



módulo **ocupacional**

► de creación de empresas ◀

XUNTA DE GALICIA

MÓDULO

OCUPACIONAL

DE CREACIÓN

DE EMPRESAS

XUNTA DE GALICIA

Edita: **Xunta de Galicia**
Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais
Dirección Xeral de Formación e Colocación

Elaboración: **Fundación Ronsel**

Edición: 2ª Edición

Imprime: **Grafisant, s.l.** - Santiago de Compostela

Depósito legal: **C-1076/05**



PRESENTACIÓN

A *formación profesional ocupacional* é unha formación especializada en conseguir a inserción laboral dun desempleado, outorgándolle os coñecementos e aptitudes necesarias para ese obxectivo.

É, polo tanto, unha formación viva que se atopa en evolución permanente para así responder ás necesidades que o mercado laboral demanda.

Dende esta característica da FPO (*formación profesional ocupacional*) e dende a súa constante necesidade de adaptación ao contorno social, económico e laboral nace o **Módulo Ocupacional de Creación de Empresas**, tendo agora un manual nas súas mans que leva por título *Educación para o autoemprego*.

Con este módulo tratamos de optimizar aínda máis a imprescindible ferramenta que a FPO supón para a creación de emprego, outorgándolle un cariz ocupacional do que, até agora, carecía de forma específica; isto é, o perfil do alumno como potencial emprendedor.

Trátase, máis ca de formar, de informar ao alumno destes cursos, das importantes medidas de apoio que se ofrecen, principalmente dende as entidades públicas, aos novos emprendedores e así espertar ese espírito empresarial que, estamos seguros, posúen moitos dos que reciben formación ocupacional.

Esta información consegue liberar de interferencias a visión do proceso de creación dunha empresa, o que logramos a través da elaboración dun itinerario no que o futuro empresario pode desenvolver, claramente enumerados e perfectamente explicados, todos os pasos precisos ata a posta en marcha da empresa.

Todo isto outorga a este módulo o valor engadido de descubrir potenciais creadores de emprego dentro dun colectivo que necesita do impulso dunha nova e ilusionante perspectiva, a perspectiva do emprego por conta propia.

Nesta segunda edición preténdese afondar naqueles aspectos técnicos que suscitaron máis debate no decurso da impartición deste módulo durante o ano 2004.

Así mesmo, queremos incidir na importancia de expoñer un enfoque de microempresa no procedemento de planificación empresarial.

De non existiren persoas con ilusións, proxectos e ambicións, non haberían posibilidades de crecemento social, laboral e económico para todos os que compartimos esta sociedade. O presente manual vai dedicado a todos eles.



ÍNDICE

1. Presentación	5
2. Unidade didáctica I: Contorno da empresa	9
▪ O contorno xeral da empresa	10
▪ O contorno específico da empresa	25
3. Unidade didáctica II: Formulación, maduración e avaliación de ideas empresariais	35
▪ Formulación de ideas empresariais	44
▪ Maduración de ideas empresariais	46
▪ Avaliación de ideas empresariais	56
▪ Proceso de creación dunha idea de empresa	59
4. Unidade didáctica III: Planificación da empresa	65
▪ Consideracións xerais:	66
▪ Que é un plan de empresa?	75
▪ Obxectivos do plan de empresa	77
▪ Descrición técnica do contido do plan de empresa	79
▪ Exemplos prácticos do plan de empresa	98
5. Unidade didáctica IV: Directorio e liñas de axuda	153
▪ A creación de empresas e as axudas públicas	155
▪ Sociedade Limitada Nova empresa (SLNE)	195
▪ Fontes de información para a creación de empresas	198
6. Unidade didáctica V: Titorización e consultoría	209
Rede de técnicos de emprego	210



UNIDADE DIDÁCTICA I CONTORNO DA EMPRESA

“Europa necesita fomentar o dinamismo empresarial dun modo máis eficaz. Necesita máis negocios novos e prósperos que desexen beneficiarse da apertura do mercado e embarcarse en empresas creativas ou innovadoras de explotación comercial a maior escala”.

Libro verde *O espírito empresarial en Europa*, Bruxelas, 21 de xaneiro de 2003

INTRODUCCIÓN

Para podermos analizar un correcto achegamento á problemática asociada á creación dunha empresa, consideramos que é necesario partir dunha **definición de contorno**.

No 2000, o **Consello Europeo de Lisboa** definiu os seus obxectivos en cuestión de emprego, reforma económica e cohesión social. Para o 2010 a Unión Europea preténdese *converter na economía baseada no coñecemento máis competitiva e dinámica do mundo, capaz de medrar economicamente de xeito sustentable con máis e mellores empregos e con maior cohesión social*.

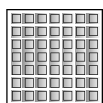
O concepto de **contorno xeral** e o concepto de **contorno específico** van afectar de forma decisiva ao éxito do noso proxecto de creación de empresa.

O **espírito empresarial** é a actitude e o proceso de crear unha actividade económica combinando a asunción de riscos, a creatividade e a innovación cunha xestión sólida, nunha organización nova ou nunha xa existente.

OBXECTIVOS

Co desenvolvemento desta unidade didáctica preténdese:

- Que o alumnado do Plan FIP valore internamente a posibilidade de **inserción laboral por conta propia**.



- Que o alumnado do Plan FIP comprenda a **definición conceptual de empresa**.
- Que alumnos e alumnas do Plan FIP reflexionen sobre o **contorno social, económico, laboral e xurídico** que afecta á creación de empresas.

O CONTORNO XERAL DA EMPRESA

“Se vostede non sabe onde quere ir, o máis probábel é que xamais consiga chegar a ningunha parte”

Mark Fisher

A capacidade competitiva das empresas vén determinada en gran medida polo seu contorno.

O contorno xeral onde se desenvolve unha empresa é aquel conxunto de factores de carácter económico, político, normativo, xeográfico, social, cultural e tecnolóxico que afecta, ou pode afectar, á súa actividade, aos seus clientes ou provedores, etc., de modo que o seu coñecemento e análise se converten en elementos esenciais na realidade do empresario.

A competitividade xeral da economía vai determinar en gran medida a competitividade da propia empresa.

A converxencia macroeconómica nos países membros da UE permite afrontar nun marco de estabilidade a competencia entre empresas.

ARTICULACIÓN MACROECONÓMICA

“Sete de cada dez novas empresas que se crean na comunidade galega pechan antes de cumprir os catro anos de vida. A falta de acceso a boas fontes de financiamento ou non ter deseñado unha planificación da estratexia do negocio son as dúas causas máis comúns de mortalidade”. Estes e outros datos expuxéronos expertos reunidos por Radio Voz en Santiago para falar sobre a realidade da cultura emprendedora. Gustavo Marcos Cancelas, xerente de Uninova (o viveiro de empresas da Universidade de Santiago de Compostela) asegurou que *a elevada taxa de mortalidade de novos negocios*

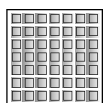


explícase, na súa maioría, por un mal asesoramento dos promotores. Cando se axuda a un emprendedor, cando se planifica, o nivel de mortalidade baixa moito dese 70% nos catro primeiros anos; nós, en Uninova, estamos a falar dunha supervivencia do 80%.

Os datos de estudos oficiais revelan que máis do 95% dos estudantes universitarios galegos manifiestan ao seu titular que a súa única opción é traballar por conta allea. Dende hai xa anos, tanto desde a Administración galega como as universidades comezaron a potenciar a cultura emprendedora e a defenderen o autoemprego coma saída laboral ao concluíren os estudos. De feito, os expertos consideran que unha das grandes alternativas para reducir a taxa de paro é fomentando a creación de negocios porque o tecido empresarial existente é incapaz de absorber toda a demanda de desempregados. O foro organizado por Radio Voz en Santiago contou tamén coa presenza de Jorge Barros de la Peña, subdirector xeral de Apoio á Contratación e Emprendedores, e de Pablo Gens Montes, coordinador das relacións entre a empresa e mais a Universidade da Coruña. Gens expuxo no encontro que, aínda que as cousas están a cambiar, existe un medo cultural ao fracaso. Este experto, xunto co subdirector xeral Jorge Barros, coincidiron en sinalar que salvo que sexa unha experiencia moi traumática, a posta en marcha dun negocio, aínda que logo peche, sempre deixa unha experiencia, unha lección positiva. Neste senso, tanto a Administración galega como as universidades consideran que é boa a posta en marcha de empresas porque existe mercado e negocio e non porque haxa axudas públicas. Actualmente, o IGAPE e Bic-Galicia teñen identificadas na comunidade máis de 260 áreas susceptibles de acoller novas empresas. Para vencer o medo ao risco que existe entre a mocidade, os expertos consideran moi importante que os emprendedores no arrisquen todo o seu patrimonio.

A pesar de que máis do 95% dos universitarios seguen manifestando que prefiren traballar por conta allea, o certo é que o número de emprendedores, aínda que paseniñamente, aumenta cada vez máis. Arestora, na universidade compostelá créanse entre 10 e 20 empresas ao ano e a media é que cada unha delas crea entre catro e cinco postos de traballo.

Para seguir fomentando o espírito innovador, a Xunta e as tres universidades galegas organizaron entre os días 29 de novembro e o 3 de decembro a *IV Semana Galega do Emprendedor*, un foro que se celebrou nos sete campus que existen na comunidade galega. O obxectivo deste foro era dar



a coñecer á mocidade os aspectos máis importantes que rodean a creación e xestión diaria dun negocio.

La Voz de Galicia, Economía, 27 de novembro de 2004

A MICROEMPRESA E O AUTOEMPREGO

A conselleira de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, Belén Prado Sanjurjo, destacou, durante a entrevista publicada no Boletín Informativo núm. 58 da Federación de Autónomos de Galicia, a importancia dos empresarios autónomos galegos para a economía da Comunidade, posto que supoñen o 65% do PIB autonómico e son responsábeis do 80% do emprego privado.

EMPREGO

“Unha das metas principais é impulsar as políticas activas de emprego, promovendo especialmente a contratación entre os colectivos feminino e xuvenil e impulsando os proxectos empresariais en zonas rurais, ademais do autoemprego”.

“Elaborouse un conxunto de programas de apoio a emprendedores que ofrecen axudas económicas para a posta en marcha de pequenos proxectos empresariais, axudas que se incrementan cando as beneficiarias son mulleres, precisamente por seren un colectivo con maiores problemas de acceso ao mercado de traballo”.

“É unha prioridade que as mulleres, entre elas as emprendedoras, poidan facer compatible a súa profesión de empresarias cunha vida familiar plena, pois empresa e familia son dúas realidades que en moitos casos chocan entre si. Emporiso, estamos a axudalas para que poidan ser substituídas á fronte dos seus negocios nos períodos de maternidade e para que contraten traballadores do fogar para atender aos fillos ou persoas dependentes que teñan ao seu cargo”.

Belén Prado Sanjurjo

Conselleira de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais



Cara ao pleno emprego?

Un dos síntomas máis positivos da nosa economía é o descenso do paro, que se reduciu incluso en anos difíciles como o 2001 e o 2002. Esta evolución vaise manter e probablemente a repuntar o vindeiro ano. Segundo a Fundación BBVA, o descenso continuo do paro manterase deica o ano 2006, onde España se situará no 7%, o seu nivel máis baixo nos últimos anos. No seu informe ***El cambio sectorial y el desempleo en España***, la Fundación BBVA sinala que a gran fonte de emprego nos próximos anos vai ser o sector servizos, que acollerá ao 65% da poboación no 2006. Pola contra, advirte do previsíbel descenso de emprego na construción e a industria, e calcula que se han destruír entre 30.000 e 50.000 empregos ao ano, mentres se produce o cambio sectorial. Iso si, a cambio prevese a creación entre un millón e un millón e medio de empregos nos vindeiros tres anos.

Os licenciados cualificados acadarán practicamente o pleno emprego (92%) aínda que tamén van aumentar as dificultades para os non cualificados, que deberán potenciar a súa formación. Entre os primeiros, os cualificados, os que van ter máis fácil atopar emprego son os profesionais do ensino, os físicos, químicos, matemáticos e enxeñeiros. Tampouco terán problemas aqueles que traballen en servizos financeiros, os comerciais e mais os administrativos. Entre os empregos menos cualificados, haberá boas oportunidades na restauración, o servizo doméstico e a construción.

Competitividade

“O investimento extranxeiro en España vén caendo nos últimos anos (un 42% no primeiro semestre do 2004) As exportacións non rematan de se recuperar (no 2003 e o 2004 medraron algo máis do 5%, fronte ao aumento de dous díxitos que experimentaron de media nos 90) Son síntomas que evidencian que estamos perdendo competitividade.”

Revista *Emprendedores*, núm. 58 xaneiro do 2005



Inflación

“O alto nivel de subida de prezos fronte a outros países europeos –o 3,3% no 2004, un punto máis cá media na UE– resta competitividade aos produtos (de feito, as importacións veñen crescendo o dobre que as exportacións) O traslado desta suba da inflación aos soldos eleva os custos salariais (un 3,4% no 2003) o que unido a outros factores, como un maior número de horas traballadas, incrementa os custos laborais (3,7% o ano pasado)

As solucións deberían vir de diversos eidos, mais fundamentalmente se apuntan dous. O primeiro, un maior investimento tecnolóxico encamiñado a elevar a produtividade e reducir custos laborais e o prezo dos produtos. Son moitas as análises que destacan como unha gran parte dos bens que producimos son de baixa especialización, onde o prezo se converte no principal aspecto de diferenciación e competitividade. A outra liña de actuación, moito máis importante, sería que ese investimento tecnolóxico, xunto ao I+D+i e a formación, se encamiñen ao aumento da especialización. Sobre todo en bens de equipo primarios e intermedios que é onde menor perfil tecnolóxico amosan os nosos produtos. E que o *made in Spain* non só goce dunha alta imaxe en aceites, viños, etc.”

Revista Emprendedores, núm. 58 xaneiro do 2005.

