedad mercantil y capitalista 3. Capital mínimo es de 3.000€ y está dividido en participaciones. 100% desembolsado. 4. Tributa por el Impuesto de sociedades. 5. Transmisión de las participaciones es restringida (requiere consentimiento). 6. Sociedad adecuada para empresas pequeñas y familiares. 7. Órganos de gobierno: junta general y administradores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La responsabilidad de los socios es limitada. 2. Capital inicial bajo. 3. La puede crear un solo socio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La transmisión de participaciones está restringida. Limita el crecimiento. 2. Trámites más complejos 3. Se necesita un % alto de participaciones para tener poder de decisión en la gestión.
Sociedad Anónima	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sociedad mercantil y capitalista. 2. Capital mínimo es de 60.000€ y está dividido en acciones. Desembolso mínimo 25%. 3. Responsabilidad de los socios está limitada al capital aportado. 4. Número mínimo de socios es 1. 5. Tributa por el Impuesto de sociedades. 6. Transmisión de las participaciones es libre. 7. Sociedad adecuada para grandes empresas. 8. Órganos de gobierno: junta general y administradores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La responsabilidad de los socios es limitada. 2. Libre transmisión de acciones: el accionista puede vender sus acciones con libertad 3. Gran capacidad para obtener financiación. 4. Posibilita la contratación de directivos profesionales y facilita la continuidad de la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se necesita un capital mínimo importante (60.000€). 2. Trámites más complejos 3. Requiere una organización más compleja.

<p>Sociedad Cooperativa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asociación de personas físicas o jurídicas, con intereses comunes 2. Capital mínimo se fija en los estatutos. 3. Responsabilidad de los socios es limitada al capital aportado. 4. Tributa por el impuesto de sociedades. 5. Nº mínimo de cooperativas es de 3 (primer grado) y de 2 (segundo grado). 6. La transmisión es libre. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los socios participan más y es la más democrática (una persona, un voto) 2. Existen ayudas especiales y se pagan menos impuestos. 3. El principal objetivo suele ser el empleo de sus miembros. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se necesita una gran relación entre los socios 2. Los trámites son más complejos. 3. Hay que crear cada año un fondo de reserva obligatorio.
------------------------------------	---	--	---

Derechos de los socios en sociedad limitada y sociedad anónima

1. Participar en el reparto de beneficios (dividendos activos) y en el patrimonio resultante de la liquidación de la sociedad.
2. Derecho preferente de suscripción en la emisión de participaciones o acciones nuevas.
3. Asistencia y voto en la Junta General (el número de votos es proporcional al número de participaciones).
4. Información sobre los asuntos a tratar en la Junta para poder emitir el voto.

1.8. PUESTA EN MARCHA: TRÁMITES LEGALES

Trámite		Organismo
Constitución	Certificación negativa del nombre de la sociedad	Registro mercantil central
	Número de identificación fiscal	Agencia tributaria
	Escritura pública	Notaria
	Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos	Consejería Hacienda de Comunidad Autónoma
	Inscripción de la empresa	Registro mercantil provincial
General	Censo de empresarios y profesionales	Agencia tributaria
	Impuesto sobre Actividades Económicas	Agencia tributaria
	Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)	Tesorería General de la Seguridad Social
	Alta de los socios y administradores en la Seguridad Social	Tesorería General de la Seguridad Social
	Legalización del libro de visitas, libro diario, inventario y cuentas anuales	Registro mercantil provincial
Actividad	Licencia de obras y actividad.	Ayuntamiento
En caso de contratar a un trabajador	Inscripción de la empresa	Tesorería General de la Seguridad Social
	Afiliación de trabajadores	Tesorería General de la Seguridad Social
	Alta de los trabajadores	Tesorería General de la Seguridad Social
	Alta de los contratos de trabajo	Servicio Público de Empleo Estatal

1.9. Organización de la empresa

Concepto

Consiste en definir las tareas que se van a desarrollar, dividir y distribuir el trabajo entre las personas que las van a realizar, determinar las relaciones que deben existir entre ellas y fijar sus responsabilidades, con la intención de conseguir los objetivos previstos de la forma más eficaz.

Áreas funcionales de la empresa: Departamentos

Los principales Departamentos de una empresa, son:

A. Área de inversión y financiación

El área de **financiación** se encarga de obtener el dinero con las mejores condiciones y el área de **inversión** se encarga de aprobar en qué se va a invertir todo ese dinero.

B. Área de producción

Es la encargada del aprovisionamiento de las materias primas y de llevar a cabo toda la producción.

C. Área comercial

Se encarga de investigar el mercado y conocer los gustos de los consumidores. También se encarga del marketing: ventas, publicidad, promociones, etc.

D. Área de recursos humanos

Se encarga de contratar a los trabajadores, formarlos y motivarlos. También gestiona las nóminas, contratos...

Organigrama

Es la representación gráfica de la estructura organizativa de las empresas. Permite conocer las **relaciones** que existen entre los distintos departamentos, la **jerarquía** y la **posición** que ocupa cada trabajador. Debe estar actualizado y ser claro y sencillo.