CREACIÓN DE EMPRESAS EN GALICIA

“Un total de 121.920 empresas constituíronse durante os once primeiros meses do ano, o que supón un incremento do 7,91% respecto ás novas sociedades rexistradas no mesmo período do 2003, segundo un estudo difundido por Informa, empresa que subministra información económica *on line*.

A creación de novas empresas aumentou en todas as comunidades no período xaneiro-novembro, destacando os incrementos rexistrados en Galicia, cun aumento do 15,85% na constitución de novas sociedades, Castela-A Mancha (14,51%) e A Rioxa (14,29%)

Pola súa banda, Cataluña foi a comunidade onde, en termos absolutos, se creou un maior número de empresas ata o mes de novembro, con 23.006 novas sociedades. Séguenlle Madrid (22.810) Andalucía (20.931) Comunitat Valenciana (14.800) e Galicia (5.796)”.

La Opinión, Economía, 10 de decembro do 2004



Dende unha perspectiva xeral, o emprendedor deberá observar continuamente os aspectos globais que caracterizan o seu medio e detectar calquera movemento que xurda para poder reaccionar a tempo ás novas esixencias do mercado e non se ver superado pola competencia.

Da análise deste contorno túrbido que caracteriza a competencia actual podemos enumerar os máis significativos:

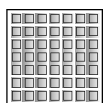
ANÁLISE SOCIOECONÓMICA DE GALICIA

A variable costa-interior segue sendo, ata certo punto, un bo sistema para entender a dicotomía territorial entre riqueza e pobreza en Galicia. Só ata certo punto, porque a tese universitaria *Indicadores locales de pobreza/riqueza. Aplicación de técnicas estadísticas multivariantes* ofrece algunhas excepcións nesta tradicional oposición. Así, na costa hai numerosos municipios cun maior índice de pobreza, mentres que no interior florecen concellos con altas cotas de benestar.

O traballo de doutoramento de Patricio Sánchez Fernández, dirixido por Antonio Vaamonde e Xenaro García –do departamento de Estatística e Investigación operativa da Universidade de Vigo- achega un novidoso sistema de cálculo estatístico e, por primeira vez, un estudo sobre os niveis de benestar das comarcas galegas. A conclusión é que A Fonsagrada –a gran distancia das 52 restantes- é a máis pobre de Galicia, mentres que a comarca coruñesa é a máis próspera.

O estudo baséase nun índice calculado a partir do equipamento dos fogares galegos, cun total de 24 variábeis que inclúen coche, vídeo, calefacción, tratamento de augas residuais, recollida do lixo, internet, teléfono, segunda vivenda, etc. Como fonte de información estatística utilizouse a *Enquisa de Condicións de Vida das familias*, do Instituto Galego de Estatística.

O curioso do *ranking* final é que comarcas coma Verín e Ourense figuran en segundo e terceiro lugar, respectivamente, facendo valer que no interior tamén hai polos de desenvolvemento. En troques, non todas as comarcas costeiras son constantes en canto á riqueza. Bergantiños, na Costa da Morte, é un dos dous territorios da provincia da Coruña, que se sitúan na parte baixa da táboa.



Tamén resulta sorprendente que comarcas na área de influencia de grandes cidades avantaxen na clasificación ás áreas urbanas matriz. Este é o caso do Morrazo, que se sitúa en cuarto lugar, por riba de Vigo.

As comarcas lucenses do interior copan os últimos postos da escala, aínda que as da Mariña se sitúan entre as quince comarcas máis prósperas de Galicia. O centro xeográfico galego –A Ulloa e Chantada- acompaña á Fonsagrada nos últimos postos.

Un repaso aos índices de pobreza e riqueza dos concellos galegos achega importantes novidades con respecto a outros métodos e informes que tentan medir o benestar relacionándoo co territorio.

Así, nos resultados ofrecidos pola tese, os municipios máis ricos non son ningunha das sete cidades galegas. Encabezan a lista, por esta orde, concellos coma O Grove, Burela, Viveiro, A Rúa, Oleiros, Pontedeume e Sada. Algúns deles pertencen á área metropolitana coruñesa, pero a cidade da Coruña non aparece ata o oitavo lugar. A provincia de Lugo é a que ten un maior número de concellos entre os máis pobres de Galicia.

A análise estatística tamén pon de manifesto o despegue económico dalgunhas vilas do interior –Monforte ou Verín–, confirma o desenvolvemento de municipios das Rías Baixas –O Grove, Moaña, Bueu ou Vilagarcía de Arousa– e constata o contraste socioeconómico entre os concellos costeiros de Lugo e os do interior. Así, Burela e Viveiro están no segundo e terceiro posto, respectivamente, no ránking de concellos máis ricos. A Fonsagrada, Baleiras e Muras son os máis pobres.

En calquera caso, a tese conclúe que a unidade comarcal é un punto de partida mellor que o municipio para analizar a situación socioeconómica da comunidade. “Para un territorio coma o galego, asegura Patricio Sánchez, as comarcas configúranse como unha referencia excelente para obter unha perspectiva socioeconómica, xa que proporcionan un nivel de desagregación moi superior ao provincial, que encubre realidades moi heteroxéneas, e sen chegar ao municipal, que se ve moi limitado en canto á obtención de información”.

La Voz de Galicia, 17 de xaneiro de 2005



**CAMBIOS NO CONTORNO NORMATIVO, ECONÓMICO
E DE COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS E DO MERCADO**
e poña un exemplo:

CAMBIOS NAS RELACIÓNS LABORAIS
e poña un exemplo:

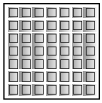
CAMBIOS NA ESTRUTURA DEMOGRÁFICA
e poña un exemplo:

CAMBIOS NO PODER ADQUISITIVO DAS FAMILIAS
e poña un exemplo:

CAMBIOS NO CONTORNO TECNOLÓXICO
e poña un exemplo:

CAMBIOS NOS NIVEIS EDUCATIVOS E DE FORMACIÓN
e poña un exemplo:

CAMBIOS NA PERCEPCIÓN DE RISCOS SOCIAIS
e poña un exemplo:



**AUMENTO DO TEMPO DISPOÑIBLE PARA OCIO E A SÚA PERCEPCIÓN
COMO UNHA NECESIDADE**

e poña un exemplo:

CAMBIOS NAS FORMAS DE VIDA E NOS HÁBITOS SOCIAIS

e poña un exemplo:



Este contorno tan cambiante, constitúe un foco de riscos para a totalidade das empresas; pero tamén supón unha gran fonte de oportunidades para aquelas que saiban adaptarse, ou adiantarse, a eses cambios.

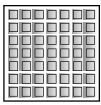
NOVOS FOCOS DE EMPREGO

Que son os novos focos de emprego?

Os novos focos de emprego son aquelas actividades destinadas a satisfacer novas necesidades sociais que actualmente se configuren coma mercados incompletos, sexan intensivas en emprego e teñan un ámbito de produción/prestación definido no territorio.

Débase sinalar que as iniciativas produtivas industriais ou de servizos, incluso cando producen novas profesións ou postos de traballo, poden non ser clasificadas coma novos focos de emprego. Neste senso, o concepto pode ser traducido como actividades de proximidade, isto é, con forte vinculación actividades desenvolvidas nun determinado territorio en concreto. As actividades consideradas actualmente en Europa como produtores de emprego son:

- servizos da vida cotiá
- servizos a domicilio (atención a persoas maiores, limpeza de fogares)
- atención á infancia (gardarías e colonias deportivas)
- novas tecnoloxías de información e comunicación
- a individuos (Internet, multimedia)
- a empresas (software, teleservizos)
- ao sector público local
- axuda a mozos con dificultades (drogodependencia, minusválidos)
- servizos de mellora da calidade de vida
- mellora en aloxamentos (adaptación de inmobles para maiores)
- seguridade e televixilancia



- transportes colectivos locais (microtransportes especializados)
- revalorización de espazos
- comercio de proximidade
- xestión de enerxía
- servizos de ocio
- turismo (rural, cultural, aventura, etc.)
- audiovisual (vídeos, multimedia)
- valoración do patrimonio cultural (centros culturais)
- desenvolvemento local (potencialidades da cultura local)
- deporte
- servizos medioambientais
- xestión de residuos
- xestión da auga
- protección e mantemento de zonas naturais
- regulamentación e control da polución

A relevancia da dimensión local no desenvolvemento das novas fontes de creación de emprego é, neste senso, o principal factor para ser tido en conta cando se discute a promoción económica dun determinado espazo. Identifícanse como principais vantaxes da iniciativa local para creación de emprego, as seguintes:

- a mellor identificación dos focos de emprego;
- mellor adecuación da oferta de emprego;
- aproveitamento de novos focos de emprego;
- unha maior facilidade para a experimentación de novas formas de crear emprego e actividades profesionais;



- aproveitamento da diversidade territorial e sociocultural;
- a facilidade de creación de novas formas de intervención en termos de promoción de emprego; e
- a posibilidade de novas formas de actuación pública.

Os autores propoñen os seguintes instrumentos de intervención a escala local en relación aos focos de emprego:

- detección das necesidades sociais insatisfeitas a escala local e a súa potencial para a produción de novos empregos, a través de estudos de mercado, observatorios locais de novas necesidades sociais e impulso a organizacións de usuarios dos servizos;
- redefinición das necesidades colectivas, reestruturando e articulando para isto políticas municipais, establecendo novas modalidades de cooperación na elaboración, coordinación ou xestión das novas políticas públicas cos distintos sectores da sociedade civil;
- impulso de estruturas intermedias de mediación ou de axencias para a dinamización dos novos focos de emprego, con axencias locais con representación dos diferentes grupos sociais afectados, apoio a proxectos innovadores, etc;
- experimentar con instrumentos financeiros de solvencia da demanda e de organización da oferta (cheques, servizos, fondo de microcrédito, etc);
- apoio á profesionalización e á persecución de patróns de calidade nos servizos ofertados (formación profesional, bolsas de ofertas e demandas de servizos);
- establecemento de pactos territoriais e/ou locais para explotar e activar os novos focos de emprego.

A experiencia catalá: O Pacto do Vallés

O Vallés Occidental é unha comarca de Cataluña con 580 Km², unha poboación de 650.000 habitantes e unha das áreas máis industrializadas desta rexión autonómica.



Unha análise da evolución da produción industrial no Vallés mostra unha primeira etapa cunha forte implantación de industrias téxtiles que van experimentar un grave período de crise dende os anos sesenta. A partir desa década a industria oríentase cara ás necesidades da gran metrópole da rexión, Barcelona, e desenvolve con gran forza o sector metalmeccánico, que representa hoxe o 34,9% dos empregos na industria, sendo obxecto dun proceso de fonda reestruturación que levou á diminución en 9886 postos de traballo directos entre 1986 e 1994.

Un aspecto que levou, en anos recentes, a unha revitalización parcial da principal cidade da rexión, Sant Cugat del Vallés, foi a construción dunha vía expresa que leva ao centro de Barcelona en aproximadamente trinta minutos, permitindo que un continxente crecente de persoas vivan en Sant Cugat e traballen en Barcelona. O maior impulso, neste eido, foi para o sector da construción civil, con importante efecto multiplicador sobre o mercado local de traballo.

Xustamente por este movemento, as cidades da rexión presentaron e seguen a presentar un importante déficit en termos de servizos á poboación, en especial os de proximidade, protección do ambiente e de recolección de residuos sólidos. Coa intención de modificar este proceso asinouse, o 28 de xaneiro de 1998 o *Plan de ocupación del Vallés Occidental* que conta coa participación da Generalitat de Catalunya, o Consejo Comarcal del Vallés Occidental, a Confederación Empresarial Comarcal de Terrassa, o Consejo de Empresarios de Sabadell, a Unión General de Trabajadores (UGT) e de Comisiones Obreras (CCOO).

No segundo parágrafo do documento demóstrase claramente a preocupación central do documento respecto á sustentabilidade do proceso de crecemento económico: establécense como principais obxectivos a creación de instrumentos que permitan o desenvolvemento das propostas que faciliten a máis ampla participación da sociedade, coa intención de acadar o máximo nivel de ocupación posíbel mediante o impulso ao desenvolvemento tecnolóxico e a investigación, o fomento de equilibrio territorial; e o respecto aos criterios ambientais e pola sustentabilidade, a promoción da igualdade de oportunidades e o impulso á cohesión social e contra a exclusión.

Existe unha clara preocupación co desenvolvemento endógeno, claramente presente cando se fai referencia a que o desenvolvemento futuro da actividade económica e da ocupación na comarca pasa sen dúbida polo esforzo de conquista dunha posición competitiva nas producións propias e cada vez menos polo atractivo da localización.

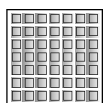


O programa de medidas acordado identifica aqueles conxuntos de propostas, proxectos e actuacións concretas que, ou ben polo seu efecto multiplicador, ou ben pola súa viabilidade, teñen maior posibilidade de lograr éxito como política de promoción do emprego. Os eixos e medidas son:

- infraestruturas que permitan o desenvolvemento da actividade económica no eido da sustentabilidade e mais o equilibrio social;
- promoción do solo industrial;
- promoción dun contorno competitivo para as PEMES;
- estimulación á exportación;
- asesoramento á educación ambiental;
- fomento á ocupación estable;
- políticas de formación e inserción nos colectivos e territorios onde se concentra o desemprego estrutural e de longa duración;
- dinamización da demanda e o fomento de novas empresas e ocupación nos ámbitos de novos focos de emprego vencellados á sustentabilidade;
- creación de oportunidades para a actividade e a ocupación que formula a sociedade da información;
- estímulo á capacidade de iniciativa e cooperación a prol da ocupación das institucións e axentes do territorio.

Con estas medidas os resultados esperados describíense así no Plan de Emprego:

- aumento da capacidade de atracción e localización nas zonas industriais da comarca;
- mellora do ambiente coa introdución da noción de calidade de vida e axeitamento ambiental por parte das PEMES que máis dificultade teñen para se axeitar aos principios do Plan;
- extensión e difusión de prácticas concretas a prol da calidade da ocupación e creación de novos postos de traballo;
- orientación, formación profesional e ocupacional, en especial dos traballadores das PEMES (pequenas e medianas empresas) e colectivos con dificultades de inserción no mercado de traballo;
- prioridade para as intervencións nos concellos con máis desemprego;



- reforzamento dos servizos para a xente maior, de recuperación do ambiente e do uso sustentábel de enerxía;
- creación de redes e programas que permitan o uso de novas tecnoloxías e da comunicación a prol das PEMES e das persoas con dificultade de inserción laboral; e, por fin
- facer avanzar a cooperación entre os axentes que toman parte do Plan.

Grosso modo, o Plan de Emprego de Cataluña segue as liñas mestras dos plans formulados en Francia –e que se transformaron arestora en referencias case únicas en termos de creación de emprego en Europa– principalmente, no senso que se converte nunha ferramenta práctica de intervención sobre a realidade de continxentes crecentes de desempregados e marxinados sociais. Pode, neste aspecto, servir de exemplo para países non europeos con realidades similares e que busquen na creación de postos de traballo e no desenvolvemento económico e social sustentábel e equilibrado un medio para a mellora das condicións de vida da poboación, obxectivo último das accións públicas de promoción do emprego.

Desenvolvemento a escala local : os novos focos de emprego

Benito Muíños Juncal , Geraldo Cortegiano Junior

Doctorandos en Xeografía e Economía na Universitat de Barcelona

correos electrónicos: bjuncal@teleline.es – gerald@riscd2.eco.ub.es



O CONTORNO ESPECÍFICO DA EMPRESA

“O verdadeiro xenio reside na simplicidade”

Mark Fisher

Cantos de vostedes pensaron nalgún intre da súa vida na conta allea como forma de se incorporar ao mercado laboral?

Cantos de vostedes pensaron nalgún intre da súa vida no emprego público como forma de incorporación ao mercado laboral?

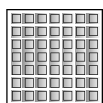
Cantos de vostedes pensaron nalgún intre da súa vida na conta propia (autoemprego) como forma de se incorporar ao mercado laboral?

“Todas as persoas que teñen inquedaanza polo mundo de empresa admiran a pioneiros capaces de crear un imperio a partir dunha idea brillante. Son os casos de Enric Bernat, coa súa Chupa Chups; Amancio Ortega, ao innovar con Zara, ou indo un pouco máis lonxe, Thomas Edison: un home con habilidade para inventar xenialidades e tamén para se facer millonario con elas, algo que ás veces ten máis mérito aínda.

Admitámolo. Este tipo de ideas xeniais están ao alcance de moi poucos privilexiados. Que facemos os demais? Rendémonos? Para nada! Se observamos con atención, veremos que a inmensa maioría dos negocios prósperos que se desenvolven hoxe en día non parten dunha idea tan radicalmente nova.

De feito, adóitase crer que os mellores produtos son os creados dende cero para cubrir unha nova utilidade, cando en infinidade de casos son moito máis rendíbeis aqueles que ofrecen un novo uso a un produto existente ou consisten nun novo produto que cobre mellor as necesidades xa existentes.”

Alejandro Vesga, Director Revista *Emprendedores*.



A IDEA E OS PROMOTORES

A **idea** é o piar básico para a creación de toda empresa; en ocasións é o aspecto máis difícil de determinar, posto que para **detectardes unha idea**, cómprevos **observar o contorno** para descubrir unha necesidade non cuberta no mercado ou alguna existente que pode ser mellorada cunha maior calidade no servizo, novas prestacións,...; pode que coñezades un produto ou un servizo que funciona noutras comunidades ou países e queirades establecelo na vosa comunidade ou provincia,... Trátase de coñecer o sector que vos interesa e onde posteriormente ides adentrarvos, detectando unha oportunidade de negocio, un focoo de mercado.

A **franquía** é unha opción cada vez máis atractiva, para un emprendedor máis precavido, que prefire coñecer *a priori* os detalles dun negocio de éxito garantido, do que ten maior información e corre menores riscos respecto ás súas posibilidades e viabilidade.

Coñece vostede algunha franquía?

Coñece vostede algunha galega?

Sabe vostede como funciona unha franquía?

É importantísimo concretarmos **a idea por escrito**, xa que supón iniciarse no deseño da empresa, o produto ou servizo. Tamén é fundamental ao redactarmola, transmitir a ilusión e a firmeza de que a idea é viable, posto que nunha empresa **o importante é o equipo de persoas** que a van pór en marcha. Unha boa idea cuns promotores pouco emprendedores dificilmente se poderá levar satisfactoriamente á práctica, mentres que no caso contrario calquera obstáculo poderá ser superado con máis facilidade e empuxe, aínda que a idea non sexa tan innovadora.

Crear unha empresa supón moitos cambios a nivel persoal, polo que resulta conveniente facer unha **autoavaliación** que permita determinar realmente se se está en condicións de asumir ese risco, e se se ten capacidade para afrontar os atrancos que vaian xurdindo durante o proceso de creación e posta en marcha da empresa.



ANÁLISE DA SITUACIÓN

ANÁLISE DO CONTORNO SOCIOECONÓMICO. Resulta imprescindible coñecer o sector onde vos ides introducir, o seu funcionamento, tendencia actual (se está en crecemento, estancado, ou evolucionando) barreiras de entrada e saída, como se traballa, se existe algunha normativa ou lexislación que impoña algún tipo de requisitos ou impedimentos ao desenvolvemento da devandita actividade, se existe algunha asociación á que debades pertencer, etc.

As circunstancias económicas do lugar onde vos instaledes tamén influirán na vosa actividade (paro, poboación activa, tipos de interese, nivel de prezos, custo da vida,...).

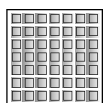
INVESTIGACIÓN DO PRODUTO OU SERVIZO

ANÁLISE DA DEMANDA E A CLIENTELA. Cando vos decidades por crear unha empresa é porque detectastes unha necesidade no mercado; debedes definir concretamente que necesidade pretendedes cubrir, de xeito que a demanda detectada quede mellor satisfeita. Definide todos os aspectos e características que realmente se demandan dese produto ou servizo, para ver se satisfai realmente unha necesidade concreta do mercado.

Para coñecerdes a vosa clientela debedes segmentar o mercado, delimitar o perfil concreto do cliente potencial (idade, poder adquisitivo, nivel cultural, gustos, hábitos na compra,...).

As técnicas de sondaxe, enquisas ou entrevistas, en definitiva, un pequeno estudo de mercado, vaivos permitir coñecer detalles para o deseño final do produto ou servizo; orixinariamente tiñades unha simple idea que foi madurando, para se adaptar perfectamente ás necesidades do seu mercado potencial.

ANÁLISE DA COMPETENCIA. Estudar a competencia, en ocasións resultará moi laborioso e difícil, debedes concentraros naquelas **empresas que teñan unha maior cota de mercado**, aquelas que máis poidan condicionar a vosa actividade, posto que vos vai permitir coñecer como funciona o propio sector, a súa capacidade de reacción.



Coñecer como traballa a competencia, cales son os seus prezos, os seus prazos de entrega, as facilidades de pagamento que ofrecen,... en definitiva analizar todos os seus puntos fortes e débiles comparándoos co voso produto ou servizo, axeitándoo ás necesidades e tendencias e innovando na medida do posible para diferenciavos dela e para depurardes a idea inicial. Para estudiardes a competencia podedes recorrer á táctica de simulación, facédevos pasar por clientes da empresa, sen mencionardes que podedes ser a súa futura competencia dentro dese mesmo sector.

ANÁLISE DOS PROVEDORES. Debedes determinar as necesidades, materias primas e produtos que ides ter para o desenvolvemento normal da vosa actividade; confeccionade unha lista xunto coa frecuencia e volume de compras do devandito material.

Elaborada esta lista poderedes iniciar o estudo de provedores, que en definitiva pretende establecer as súas características de funcionamento, se ben inicialmente o principal problema que ides ter como empresa en vía de creación, será a liquidez, polo que ademais de vos interesar uns prezos competitivos, cómprevos coñecer a política de pagamentos de cada un, as garantías que ofrecen en canto ao servizo, o prazo de entrega, a localización, transporte e tamaño,...

A FABRICACIÓN DO PRODUTO OU A REALIZACIÓN DO SERVIZO. Este apartado expón concretamente todo o proceso implicado na fabricación ou realización do produto ou servizo. Como se vai desenvolver? Que materias primas necesitarede? Cales serán os vosos produtos críticos ou problemáticos? Que posibilidade tendes de subcontratar? Como ides realizar un control de calidade? Que plan de produción tendes? Etcétera.

ANÁLISE DE LOCALIZACIÓN. A elección da localización virá determinada por unha serie de circunstancias que vos permitirá detectar as vantaxes da devandita elección, así como solucionar os posíbeis inconvenientes do lugar elixido: proximidade de clientes e provedores, localización da competencia, custos de transporte, nivel de prezos, pros e contras do arrendamento ou a compra, posibilidade de *leasing*, facilidade de obtención de subministracións de luz, auga e teléfono, acceso doado e comunicacións, posibilidade de ampliación, necesidades de obras ou acondicionamentos, etc.



OS RECURSOS HUMANOS

Dentro dunha empresa un dos factores máis importantes para o seu bo desenvolvemento son os Recursos Humanos; hai que formular as funcións que se van desenvolver, agrupalas en postos de traballo e cubrilos por persoas que acaden o perfil axeitado. Inicialmente pode que non contratades a ninguén, porén será necesario igualmente limitardes as funcións dos promotores. Se pola contra necesidades persoal cales serán as súas características e cualidades profesionais? en que consiste o proceso de selección?, diferentes tipos de contratos, subvencións para a contratación.

Deseñade un **organigrama empresarial** establecendo as responsabilidades e funcións de cada posto, horario, salario e **modalidades de contratación**.

O PLAN DE MARKETING

OBXECTIVOS. Trátase de definir os **obxectivos** inmediatos da vosa empresa dende unha perspectiva **cuantitativa**, é dicir, as previsións de vendas.

Para que a marxe de erro das previsións sexa mínimo cómpre determinalas primeiro mes a mes, (sen esquecerdes que durante a etapa inicial de actividade as vendas por regra xeral soen ser menores, como consecuencia de encontrarvos en fase de introdución no mercado). Un factor que deberedes ter en conta é se o voso produto ou servizo é de carácter estacional, para analizardes con detalle as vosas posibilidades de venda. Definidas as previsións mensuais é máis doado establecer as previsións de venda para o primeiro ano, determinando os dos anos vindeiros cunhas perspectivas de venda en ascenso.

Os obxectivos **cualitativos** delimitarán as posibilidades de crecemento da vosa empresa, as medidas que debedes adoptar de acordo coa evolución que está seguindo a actividade (tanto se se están cumprindo as previsións como se requiren un cambio de política)

PREZO. Para establecerdes o prezo do produto ou servizo, debedes detallar os elementos **que van contribuir** á súa fixación, posto que este se determinará en función de distintos factores, que con carácter xeral se poden englobar en dous grandes grupos:



- Factores externos: Consumidores finais, membros da canle de distribución, a competencia e o marco legal.
- Factores internos: Os obxectivos da empresa, os custos de produción e a estratexia global de *marketing*.

Analizados e tidos en consideración estes factores, poderedes chegar a fixar un prezo aproximado, polo menos, para os vosos produtos e/ou servizos.

DISTRIBUCIÓN. Representa a canle a través da cal ides facer chegar os vosos produtos aos clientes ou consumidores, establecendo quen e cantos serán os vosos intermediarios, as áreas de distribución, rutas óptimas, custos de transportes, posibilidade de subcontratación,...

COMUNICACIÓN. Para dardes a coñecer o produto ou servizo á clientela teredes que utilizar unha serie de ferramentas ou medios de comunicación, respecto aos que deberedes coñecer aqueles que vos resulten máis rendibles. Analizade non só o prezo, senón tamén o seu impacto sobre o público obxectivo, (pode que un anuncio en páxinas amarelas sexa barato, mais os posíbeis clientes que se captarán a través deste medio serán escasos, os seus resultados son a máis longo prazo, e dificilmente poderédesvos facer cunha clientela que permita así introducirvos no mercado)

Debedes establecer que imaxe da empresa queredes ofrecer aos clientes, se queredes diferenciarvos a través dun logotipo ou anagrama, marca, nome ou denominación social. Así mesmo convén tratar a posibilidade de plans de promoción (ofertas, descontos, agasallos, etc.) e definirdes que tipo de publicidade se vai levar a cabo, en que medios, que continuidade e xa máis concretamente o tipo de linguaxe que se vai empregar, forma, *slogan*.

FORMA XURÍDICA

Unha análise das **distintas formas xurídicas** posibles permitiravos optar por aquela que mellor se adapte ás características da vosa empresa, resaltando especialmente as vantaxes e a conveniencia que ofrece a elección realizada.

Para ver que posibilidades ofrece unha ou outra podedes comezar centrándo-vos no número de socios que seredes, que achega fará cadaquén, o tipo de responsabilidade fronte a terceiros, **trámites e obrigas de constitución**, fiscais, laborais e contables.



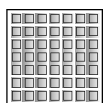
PLAN ECONOMICO-FINANCIERO

Neste último apartado débese reflectir o investimento inicial previsto, que consiste en delimitar todas as necesidades para comezar a actividade: terreos, edificios, instalacións, alugueres, maquinaria, mobiliario, material de oficina, subministracións, **impostos**.

Unha vez determinadas as necesidades, debes analizar como se vai levar a cabo o seu financiamento, de que recursos propios dispoñedes (achegas dinerarias ou en especie) e cales van ser as vosas fontes alleas: **subvencións, as Sociedades de Garantía Recíproca e o Capital de Risco**, empréstitos bancarios, arrendamentos financeiros.

A partir deste momento estaredes en condicións de analizar a viabilidade do proxecto, posto que cualquera das ideas, por marabillosa que for, débese traducir en números que, aínda que non inicialmente, polo menos se unha vez transcorrido un tempo prudencial, permita chegar a un equilibrio onde os gastos queden compensados cos ingresos e progresivamente poidan superalos, producindo beneficios.

Emporiso, hai que elaborar un **balance inicial e final** que reflecta os investimentos e mais os recursos propios e alleos necesarios ao inicio e aos tres anos da actividade, e unha **Conta de Resultados Provisional**, que reflecta os ingresos polas vendas e os gastos ou pagamentos que tendes que afrontar para os sucesivos tres anos.



LECTURAS RECOMENDADAS

Actualidad económica (19-25 de maio do 2003) “De parado a empresario. Guía para dar el gran salto”.

Emprendedores (núm. 71 de agosto do 2003) “Los secretos de nueve emprendedores que triunfan”.

DIRECTORIO WEB

Xunta de Galicia www.xunta.es

Igape www.igape.es

Centro Europeo de Empresas
e Innovación de Galicia, S.A. BIC-Galicia www.bicgalicia.es

ICO. Instituto de Crédito Oficial www.ico.es

ACTIVIDADES

Preténdense relacionar os contidos da unidade didáctica coa realidade empresarial da Comunidade Autónoma de Galicia.

- Buscar en calquera xornal do día noticias relacionadas co contorno socioeconómico que afecte na opinión do alumno ou alumna á creación de empresas.
- Dinámica de grupo onde un alumno ou alumna voceiro ou voceira expón para todo o grupo as conclusións obtidas.



BIBLIOGRAFÍA

Comisión de las Comunidades Europeas, Libro verde *El espíritu empresa - rial en Europa*. Bruxelas, 2003.

Observatorio ocupacional, *Informe comarcal do mercado laboral* (trimestral) Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Formación e Colocación) Xunta de Galicia.

Estudo do mercado laboral de Galicia (anual) Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Formación e Colocación) Xunta de Galicia.

Tendencias do emprego en Galicia (informe trimestral) Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Promoción do Emprego) Xunta de Galicia.

Entorno para a creación de empresas e fomento das iniciativas empresariais en Galicia, Colección Informes 1/00 CES Galicia.

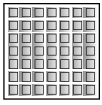
Orientación profesional: diagnóstico e inserción sociolaboral. Edición de Luis Sobrado Fernández. Edit. Estel. Barcelona, 2000.

COLECCIÓN EMPREGO MONOGRAFÍAS. *III Semana Galega do Emprendedor*, Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Promoción do Emprego) Xunta de Galicia.

Inserción sociolaboral da mocidade. O programa mentor, Consellería de Familia, Promoción do Emprego, Muller e Xuventude (Dirección Xeral de Familia) Xunta de Galicia.

Emprego e ámbito local, Colección Emprego Monografías. Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Promoción do Emprego) Xunta de Galicia.

Plan galego de formación profesional, Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, Consellería de Educación e Ordenación Universitaria-Xunta de Galicia.



“Aquel que pode modificar as súas tácticas en relación co seu opoñente, e polo tanto consegue gañar, pode ser cualificado de capitán destinado ao paraíso”.

SUN TZU



UNIDADE DIDÁCTICA II FORMULACIÓN, MADURACIÓN E AVALIACIÓN DE IDEAS EMPRESARIAIS

“A educación e a formación deberían contribuir a impulsar o espírito empresarial, fomentando unha actitude favorábel, a sensibilización cara ás saídas profesionais como empresario e as competencias”.

Libro verde *El espíritu empresarial en Europa*, Bruxelas, 21 de xaneiro de 2003

INTRODUCCIÓN

A **creación de ideas** é unha actividade inherente ao propio ser humano. Cada un de nós en maior ou menor medida desenvolvemos ideas cada día.

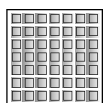
A transformación dunha idea nunha **idea de emprego** e a súa relación cunha actividade empresarial precisa dun proceso de maduración e avaliación cualitativa e cuantitativa.

Atopamos no noso **contorno** un extenso caudal de fontes de información para formular ese proxecto empresarial.

OBXECTIVOS

Co desenvolvemento desta unidade didáctica preténdese:

- Que o alumnado do Plan FIP analice a súa capacidade e **motivación emprendedora**.
- Que alumnos e alumnas do Plan FIP exploren as diferentes fontes de **creación de ideas** que existen no seu contorno.
- Que reflexionen encol da diferenza entre idea, idea de emprego e **idea de empresa**.
- Que reflexionen sobre a súa **capacidade de liderado** para asumir retos.



FORMULACIÓN, MADURACIÓN E AVALIACIÓN DE IDEAS

“As persoas que perden o tempo agardando as condicións perfectas para que todo encaixe, endexamais conseguen facer nada. O momento ideal para a acción é AGORA!”

Mark Fisher

Que negocio montar no 2005

Se queres voar só cun negocio propio, é mellor que coñezas onde e como

Nin ás apalpadas nin ao tolo, á hora de montar unha actividade empresarial debes ter ben claro cal é o sector que máis oportunidades de éxito che vai proporcionar. Elixir ben, ser cauto e apostar pola opción máis próxima aos teus intereses e características son as claves para comezar con bo pé o ano.

Un sector novidoso, un negocio sen competencia, unha idea innovadora, unha necesidade cuberta para un amplo segmento de público,... e así poderíamos seguir enumerando todos e cada un dos atributos que os emprendedores, con vistas a se converter en empresarios, e os xa experimentados neste eido, buscan á hora de se decidir a montar o seu propio negocio. Esa grande idea, a gran panacea. Porén, afacerse con algúns destes aspectos non é unha tarefa doada. Non se consegue así como así. Non se trata, a fin de contas, de elixir un negocio que concentre todas estas características só polo feito de facelo, senón de construír, de coñecer as nosas posibilidades e cualidades antes de nos decidir a investir. E, claro está, de achar a oportunidade máis afín aos nosos intereses.

As máis de 124.000 empresas que se crearon novas en España durante o ano 2004 probaron a se desenvolver baixo algúns destes parámetros.

Buscaban un sector axeitado, algúns dos máis emerxentes neste momento, e trataron de aportar un valor engadido ao seu ámbito de actuación coa finalidade de limitar a competencia e garantir deste xeito a maior entrada de ingresos. O obxectivo era conseguir satisfacer unha demanda crecente e fixérono xestándose no marco de sectores tan dispares como a restauración, os servizos altamente especializados, o ocio nas súas máis distintas vertentes dende axencias de viaxes, incluso centros de ocio ou saúde e beleza.



Como elixir un negocio

“Normalmente, o emprendedor busca un negocio que lle pareza unha boa idea. En moitos casos prefiren unha idea nova no canto dunha xa consolidada”, asegura o consultor de FDS Consulting, Salvador Bascompte, quen fai unha análise das cuestións que posúe esta afirmación: “En realidade, o emprendedor tende a agardar máis dun negocio do que poden obter, adoitada esperar que o negocio vaia so, sen risco e con menos dedicación da que vai ter que empregar”. De aí, que se agarren ás ideas emerxentes ou aos novos sectores como atractivas oportunidades que, en ocasións, cren considerar como infalibles. Craso erro.

Ben é certo que o camiño empresarial resulta moito máis lixeiro se tropezamos cunha idea innovadora, que nos sitúe á metade do sendeiro, pero isto só acontece en contadas ocasións e como ben aclara a directora do centro de empresas Barcelona Activa, Elisabeth Monfor, o realmente importante é a viabilidade final do proxecto, da actividade: *“En ocasións, os emprendedores detectan unha nova oportunidade de negocio vencellada a un sector pero costa convertela nunha idea viable, por inmadurez do mercado, falta de preparación ou dunha fórmula efectiva que o transmita ao público”.*

Innovar para gañar

Hoxe en día, o número de emprendedores non deixa de aumentar en España. Soamente no ano 2003 a porcentaxe de persoas que optaron por montar a súa propia actividade incrementouse nun 50% e a cifra de empresarios españois acadou os 1,7 millóns. Ademais, a contribución das novas empresas ao emprego total é do 3,8%, unha porcentaxe similar ao resto dos países do contorno europeo. Todos estes datos dan soporte a unha realidade: o número de emprendedores cada vez é maior e todos queren dar con esa idea orixinal que cambie a súa vida.

“O emprendedor que quere triunfar debe crer firmemente no negocio que está a desenvolver, saber crear empresa e non perder de vista o obxectivo último, obter beneficios, xa que este é o único xeito de medrar e se posicionar”, sinala Íñigo Murguio, director da publicación Top Franquicias.



Apostar pola franquía

“Dende o noso punto de vista, os negocios máis atractivos son aqueles que presentan características diferenciais, ben polo sector onde compiten, ben pola súa propia configuración dentro dun determinado sector de actividade”, sinalan dende a consultora Tormo & Asociados. Ese primeiro chanzo que fará que unha actividade empresarial sexa mellor acollida polo público e con máis posibilidades de futuro é o de se diferenciar. Porén hai outras iguais de importantes como ben enumeran dende Barbadillo: un negocio rendíbel, probado e suficientemente probado. E aquí é onde entra en xogo a franquía, como unha fórmula empresarial que minimiza riscos e que os emprendedores cada vez teñen máis presente. *“Para moitos emprendedores supón a única vía realista e posible de montar un negocio con vantaxes á hora de pertencer a un grupo”,* destaca Bascompte. E, en España ademais, trátase dunha das fórmulas impulsadoras do comercio e os servizos, como afirma Antonio López, da Aedf.

Coidado coas modas

É obvio que hai uns ámbitos de negocio moito máis atractivos ca outros, e sectores que, na actualidade, se atopan na crista de ola. Isto pódese dar porque achegan solucións ou cobren unha demanda en alza como pode acontecer co sector ambiental ou o dos servizos personalizados, non obstante hai que saber distinguir a actividade que funcionará e a que resulta materialmente inviable. *“Distinguir unha oportunidade rentábel dunha moda pasa -xeira é, nalgúns casos, unha cuestión de lóxica: un negocio -ou sector- que medra moito nun curto espazo de tempo é posible que tamén deixe de crecer rapidamente e que sexa inestable”,* apuntan dende Barbadillo & Asociados. Decidirse a investir en expectativas leva consigo riscos, dificultades e, en ocasións, promesas incumpridas que poden botar polo chan a nosa faceta de emprendedor. Polo menos, niso coinciden consultores e expertos do eido empresarial, en ser cautos cos denominados sectores de moda. *“Cómpre ter moito coidado coas expectativas de crecemento nos novos sectores, xa que de seren moi altas significa que se parte dende moi abaixo, que o tema é moi novidoso. En ambos os casos aparece un compoñente de risco”,* asegura Salvador Bascompte.



Negocios viáveis

Un negocio atractivo a primeira vista, enmarcado dentro dun sector de futuro, con grandes expectativas é, non máis ca iso,... isto é, non garante que o éxito veña cabo de si, senón que ten máis posibilidades de que todo funcione, pero que o traballo para a súa consecución será complexo. Isto sábeo ben, Liz Monfort, directora de Barcelona Activa, que viu como polo seu viveiro de empresa da cidade condal pasan anualmente uns mil proxectos empresariais, dos cales, un 17% se materializan. *“Practicamente, a gran maioría dos proxectos que chegan a nós, enmárcanse dentro de catro sectores principais: os servizos á empresa, á persoa, saúde e estética, e as novas tecnoloxías”.*

Por onde comezar

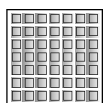
O diñeiro é o maior obstáculo que teñen que salvar os emprendedores, é o primeiro que tratan de solucionar: a busca de investidores, de financiamento ou dunha actividade que non lles reporte un gran desembolso económico de entrada. Tamén hai que coñecer o mercado, a competencia e saber onde nos colocaremos. Emprender é un traballo en si mesmo que non se pode descoidar, posto que da nosa toma de contacto inicial dependerá o resto do que fagamos.

A Peme cambia de cara

A Comisión Europea adoptou unha nova Recomendación referida á nova definición de microempresa e de pequena e mediana empresa (peme) aplicábel a partir deste mes de xaneiro de 2005. O obxectivo é fomentar así o espírito empresarial, a inversión e o crecemento; ademais, de facilitar o acceso ao capital risco, minguar as cargas administrativas e aumentar a seguridade xurídica. Esta nova ampliación mantén o número de empregados pero eleva o volume de negocio; para as medianas empresas en 50 millóns de euros e para as pequenas en 10 millóns de euros, as microempresas téñeno en 2 millóns de euros.

Un sector para cada emprendedor

“Hai que buscar negocios que ofrezan expectativas de estabilidade a longo prazo máis ca unha grande alza a curto prazo, xa que estes negocios ou ben



non existen ou ben teñen un risco moi alto de non se consolidar. Neste senso, é interesante apostar por sectores tradicionais como a restauración, alimentación e os servizos altamente especializados, tendo coidado de non entrar en locais demasiado caros”, Salvador Bascompte, consultor de FDS Consulting.

– Restauración:

Varía e adaptación ao mercado, mais consegue atraer a maior parte das miradas dos futuros emprendedores. Búscase a diferenza, tratan de ofrecer produtos semiexclusivos. O obxectivo é desmarcarse do resto do sector. Neste senso, medrou a demanda étnica, provocando a creación de novas enseñas e a renovación dun sector sempre en alza e a proliferación de conceptos que se centran nunha aposta sá, baseada na comida mediterránea e unha cociña de ensamblaxe sinxela de aplicar.

— **Tapelia:** cociña de ensamblaxe, con pratos semipreparados.

— **Nostrum:** comida a domicilio.

– Servizos altamente especializados:

Todos os servizos relacionados coa empresa e que supoñan un aforro de tempo e diñeiro son negocios con futuro no mercado actual. Enmárcanse os negocios relacionados coa persoa que cubran demandas específicas como os arranxos de roupa.

– Servizos asistenciais:

Todos os servizos de proximidade, relacionados coa atención a persoas e que proliferan debido aos cambios sociais que estamos experimentando. Predominan os referentes á atención a persoas maiores e á infancia. Dende centros asistenciais ata atención domiciliara. Tamén todos os servizos a domicilio para facilitar a vida das persoas, como a limpeza a domicilio.

— **BbServeis:** servizos asistenciais a persoas maiores.

— **Clean & Iron:** servizos de limpeza e pasado de roupa a domicilio.

– Alimentación / degustación:



— La Baguetina Catalana

– Ambiente:

As enerxías rendíbeis preséntanse coma un sector de futuro nun país onde os parques eólicos e todo o relacionado coas novas enerxías alternativas teñen cabida. Tamén no eido da reciclaxe de consumibles e sistemas de implantación destas novas enerxías.

- Enerpal
- Eurener
- BKTS
- Printertape Ibérica

“Os acordos asinados por España a través do Protocolo de Kyoto e estrutura - do no Plan de Fomento de Enerxías Renovábeis que inclúe o compromiso de potenciación de consumo das enerxías renovables, favorece a creación de instalacións de enerxías alternativas. Tratamos un sector sen apenas compe - tencia”, Óscar Herrero, director xeral do Grupo Enerpal.

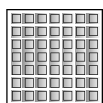
– Saúde e Estética:

A cada volta destínase máis cantidade de diñeiro ao investimento en ocio e saúde, multiplícase o segmento de mercado e medra a clientela, que tamén se diversifica. A demanda faise máis accesible ao mercado. A especialización toma o sector, como coa proliferación dos balnearios urbanos, coma un ámbito emerxente, antes privativo de clases adiñeiradas e, agora, cada vez máis apto para todos os públicos.

- **Spa Central:** Balnearios urbanos.
- **The Nail Concept:** Cadea especializada en tratamentos de unllas.
- **Curvas Center:** Centros de tratamento para diminuír de peso.

– Novas tecnoloxías:

Especializaron a súa oferta, aproximándoa ás necesidades dun consumidor



cada vez máis esixente e con menos tempo. As insignias do sector optaron por ofrecer un valor engadido á competencia.

— **Beep**

— **Computer Troubleshooters:** Servizos informáticos tamén a domicilio.

— **Retail:**

Optouse pola especialización e busca de conceptos alternativos e atractivos para os consumidores. Novos focos de mercado como os *outlet*.

— **Chesco:** Cadea especializada en complementos para a muller.

— **Erre al Cuadrado:** Tendas *outlet* con primeiras marcas a bos prezos.

— **Vending:**

— **Uruvana**

As claves para emprender

O emprendedor busca un negocio rendible, que lle proporcione ingresos cuantiosos sen moitos esforzos.

Perfis do emprendedor:

— Mozo de entre 20 e 32 anos, con perfil comercial e axustada capacidade financeira.

— Traballador por conta allea que decide iniciar a súa andaina como empresario.

— Empresario con gran capacidade financeira que busca diversificar as súas liñas de negocio.

Principais problemas para o emprendedor:

— Buscar asesoramento para a elaboración do plan de empresa: quedarán reflectidos todos os aspectos da súa idea de negocio.

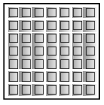


- Superar os trámites burocráticos necesarios para montar a empresa.
- Busca de clientes, antes de iniciar a actividade.
- Acceso ao financiamento: de onde vai chegar.
- A presión fiscal.

“Innovar é o que vai dar algunha vantaxe competitiva importante á actividade que decidamos montar. Achegar algún produto innovador é o que fai que unha empresa fracase ou triunfe. Non se necesita ter unha grande idea, mais si chegar un valor engadido”

Pau Collado

Presidente da *Asociación Española de Jóvenes Empresarios*



FORMULACIÓN DE IDEAS EMPRESARIAIS

Todos aqueles emprendedores e emprendedoras que pensen que as ideas empresariais de éxito se formulan a través dun proceso de inspiración están moi equivocados ou son potenciais inventores e inventoras.

De igual xeito que cando afrontamos un itinerario de inserción por conta allea adestramos as habilidades relacionadas coa elaboración dun bo currículo, a redacción dunha carta de presentación adaptada, a realización da entrevista de traballo, o seguemento posterior das mesmas, a xestión continuada da nosa axenda de colocación persoal, etc, no intre de nos cuestionar o inicio dunha actividade empresarial temos que estudar e adestrar naquelas técnicas relacionadas co pensamento en termos de xestión empresarial.

Problemal! Esta parte do cerebro témola sen explorar. Cantas veces á semana falamos de fútbol? Cantas veces á semana falamos de política? Cantas veces á semana falamos de crear unha empresa? Non dispoñemos de cultura financeira suficiente e en ningún momento da nosa vida (ata este intre) nos falaron de pensar en crear unha empresa. Non se trata de empezar a motivar en actitudes emprendedoras aos nenos e nenas na escola infantil como fan en Xapón non obstante,...

Cando hai sete anos comezamos a traballar nisto de crear empresas, un emprendedor ou emprendedora preguntábanos *“que podo montar?”*, respondíámoslle *“de sabelo, montabámolo nós”*. Neste camiño percorrido atopámonos cada vez máis xente que nos pregunta *“e que podo montar?”*. A resposta que damos hoxe e hai un ano é a mesma. Os equivocados eramos nós. Unha persoa desempregada de longa duración ten, en moitos casos, a experiencia e os recursos para iniciar unha actividade empresarial. Unha muller con cargas familiares, un desempregado ou desempregada de 45 anos, un mozo ou moza menor de 30 anos,...

O acceso ao mercado laboral por conta allea destes colectivos trázase de xeito incerto. E que podemos dicir dos colectivos en risco de exclusión social?

Queremos presentar un procedemento de formulación de ideas para traballar inicialmente no curso e sobre todo para que aqueles emprendedores e emprendedoras teñan unha ferramenta para practicar.



FONTES DE IDEAS, COMO ATOPAR IDEAS?

1.- A casualidade, a sorte

- As novas necesidades de procesos, *exemplo*:
- Necesidades non satisfeitas, *exemplo*:

2.- Dinmo

- Profesores, *exemplo*:
- Amigos e familiares, *exemplo*:
- Bancos de Ideas, *exemplo*:
- Lecturas, *exemplo*:
- Estudos históricos e de tendencias, *exemplo*:
- Expertos, *exemplo*:
- Futuros clientes, competidores, distribuidores, *exemplo*:

3.- Véxoo

- Cambios na industria ou no mercado, *exemplo*:
- Cambios demográficos, *exemplo*:
- Cambios na percepción da xente, *exemplo*:
- Novos coñecementos, *exemplo*:
- Recursos dos que se dispoñen, *exemplo*:

4.- Busco fóra

- Lecturas, *exemplo*:
- Países ou zonas, *exemplo*:
- Inventos ou patentes, *exemplo*:
- Feiras, congresos, *exemplo*:
- Listado de franquías, *exemplo*:



- Necesidades da industria, *exemplo*:
- Necesidades do consumidor final, *exemplo*:
- Análise de carencias, *exemplo*:
- *Know-how*, *exemplo*:
- Análise da oferta nun segmento concreto, *exemplo*:
- Normativa, *exemplo*:
- Perfeccionar un elo na cadea de valor, *exemplo*:

5.- Busco dentro

- Gozar das afeccións, *exemplo*:
- Experiencias laborais, *exemplo*:
- Experiencias persoais, *exemplo*:
- Punto de vista de consumidor, *exemplo*:
- Desenvolvemento das miñas habilidades, *exemplo*:
- Desenvolvemento dos meus coñecementos, *exemplo*:
- Novas aplicacións a vellos produtos, *exemplo*:
- Solucións ás deficiencias dos produtos e/ou servizos existentes, *exemplo*:

Fonte: Seminario de Xeración e maduración de ideas empresariais.

Bic-Galicia. IGAPE

MADURACIÓN DE IDEAS EMPRESARIAIS

Xa formulamos a idea, tomando un café escribímola nun pano de papel e imos ao banco ou á Xunta. Un momento!

Antes de elaborar o Plan de Empresa debemos madurar esa idea inicial para ver que pinta ten. Levar a cabo a redacción dun Plan de Empresa é unha tarefa laboriosa e custosa. Logo, antes de iniciar este proceso debemos estar razoablemente convencidos de que o proxecto ten trazas de viabilidade.



O tempo e forma deste procedemento de maduración dependerá de cada proxecto concreto. En calquera caso aquí ofrécense dúas ferramentas útiles, na nosa opinión, para acadar tal obxectivo.

En primeiro lugar, por que non analizamos o sistema de franquía para ver como vai en xeral o negocio que queremos montar?

A idea é estudar franquías relacionadas co noso proxecto para seguir enchendo de auga a piscina.

10 Erros evitábeis á hora de pór unha franquía

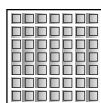
É doado caer na equivocación: as présas, a inexperiencia e a falta de previsión poden acabar producindo erros evitábeis á hora de franquiar unha actividade. Aquí, expoñémosche as situacións máis propensas para que todo se desbarate: analizaas e trata de obter o máximo proveito delas. Non en van,... dos erros apréndese, aínda que sexa tarde.

1. Unha análise incorrecta do modelo de negocio

Se partimos dunha base equivocada, mal nos irá,... Para que seguir? Pode resultar obvio á primeira vista, porén, polo xeral, antes de iniciar a expansión dunha actividade en franquía cómpre ter moi claro que o modelo de negocio resulta franquiable. Non realizar unha análise correcta do mesmo equivale a cometer o primeiro grande e definitivo erro. Dificilmente se solucionará unha vez posto en marcha o negocio. Se os cimentos non son bos e o concepto de negocio dá erros, unha vez que se comece a reproducir, multiplicaranse estes fallos. Solucionalo pasaría por modificar o modelo inicial, negociar cos franquizados e asumir un importante custo económico facilmente evitable.

2. Que o establecemento piloto falle...

Mobiliario, decoración do establecemento, equipos,... Á hora de montar o establecemento piloto hai que ter en conta, non soamente o custo dos elementos, senón o tipo de montaxe, o soporte técnico, o acomodamento a varios formatos de locais, etc. Toda a imaxe que conformará os puntos de venda ten que estar perfectamente definida na formulación do negocio. Este paso vai intimamente ligado ao



anterior; o establecemento piloto é o escaparate do noso concepto de negocio, onde se fixarán as miradas dos futuros franquizados e cuxo modelo de xestión servirá de base para o resto da rede. Polo tanto, para evitar posíbeis erros, habería que agardar a termos a imaxe, mobiliarios e equipos axeitados para *clonar* o establecemento de xeito rápido, eficaz e económico. Iniciar a expansión en franquía doutro xeito diferente a esta é aceptar un risco inútil.

3. Considerar a marca á lixeira

Non é estrano ver como moitas cadeas, tras comezar a se expandir cunha marca pouco acertada ou un logotipo que non reflectía ben as características do negocio, tiveron que dar marcha atrás. Reformulación e busca dunha marca máis axustada á súa realidade. Isto é un problema que non debería darse. A marca e todos os elementos que dependen dela débense considerar dende o principio e non ás toas xa que, en moitas ocasións, un erro na marca condiciona o éxito futuro da empresa. É moi frecuente atoparse con franquías que tiveron que *adaptar* a marca antes de iniciar a súa expansión internacional, ben por un problema de rexistro ou porque foneticamente non soaba ben. O certo é que cómpre ter uns mínimos comportamentos rexistrados dos clientes con respecto á marca, ver como reaccionan. Esa é a mellor proba que podemos ter, posto que unha reorientación da marca co negocio xa en marcha, suporá un desembolso económico de peso.

4. Un manual operativo de andar pola casa

Pode levar aos franquizados a facer o que *queiran*, só porque non existe un bo manual de traballo que recolla e transmita de maneira eficiente o sistema de negocio. Onde radica o problema? Probablemente nunha escasa experiencia do franquizador. Un bo manual vai permitir transmitir máis eficientemente o sistema de negocio, formar máis eficientemente aos franquizados e servir de referencia para o funcionamento diario do establecemento. Débese escribir de xeito claro e inequívoco e cubrir todos os aspectos do negocio. Facelo con présas, de forma pouco exhaustiva, acabará sendo prexudicial para o franquizador, un erro que afectará a posteriori a toda a rede, xa que se falamos de un ou dous franquizados, con tempo e unha boa formación, o problema pódese reconducir, pero se a rede franquizada



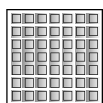
é moi extensa, peligra a estabilidade da franquía. O manual operativo é unha guía de referencia clara do que se espera do franquiado, e por iso debe reflectir claramente todos os aspectos na xestión e desenvolvemento do negocio.

5. Un contrato de franquías a medio facer

O contrato de franquías será o marco fundamental que guiará a relación entre franquizador e franquiado. A súa importancia é, polo tanto, vital. Débese realizar atendendo non só ás necesidades actuais, senón tamén ás futuras. Ten de ser habitual que moitos contratos non teñan en conta aspectos tan importantes para o artellamento dunha cadea de franquías como a futura incorporación dun fondo de publicidade, a redecoración das loxas, a incorporación de novas marcas ou liñas de produto, a venda da cadea de franquías, e moitos outros aspectos que poden condicionar o desenvolvemento futuro da rede. Un mal contrato de franquía cos primeiros franquitados adóitase pagar bastante caro despois. Un exemplo de como un *descoido* no contrato pode afectar ao desenvolvemento futuro é cando non se previra no contrato a creación futura dun fondo de publicidade. Se esta posibilidade non se recolle no contrato, logo, cando con suficientes franquitados se quere comezar a investir en campañas de publicidade para reforzar a marca, podémonos atopar que os novos franquitados teñan a obriga de destinar unha cantidade ao fondo de publicidade, mentres os primeiros non teñen esta obriga. Obviamente, esta situación pode ser moi conflictiva.

6. A mala definición dos canons e *royalties*

Á hora de franquiar hai que ter en conta outros aspectos importantes como é o pagamento de canons que, de non se tratar con rigoroso coidado, poden acabar converténdose no talón de Aquiles da bandeira. A estrutura de canons e *royalties* non se estuda moito. Hai que procurar que sexa xusta para ambos os dous: franquizador e franquiado, equilibrada co valor a longo prazo que se ofrece ao franquiado e que ao mesmo tempo permita obter un rendemento axeitado ao franquizador. Fallar neste campo é un erro grave, con repercusións difíciles de resolver. Adoita ser habitual que o rendemento real que se obtén dun franquiado sexa bastante inferior ao previsto. Ou o que é peor, perderíase diñeiro se se dese o soporte necesario para que funcionase



axeitadamente. O resultado: non se dá o soporte necesario e polo tanto condénase a franquía a un dubidoso futuro.

7. Non decidir correctamente a zona de exclusividade

Cando non se teñen franquizados, establecer unha zona de exclusividade non parece prioritario e acostúmase decidir rapidamente. Isto implica que permite a franquía non ter problemas en conceder zonas de exclusividade moi amplas, que abranguen unha poboación extensa ou *master franquías* rexionais, posto que a eles, nese momento, non lles supón nada. Isto non se percibe como un problema cando apenas se teñen franquizados. Porén, esta situación pode mudar radicalmente e hipotecar o desenvolvemento futuro. Aos que se lles concede a franquía poden considerar que peligra o seu dominio na área de actuación ou, pola contra, o franquizador comprobar que podería vender moitas máis zonas. De feito, en países onde a franquía está algo máis desenvolvida, tende a ser habitual que o franquizador volva mercar a franquía ao franquizado por 4 ou 5 veces o que os franquizados pagaron no seu día por ela. E xa en España, o franquizador debe *indemnizar* ao franquizado porque quere pór unha nova franquía *demasiado* próxima.

8. Formulación errónea das decisións

Que decisións se deixan da man do franquizado e cales corren da man do franquizador? Que quedará nas mans da central? A formación, a elección de cada establecemento, as negociacións coas centrais de compra,... hai aspectos que son exclusivos do franquizador. Porén, tamén hai que establecer unha boa planificación da franquía en todo o que atinxe a: as condicións de compra, a forma de pagamento, o sistema que se ha utilizar para deixar a mercadoría, etc. Chegados a este punto, cómpre ter en conta que un franquizador inexperto soe subestimar os custos que lle van supoñer pór en marcha un establecemento "*seleccionar un franquizado, buscar un lugar, coordinar a montaxe, formación inicial, soporte para dar o primeiro paso...*" e dar soporte a unha rede de franquizados. Unha mala estruturación destas bases dexenerará nun caos difícil de solucionar.



9. Mala organización interna

Os franquidores noveis acostuman carecer dun sistema para recoller e analizar información do franquido, un plan de supervisión ou inspección das franquías, e nin sequera pensaron en como motivar, integrar e fidelizalo. O franquidor debe planificar a formación continua que se vai dar aos seus franquidos, as visitas periódicas, a atención telefónica, as canles de comunicación co franquido, etc. sen subestimar os recursos tanto humanos como materiais que van ser necesarios para levar a cabo e dar soporte a unha rede de franquías. É bastante frecuente e desmoralizante atopar que o franquidor non coñece nin sequera a cifra de facturación dos seus franquidos. Neste caso será bastante difícil poder sequera entender os problemas que poida ter o franquido. Xa non cómpre dicir que se deban prever estes problemas e poder axudar a solucionarlos antes de apareceren.

10. Non coordinar un seguimento axeitado dos franquidos

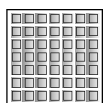
Tamén é fundamental organizar un sistema de supervisión ao franquido, para saber de primeira man como se están facendo as cousas. Tanto mellor se se realiza a través dun sistema de mystery shopper, que poderá facer un informe máis completo. Deixar todos estes elementos desatendidos, confiando en que todo irá ben, é apostar polo colapso da rede de franquías.

FDS Consulting

Franquía ou empresa?

“Existen varios trazos comúns que identifican a un empresario con independencia do país onde estea situada a súa empresa ou a que actividade se dedique. Así, un empresario é a persoa que é capaz de crear e desenvolver a súa empresa arriscando o seu patrimonio, sendo responsábel da súa xestión a través da toma de decisións constantes en temas que afectan decisivamente sobre o produto ou servizo que ofrece e sobre o mercado ao que se dirixe.

O máis apaixonante de ser empresario é a capacidade que se ten de crear, de innovar, de inventar cada día novos produtos ou servizos para lle ofrecer aos seus clientes para así ser máis competitivo e eficaz coa súa competencia.



Outra característica propia dun empresario é a obsesión por medrar, porque cada día o seu proxecto sexa maior e polo tanto poder aplicar así maior número de economías de escala na súa xestión.

O franquiado de calquera rede de franquías é en certo modo un empresario parcial posto que aínda que sen dúbida arrisca o seu patrimonio -ás veces de xeito excesivo polo que obtén a cambio do franquizador- e aínda que xestiona os seus recursos humanos -activo este fundamental en calquera empresa-, porén o propio sistema de franquías córtalle a súa liberdade ao lle impedir crear, elixir e incorporar novos servizos ou produtos que o seu mercado local lle poida esixir.

Na maioría das redes de franquías o crecemento está penalizado, sobre todo no que atinxe ao ámbito xeográfico, posto que aqueles franquitados que adquiren un certo volume de franquías son considerados un perigo potencial polo que supón como ameaza as súas capacidades de presionar ao franquizador.

O modelo empresarial de franquía non acostuma satisfacer plenamente a aqueles que teñen verdadeira vocación empresarial, en troques achega vantaxes para os que decidiron introducirse nun sector e lles falta o *know how* para facelo e, sobre todo, este modelo tan estendido no mundo occidental achega unha proximidade física aos clientes que en moitas ocasións compensa os altos prezos de venda que soen ofrecer.

Quen se beneficia?

En España, ao igual ca no resto de Europa, existen innumerábeis tipos de franquías de todos os sectores; porén convén ter en conta que aínda que existen algúns exemplares, na súa gran maioría son un gran negocio para o franquizador e un mal negocio para o franquiado xa que esixen moito pero dan escasos coñecementos, escasa marca, baixo número de clientes inducidos e xestión de compras pouco eficaz.

Hai persoas que atopan no modelo de franquía unha opción para solucionar o seu problema de desemprego. Así e todo, convén analizar con detalle a decisión de adquirir este tipo de negocio antes de facelo, sendo de grande importancia investigar o que nos ofrece, coñecer o nivel de rotación de franquitados que ten unha determinada marca e, sobre todo, convén realizar un test de campo preguntando a outros franquitados que estean instalados



en zonas similares, pero alonxadas de onde nos queremos establecer para coñecer o seu nivel de satisfacción sen que te consideren unha futura ameaza como competencia.

En suma, cando alguén queira adquirir unha franquía débese cuestionar o mesmo que deberíamos facer cando alguén nos di: *propoñoche un negocio* ao que sempre se debe contestar *para quen, para ti ou para min?* ou é negocio para ambos os dous, franquizador e franquiado, ou pola contra o acordo está abocado a fracasar.

Juan Pablo Lázaro
Presidente da Federación Española
de Comercio Electrónico y Márketing Directo

En segundo lugar, queremos presentarvos outra ferramenta para facer doado o proceso de maduración de ideas empresariais. Falamos das *Guías de actividade empresarial* elaboradas polo BIC-Galicia e o IGAPE.



As guías de actividade empresarial son unha ferramenta que valora actividades empresariais que son significativas no contorno económico de Galicia, dende o punto de vista da competitividade e das oportunidades de mercado. As guías recollen a información básica necesaria para a análise da viabilidade e a orientación do proxecto empresarial nas súas primeiras fases, xa que ofrecen información actualizada para cada unha das actividades analizadas



en aspectos coma o mercado, a competencia, o volume de demanda, a situación da actividade en Galicia, España e Europa, etc.

As guías de actividade están deseñadas, organizadas e realizadas por un equipo de profesionais do Igape - Bic Galicia e da empresa privada, cunha ampla experiencia no apoio a emprendedores.

O obxectivo das guías non se limita unicamente ao apoio a emprendedores, é un instrumento útil tamén para os concellos, as cámaras de comercio, as confederacións de empresarios, institutos de FP e, en xeral, para todos aqueles axentes que teñan algunha participación no impulso económico de Galicia.

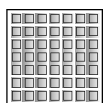
A clasificación das guías responde ao grao de especificidade co que se tratan cada unha das áreas.

Os cinco distintos tipos de Guías ou enfoques que se poden atopar nas Guías de Actividade Empresarial son:

- **Guía de Actividade:** Guía sobre un xeito de facer as cousas para un colectivo específico e unha necesidade concreta. O seu ámbito de competencia adoita transcender o local. Exemplo: Consultora de estudos xeotécnicos.
- **Guía de Microactividade:** Guía sobre un modo de facer as cousas para un colectivo específico e unha necesidade concreta. O seu ámbito de competencia acostuma ser local. Exemplo: Centro de beleza.
- **Guía Sectorial:** Guía que analiza o conxunto de actividades (micro-actividades ou sectores) que comparten tecnoloxía ou modo de facer, con independencia dos colectivos aos que se dirixen. Exemplo: Artesanía.
- **Guía Xenérica:** Guía descritiva de aspectos e elementos funcionais do plan de empresa que comparten todas as actividades (ou micro-actividades) do sector. A guía xenérica caracterízase por non estar adscrita a ningunha actividade (ou microactividade) en concreto. Exemplo: Comercio retalista de alimentación.



- **Guía Derivada:** Guía que analiza determinados aspectos específicos dunha microactividade, previamente caracterizada nunha Guía Xenérica. Unha Guía Derivada sempre ten unha Guía Xenérica que se ve de marco de referencia. Un exemplo sería: Froitaría e verdularía.



AVALIACIÓN DE IDEAS EMPRESARIAIS

Os números, por fin! Imos realizar unha primeira aproximación numérica á análise dun proxecto empresarial.

Supoñamos que no primeiro ano de actividade o beneficio producido é cero. Isto é, os ingresos e os gastos do proxecto iguálanse.

Comecemos polos gastos ou custos. Para calquera empresa pódese establecer unha clasificación de custos que diferencia entre fixos e variables. Un custo é fixo cando se produce independentemente de que se venda ou non, e un custo é variábel cando depende da venda realizada na empresa.

Tende en conta que dentro dos gastos haberán de se considerar, por suposto, os salarios dos socios traballadores.

Vexamos dous exemplos:

CALCULO DO PUNTO MORTO : 1º EXEMPLO*

Empresa de reciclaxe de cartuchos de tinta de impresoras e fotocopiadoras que recolle das empresas os cartuchos gastados, recíclalos e reponos ás empresas a un prezo medio de 1729 ptas. Na empresa traballarían unicamente os dous promotores/as e o transporte da entrega e recollida realizaríano a través dun terceiro que cobra polo servizo realizado. Os dous promotores/as traballarían na empresa.

Gastos fixos anuais:

Soldos	4.200.000	Correo	120.000
SS Autónomos	768.000	Seguro	25.000
IAE	87.500	Mantemento, rep.	75.000
Alugamento local	600.000	Material oficina	42.000
Auga, luz, calefac.	102.000	Total	6.683.500
Limpeza	70.000		
Teléfono e correos	198.000		
Asesoría	396.000		



Custo variable unitario:

(son custes variables medios porque a empresa recicla diferentes tipos de cartuchos)

Custo unitario tinta	176,718	Envoltorio	32,242
Transporte	85,000		
Promoción(3%prezo)	51,877	Total	345,837

Marxe bruta comercial nominal: $(1729 - 345,84) = 1383,16$ ptas

Marxe bruta com.porcentual: $(1729 - 345,84) \times 100: 1729 = 80\%$

Punto morto en núm. de descensos = $6.683.500: 1383,16$ cartuchos

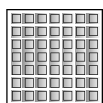
Punto morto en vol.de vendas = $6.683.500: 0,8 = 8.354.375$ ptas.

CALCULO DO PUNTO MORTO : 2° EXEMPLO*

Empresa de deportes de aventura que organiza descensos en canoa por un río. A empresa prové aos clientes do vestiario axeitado (neopreno) trasladádaos até o lugar onde se inicia o descenso e facilita ao monitor que vai seguindo as evolucións dos clientes. O prezo de cada descenso é de 5000 ptas. por persoa. Na empresa traballan de maneira habitual catro persoas e dúas máis durante tres meses ao ano. Tres dos traballadores son socios.

Gastos fixos anuais:

Soldos	7.440.000	Teléfono	264.000
SS Autónomos	1.152.000	Asesoría	72.000
SS Réx. Xeral	1.312.000	Correo	120.000
IAE	75.500	Seguro	100.000
Alugamento local	720.000	Mantemento, rep.	120.000
Auga	120.000	Material Oficina	66.000
Luz	102.000		



Custo variable unitario:

Lavado e secado neopreno	60	Amortizaxe neopreno	30
Gasolina e amort. 4x4	100	Amortizaxe canoas	85
Agasallo / Promoción	175	Total	450

Marxe bruta comercial nominal: $(5000 - 450) = 4550$ ptas

Marxe bruta com.porcentual: $(5000 - 450) \times 100 : 5000 = 91\%$

Punto morto en núm. de descensos = $11.663.500 : 4550 = 2564$ descensos

Punto morto en vol.de vendas = $11.663.500 : 0.91 = 12.817.032$ ptas

*Os datos que constan nestes exemplos non son reais e soamente son válidos a efectos de visualización da operativa de cálculo do punto morto. Os prezos e gastos consignados son todos sen IVE.



PROCESO DE CREACIÓN DUNHA IDEA DE EMPRESA

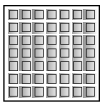
A produción, maduración e avaliación de ideas está dentro do proceso xeral de creación dunha empresa. Este proceso debe incorporar obrigatoriamente un sistema continuo de retroalimentación.

O procedemento para a creación dunha empresa presenta basicamente as fases que se recollen no seguinte esquema:



CLAVES:

- O equipo emprendedor e a idea forman un todo e do seu nivel de identificación vai depender en gran medida o éxito do proxecto.



- A validación inicial da idea de emprego é fundamental. Asesórese.
- Estamos a pensar en termos de empresa. A idea de empresa debe dar resposta a unha serie de cuestións básicas contidas no Plan de Idea de Empresa.
- O traballo realizado até estes momentos non garante nada. Seguiremos a traballar. A seguinte etapa: o Plan de Empresa.
- A forma xurídica, os trámites e as subvencións analízanse ao final do proceso e non ao principio.

“Lembre sempre que, a certa altura, xamais hai nubes. Se as nubes na súa vida lle tapan a luz, é porque o espírito non se elevou o suficiente”

Mark Fisher



LECTURAS RECOMENDADAS

Dossier Emprendedores, “23 negocios para montar ahora”, Revista *Emprendedores* (xuíño 2003)

Actualidad económica (8-21 de setembro de 2003) “Adiós al jefe. Cómo montar su propia empresa en 10 pasos. Así dieron el salto 15 nuevos empresarios”.

Emprendedores (núm. 71 de agosto de 2003) “Los secretos de nueve emprendedores que triunfan”.

Emprendedores (núm. 72 de setembro de 2003) “Franquicia o negocio propio: ¿cuál es la mejor opción?”.

Actualidad Económica (5-11 de maio de 2003) “Por cuenta propia. Sáquele todo el jugo a una feria. Con 12.000 euros basta”.

Marcel Planellas. *De la idea a la empresa*. Gestión 2000. Barcelona, 2002.

Dave Marcum, Steve Smith, Mahan Khalsa. Business Think. *Las 8 reglas clave para tomar decisiones y conseguir resultados*. Gestión 2000. Barcelona, 2002.

Stephen George. *Cómo invertir en las mejores empresas*. Gestión 2000. Barcelona, 2002.

Tunegocio (núm. 2 Outubro 2000) “La franquicia del millón. Ideas para crear una enseña con poca inversión”.

Millionaire (Año IV-núm. 27 febreiro-marzo-2000) “Ideas y oportunidades para emprendedores”.

Enfranquicia (núm. 44 maio de 2002) “120 nuevos negocios en cadena”.

Vicente M. Bello. *Folclore empresarial en estado puro*. Edicións embora (1994)



DIRECTORIO WEB

Revista Emprendedores	www. emprendedores.es
Revista Actualidad Económica	www. actualidad-economica.com
IGAPE BIC-Galicia	http: //guías.bicgalicia.es
Revista Franquicias y Negocios	www.infofranquicias.com
Foro de Capital Risco	www.neotec.cdti.es

ACTIVIDADES

De pretenderdes relacionar os contidos da unidade didáctica coa realidade empresarial da CA de Galicia.

- Buscar en calquera xornal do día novas relacionadas cunha empresa relacionada co contorno xeográfico do curso.
- Tratar de realizar unha clasificación priorizada dos elementos de éxito-fracaso nunha actividade empresarial.
- Realizar unha análise DAFO da capacidade emprendedora de cada alumno e alumna.
- Elaborar un Plan de Idea de Empresa.



BIBLIOGRAFÍA

Michael Michalko. *ThinkerToys Cómo desarrollar la Creatividad en la Empresa*. Gestión 2000. Barcelona, 2001.

Seminario de Xeración e maduración de ideas empresariais. Igape Bic-Galicia.

Encontros de Desenvolvemento Local e Emprego. Concello de Culleredo. Excmá. Diputación Provincial de A Coruña (1996, 1997, 1998, 1999, 2000)

Innovación en la gestión empresarial. Cuadernos de Cinco Días. Ernst&Young. Grupo Endesa, 1997.

Nuevos Yacimientos de Empleo en España. Ministerio de Trabajo e Asuntos Sociais. Subdirección Xeral de Publicacións (xaneiro 1999)

“Os homes de Wu e os de Yueh son inimigos; porén, se están atravesando un río na mesma barca e os pilla unha tormenta axudaranse uns aos outros, ao igual que a man esquerda axuda á dereita”.

SUN TZU”



UNIDADE DIDÁCTICA III PLANIFICACIÓN DA EMPRESA

“ A pesar das melloras recentes, os europeos seguen temendo, sobre todo, as barreiras administrativas que obstaculizan a creación dunha empresa. As novas empresas enfróntanse con dificultades para obter capital de semente e inicial que necesitan. A distribución do risco entre o sector público e mais o privado pode axudar a que aumente a dispoñibilidade de financiamento”.

Libro verde *El espíritu empresarial en Europa*, Bruxelas, 21 de xaneiro de 2003

INTRODUCCIÓN

A decisión de orientar a inserción laboral cara á conta propia obriga a coñecer as **ferramentas** básicas para concluír con éxito o camiño.

Se nun itinerario de inserción por conta allea un documento clave é o currículo, para presentar unha candidatura coherente de autoemprego o documento estratéxico é o **plan de empresa**.

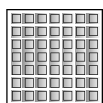
O plan de empresa non é un documento escrito de maior ou menor extensión para solicitar subvencións e gardar na gabeta. O plan de empresa é un compromiso de hoxe cara ao futuro e emporiso require dunha retroalimentación continua.

Este é o traballo fundamental do emprendedor. Mais non ha estar só.

OBXECTIVOS

Co desenvolvemento desta unidade didáctica preténdese:

- Que o alumnado do Plan FIP sexa capaz de realizar unha valoración inicial da **viabilidade** técnica, económica e financeira dunha idea empresarial.
- Que alumnos e alumnas do Plan FIP **reflexionen** sobre a viabilidade comercial do proxecto.



- Que traballen sobre un **Plan de Empresa Real**.
- Que reflexionen sobre o concepto de **microempresa**.
- Que valoren os compromisos que se asumen ao afrontar un proxecto de creación de empresa.
- Que coñezan o **vocabulario técnico básico** preciso para ler un Plan de Empresa.

CONSIDERACIÓNS XERAIS

Que é o autoemprego?

“Este sector económico é o que provoca máis riqueza e emprego en toda España. Só na Coruña somos máis de 60.000 e en toda España calcúlase que rondamos os catro millóns de traballadores”.

Paulino Franco, Presidente Federación de Autónomos de Galicia

Nova definición de microempresas, pequenas empresas e medianas empresas (xaneiro 2005)

A entrada en vigor o día 1 de xaneiro de 2005 da Recomendación da Comisión do 6 de maio de 2003 sobre a definición de microempresas, pequenas e medianas empresas (publicada no DOCE, na serie L núm. 124, do 20 de maio) que substitúe á anterior Recomendación 96/280/CE da Comisión, do 3 de abril de 1996 (publicada no DOCE, na serie L núm. 107, do 30 de abril) obriga a adaptar os requisitos establecidos para microempresas, pequenas ou medianas empresas nos distintos programas do Igape.

A previsión de adaptación á normativa europea xa vén contida nas distintas bases reguladoras, convenios e convocatorias dos programas do Igape, polo que é de aplicación inmediata, sen prexuízo de que para un mellor coñecemento dos interesados se entenda conveniente facer expresamente pública a nova regulación, así como adaptar á nova definición os formularios de certificación da súa condición de PEME que se esixen aos solicitantes nos distintos programas.



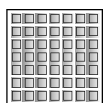
Polo que antecede, e en virtude das facultades que teño conferidas mediante o artigo 12 a) da Lei 5/1992, do 10 de xuño, de creación do Instituto Galego de Promoción Económica, e do artigo 11.1º a) do Decreto 317/1992, do 12 de novembro, polo que se aproba o Regulamento do Igape,

RESOLVO:

1. Facer público que a partir do 1 de xaneiro de 2005, a definición de PEME establecida nos diferentes programas do Igape será a establecida na Recomendación da Comisión do 6 de maio de 2003 sobre a definición de microempresas, pequenas e medianas empresas (publicada no DOCE, na serie L núm.124, do 20 de maio) e que se une a esta resolución como anexo I.
2. O Modelo de certificación de PEME que se xunta como anexo II substituirá a partir do 1 de xaneiro de 2005 os modelos de certificación de PEME establecidos en calquera das liñas de axudas e subvencións do Igape.

Santiago de Compostela, 27 de decembro de 2004.

Margarita Rodríguez Rama
*Directora Xeral do Instituto Galego
de Promoción Económica*



ANEXO I

TÍTULO I. Definición de microempresas, pequeñas e medianas empresas adoptada pola comisión

Artigo 1º. Empresa

Considerarase empresa toda entidade, independentemente da súa forma xurídica, que exerza unha actividade económica. En particular, consideraranse empresas as entidades que exerzan unha actividade artesanal ou outras actividades a título individual ou familiar, as sociedades de persoas e as asociacións que exerzan unha actividade económica de xeito regular.

Artigo 2º.

Os efectivos e límites financeiros que definen as categorías de empresas

1. A categoría de microempresas, pequenas e medianas empresas (PEME) está constituída polas empresas que ocupan menos de 250 persoas e cun volume de negocios anual que non excede dos 50 millóns de euros ou cun balance xeral anual que non excede dos 43 millóns de euros.
2. Na categoría das PEME defínese unha pequena empresa como unha empresa que ocupa menos de 50 persoas e cun volume de negocios anual ou cun balance xeral anual que non supera os 10 millóns de euros.
3. Na categoría das PEME defínese unha microempresa como unha empresa que ocupa a menos de 10 persoas e cun volume de negocios anual ou cun balance xeral anual que non supera os 2 millóns de euros.

Artigo 3º.

Tipos de empresas considerados para o cálculo dos efectivos e os importes financeiros

1. É unha empresa autónoma a que non pode calificarse nin como empresa asociada para efectos do número 2, nin como empresa vinculada para efectos do número 3.
2. Son empresas asociadas todas as empresas que non se poden calificar como empresas vinculadas para efectos do número 3 e entre as cales



existe a relación seguinte: unha empresa (empresa participante) posúe, por si soa ou conxuntamente con unha ou máis empresas vinculadas para efectos da definición do número 3, o 25% ou máis do capital ou dos dereitos de voto doutra empresa (empresa participada)

Unha empresa pode, non obstante, recibir a calificación de autónoma, sen empresas asociadas, aínda que se alcance ou se supere o límite máximo do 25%, cando estean presentes as categorías de investidores seguintes, e a condición de que entre estes, individual ou conxuntamente, e a empresa en cuestión non existan os vínculos descritos no número 3:

- a. Sociedades públicas de participación, sociedades de capital risco, persoas físicas ou grupos de persoas físicas que realicen unha actividade regular de investimento en capital risco (investidores providenciais ou *business angels*) e invistan fondos propios en empresas sen cotización bursátil, sempre e cando o investimento dos devanditos *business angels* na mesma empresa non supere 1.250.000 euros.
 - b. Universidades ou centros de investigación sen fins lucrativos.
 - c. Investidores institucionais, incluídos os fondos de desenvolvemento rexional.
 - d. Autoridades locais autónomas cun orzamento anual de menos de 10 millóns de euros e unha poboación inferior a 5.000 habitantes.
3. Son empresas vinculadas as empresas entre as cales existe algunha das relacións seguintes:
- a) Unha empresa posúe a maioría dos dereitos de voto dos accionistas ou socios doutra empresa.
 - b) Unha empresa ten dereito a nomear ou revogar a maioría dos membros do órgano de administración, dirección ou control doutra empresa.
 - c) Unha empresa ten dereito a exercer unha influencia dominante sobre outra, en virtude dun contrato celebrado con ela ou dunha cláusula estatutaria da segunda empresa.
 - d) Unha empresa, accionista ou asociada a outra, controla soa, en virtude dun acordo celebrado con outros accionistas ou socios da



segunda empresa, a maioría dos dereitos de voto dos seus accionistas.

Hai presunción de que non existe influencia dominante, cando os investidores enunciados no segundo parágrafo do número 2 non teñan implicación directa ou indirecta na xestión da empresa en cuestión, sen prexuízo dos dereitos que lles correspondan na súa calidade de accionistas ou de asociados.

As empresas que manteñan calquera das relacións contempladas no primeiro parágrafo a través doutra ou outras empresas, ou cos investidores enumerados no número 2, consideraranse tamén vinculadas.

Consideraranse tamén empresas vinculadas as que manteñan algunha das devanditas relacións a través dunha persoa física ou un grupo de persoas físicas que actúen de común acordo, se as ditas empresas exercen a súa actividade ou parte dela no mesmo mercado de referencia ou en mercados contiguos.

Considerarase mercado contiguo o mercado dun produto ou servizo situado nunha posición inmediatamente anterior ou posterior á do mercado en cuestión.

4. A excepción dos casos citados no segundo parágrafo do número 2, unha empresa non pode ser considerada como PEME se o 25% ou máis do seu capital ou dos seus dereitos de voto están controlados, directa ou indirectamente, por un ou máis organismos públicos ou colectividade públicas.
5. As empresas poden efectuar unha declaración relativa á súa calificación como empresa autónoma, asociada ou vinculada, así como aos datos relativos aos límites máximos enunciados no artigo 2º. Pode efectuarse esta declaración aínda que o capital estea distribuído de tal xeito que non se poida determinar con precisión quen o posúe, se a empresa declara con presunción lexítima e fiable que o 25% ou máis do seu capital non pertence a outra empresa ou non o ten conxuntamente con empresas vinculadas entre elas ou a través de persoas físicas ou dun grupo de persoas físicas. Tales declaracións non eximen dos controis e verificacións previstos polas normativas nacionais ou comunitarias.



Artigo 4º.

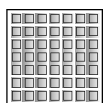
Datos que hai que tomar en conta para calcular os efectivos, os importes financeiros e o período de referencia

1. Os datos seleccionados para o cálculo do persoal e os importes financeiros son os correspondentes ao último exercicio contable pechado, e calcúlanse sobre base anual. Téñense en conta a partir da data en que se pechan as contas. O total de volume de negocios calcularase sen o imposto sobre o valor engadido (IVE) nin tributos indirectos.
2. Cando unha empresa, na data de peche das contas, constate que se excederon nun senso ou noutro, e sobre unha base anual, os límites máximos de efectivos ou os límites máximos financeiros enunciados no artigo 2º, esta circunstancia só lle fará adquirir ou perder a cualidade de media ou pequena empresa, ou de microempresa, se este exceso se produce en dous exercicios consecutivos.
3. En empresas de nova creación que non pecharon aínda as súas contas, utilizaranse datos baseados en estimacións fiables realizadas durante o exercicio financeiro.

Artigo 5º. Os efectivos

Os efectivos corresponden ao número de *unidades de traballo anual* (UTA) isto é, ao número de persoas que traballan na empresa en cuestión ou por conta da dita empresa a tempo completo durante todo o ano de que se trate. O traballo das persoas que non traballan todo o ano ou traballan a tempo parcial, independentemente da duración do seu traballo, ou o traballo estacional, cóntanse como fraccións de UTA. Nos efectivos contabilízanse as categorías seguintes:

- a) Asalariados.
- b) Persoas que traballan para a empresa, que teñan con ela un vínculo de subordinación e estean asimiladas a asalariados conforme o dereito nacional.
- c) Propietarios que dirixan a súa empresa.
- d) Socios que exerzan unha actividade regular na empresa e gocen de vantaxes financeiras por parte da empresa.



Os aprendices ou alumnos de formación profesional con contrato de aprendizaxe ou formación profesional non se contabilizarán dentro dos efectivos. Non se contabiliza a duración dos permisos de martenidade ou dos permisos parentais.

Artigo 6º. Determinación dos datos da empresa

1. No caso de empresas autónomas, os datos, incluídos os efectivos, determinaranse unicamente sobre a base das contas da devandita empresa.
2. Os datos, incluídos os efectivos, dunha empresa con empresas asociadas ou vinculadas, determinaranse sobre a base das contas e demais datos da empresa, ou ben, se existen, sobre a base das contas consolidadas da empresa, ou das contas consolidadas nas cales a empresa estea incluída por consolidación.

Aos datos contemplados no primeiro parágrafo débense engadir os datos das posibles empresas asociadas coa empresa en cuestión, situadas en posición inmediatamente anterior ou posterior a esta. A agregación será proporcional á porcentaxe de participación no capital ou nos dereitos de voto (á máis elevada destas dúas porcentaxes). En caso de participacións cruzadas, aplicarase a porcentaxe máis elevada.

Aos datos contemplados no primeiro e segundo parágrafos engadirase o 100% dos datos das empresas que poidan estar directa ou indirectamente vinculadas á empresa en cuestión e que non fosen incluídas nas contas por consolidación.

3. Para aplicar o número 2, os datos das empresas asociadas coa empresa en cuestión deben proceder das contas, consolidadas se existen, e dos demais datos, aos cales se deberá de engadir o 100% dos datos das empresas vinculadas a estas empresas asociadas, salvo se os seus datos xa se inclúsen por consolidación.

Para aplicar o dito número 2, os datos das empresas vinculadas á empresa en cuestión deben proceder das súas contas, consolidadas se existen, e dos demais datos. A estes deberanse engadir proporcionalmente os datos das empresas que poidan estar asociadas a estas empresas vinculadas, situadas en posición inmediatamente anterior ou posterior a estas, salvo se se inclúsen xa nas contas consolidadas



nunha proporción polo menos equivalente á porcentaxe definida no segundo guión do número 2.

4. Cando nas contas consolidadas non consten os efectivos dunha empresa dada, calcularase incorporando de xeito proporcional os datos relativos ás empresas coas cales a empresa estea asociada, e engadindo os relativos ás empresas coas cales estea vinculada.

TÍTULO II. Outras disposicións

Artigo 7°. Estadísticas

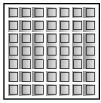
A comisión adoptará as medidas necesarias para adaptar as estatísticas que elabora ás clases seguintes:

- a) 0 a 1 persoa
- b) 2 a 9 persoas
- c) 10 a 49 persoas
- d) 50 a 249 persoas

Artigo 8°. Referencias

1. Toda normativa ou programa comunitario que sexa modificado ou adaptado e mencione o termo PEME, microempresa, pequena empresa, mediana empresa ou termos similares deberase referir á definición que figura nesta recomendación.
2. Con carácter transitorio, os programas comunitarios en vigor que empregan a definición de PEME recollida na Recomendación 96/280/CE continuarán aplicándose en beneficio das empresas que foron consideradas PEME no momento da aprobación dos devanditos programas. Porén, os compromisos vinculantes contraídos pola comisión de acordo cos devanditos programas non quedarán afectados.

Sen prexuízo do primeiro guión, só se poderá modificar a definición de PEME en tales programas se se adopta a definición contida nesta recomendación, de conformidade co número 1.



Artigo 9º. Revisión

Sobre a base dun balance relativo á aplicación da definición que figura nesta recomendación, establecido, como máis tarde o 31 de marzo de 2006, e tomando en consideración eventuais modificacións do artigo 1 da Directiva 83/349/CEE, no referente á definición de empresas vinculadas para efectos da devandita directiva, a comisión adaptará, na medida do posíbel, a definición que figura nesta recomendación, especialmente os límites establecidos para o volume de negocios e o balance xeral para ter en conta a experiencia e a evolución económica na Unión Europea.

“A maioría dos ricos moi poucas veces toman vacacións. Por que teñen que privarse de traballar cando lles gusta tanto? Facelo non sería máis que mortificarse”

Mark Fisher



QUE É UN PLAN DE EMPRESA?

A extensa literatura que existe sobre como elaborar un Plan de Empresa provoca na maioría dos casos un conflito técnico á hora de seleccionar un ou outro. Pensamos que a decisión final pode depender finalmente do tipo de proxecto que vaiamos pór en marcha. E debemos lembrar outra vez a diferenza entre gran empresa, mediana empresa, pequena empresa, microempresa e autoemprego. Sería interesante definir un modelo de Plan de Empresa adaptado a cada unha das definicións anteriores.

Non é o caso do presente manual. Finalmente nós decidímonos por presentar dous modelos. Para PEME facilitaremos o modelo que propón o Ministerio de Economía a través da Dirección Xeral de Política de Pequena e Mediana Empresa. Para microempresa e autoemprego decidímonos polos modelos que propón a Xunta de Galicia no seu *Programa de promoción do emprego autónomo* e *Programa EMEGA*.

O Plan de Empresa é un documento que identifica, describe e analiza unha oportunidade de negocio, examina a viabilidade técnica, económica e financeira da mesma, e formula todos os procedementos e estratexias necesarias para converter a devandita oportunidade de negocio nun proxecto empresarial concreto.

É unha ferramenta imprescindible cando se quere pór en marcha un proxecto empresarial, sexa cal fose a experiencia profesional do promotor ou promotores e a dimensión do proxecto.

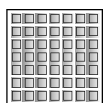
Incluso para empresas xa establecidas, un Plan de Empresa ben deseñado ha ser a base sobre a que se constrúan proxectos de crecemento ou diversificación da actividade principal.

Para que serve un Plan de Empresa?

Obxectivos

A elaboración dun Plan de Empresa ten dous obxectivos concretos:

Por unha banda permite ao promotor dunha oportunidade de negocio levar a cabo un exhaustivo estudo de todas as variábeis que puidesen afectar á



oportunidade en cuestión, achegándolle a información necesaria para determinar con bastante certeza a viabilidade do proxecto. Unha vez en marcha, o Plan de Empresa servirá como ferramenta interna para avaliar a marcha da empresa e as súas desviacións sobre o escenario previsto.

O Plan de Empresa ten tamén como obxectivo o de ser a carta de presentación dos emprendedores e do proxecto ante terceiras persoas: bancos, investidores institucionais e privados, sociedades de capital risco, organismos públicos e outros axentes implicados á hora de solicitar calquera tipo de colaboración e apoio financeiro.

Utilidades

O Plan de Empresa ten diferentes utilidades en función da situación na que se situe o proxecto.

Se a empresa non iniciou as actividades, as utilidades son:

- Guía de planificación empresarial
- Instrumento para a busca de financiamento
- Desenvolvemento de novas estratexias e actividades

No caso de que a empresa xa tivese iniciada a súa actividade, o Plan de Empresa será un documento de referencia para os promotores onde poderán comprobar as desviacións que se estivesen a producir no decurso do proxecto.

Como se elabora un Plan de Empresa?

A elaboración dun Plan de Empresa esixe unha serie de recomendacións mínimas que afectan a aspectos formais do mesmo como vocabulario, estrutura, contido ou a propia presentación do documento, posto que como se indicou ten coma obxectivo ser unha carta de presentación da empresa.

Así e todo, existe unha gran liberdade de acción dependendo do propósito que persiga o noso Plan, as persoas ás que vai dirixido, o sector e mais o tipo de actividade empresarial e incluso o lugar onde se desenvolverá a actividade.



As condicións que debe ter todo Plan de Empresa para que teña utilidade son:

- **Calidade da información.** A información e redacción ofrecida debe ser clara, concisa, veraz e comprobable.
- **Actualidade.** O Plan ha ser un documento que recolla información e datos actualizados, xa que un desfase, aínda que fose pequeno, nos mesmos, sobre todo en proxectos de alto contido tecnolóxico, faríao pouco útil.
- **Totalidade na información.** O Plan de Empresa abranguerá todas as áreas da actividade empresarial, co fin de que o mesmo sexa completo.
- **Unidade de criterio na redacción.** O Plan de Empresas adóitase dirixir a máis dun lector, polo que é importante utilizar unha linguaxe que sexa intelixible por máis dun colectivo: investidores, bancos, provedores, técnicos, etc.

Os redactores de Plans de Empresa que teñan como obxecto produtos ou servizos de alto contido tecnolóxico, deberán facer un esforzo especial por achegar a súa terminoloxía a unha linguaxe comprensible por todos os colectivos interesados.

OBXECTIVOS DO PLAN DE EMPRESA

GARANTIR A VIABILIDADE ECONÓMICA DO PROXECTO

Un proxecto é viábel economicamente cando traballando nun escenario de capacidade produtiva plena, a empresa é capaz de obter un excedente (deducidos previamente todos os custos) suficiente para remunerar aos socios (custo de oportunidade) facer fronte ao custo do financiamento alleo e autofinanciar o crecemento de xeito sustentable.

A viabilidade económica dunha empresa vai depender da viabilidade de cada unha das etapas que compoñen o ciclo de actividade da mesma.

Para a elaboración das **previsións de vendas** débense determinar coa maior precisión posible: liñas de produto/servizo, segmento/s de mercado que se vai atender, competencia, estratexia de prezos, canle ou canles de distribución.



A **conta de resultados** é o documento que reflicte o resultado económico obtido (beneficio ou perda) pola empresa nun determinado período de tempo.

Pero como facer unha conta de resultados a 3 anos?

GARANTIR A VIABILIDADE FINANCEIRA DO PROXECTO

Un proxecto de empresa é viable a longo prazo no eido financeiro cando os recursos que desenvolve a actividade son suficientes para facer fronte ás necesidades financeiras que presenta a empresa. Así pois é certo que no curto e medio prazo as contribucións dos socios e no endebedamento a longo prazo deben contribuir a garantir esa viabilidade financeira. Estas necesidades financeiras refírense basicamente a investimentos de inicio e mantemento, financiamento inicial e de continuación do capital circulante, cancelación de pasivos e absorción de perdas.

A representación da situación financeira da empresa observarase na evolución da **tesouraría**. No curto prazo é máis importante garantir un saldo positivo de tesouraría que obter beneficio. No medio e longo prazo beneficios crecentes coinciden con incrementos dos fluxos de tesouraría.

Pero como facer unha previsión de tesouraría a 3 anos?

Como utilizar a tesouraría como ferramenta de control de xestión cando a efectos fiscais o que determina o rendemento da empresa é o seu beneficio?

GARANTIR A VIABILIDADE TÉCNICA DO PROXECTO...

GARANTIR A VIABILIDADE COMERCIAL DO PROXECTO...



DESCRIPCIÓN TÉCNICA DO CONTIDO DO PLAN DE EMPRESA (MODELO PEME)

1. DATOS BÁSICOS DO PROXECTO

Nome de identificación do proxecto

Débese indicar o nome, o futuro nome, da empresa que realiza o Plan de Empresa.

Localización

Débese indicar a localización xeográfica (provincia, concello,...) onde está ou vai estar a empresa.

Data de inicio

Débese indicar cando comezou a actividade a empresa. No caso que a actividade non tivese iniciado, realizarase unha previsión da data en que se vai realizar.

Tipo de sociedade

Débese indicar o réxime de constitución da empresa. De non estiver constituída, fariase referencia á opción elixida polos promotores.

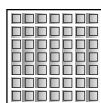
Explicación breve da actividade que se vai realizar

Este punto debe recoller dun xeito simplificado a natureza do negocio, as características do proxecto, o sector de actividade no que se encadra o produto ou servizo, as súas vantaxes competitivas e a base sobre a que se apoian as afirmacións contidas no Plan de Empresa.

Número de traballadores previstos

Débese cuantificar o número de traballadores que ten a empresa.

Cuantificación, en liñas xerais, do investimento preciso e do seu financiamento



Neste caso débese recoller, de xeito resumido, o investimento que se ten previsto acometer, así como a forma de financiamento previsto para os investimentos descritos.

2. PROMOTORES DO PROXECTO

Identificación dos promotores. Datos persoais

Constará neste apartado o nome e os datos persoais dos promotores do proxecto (nome, NIF, enderezo,...)

Breve historial profesional dos promotores

Este punto é fundamental de cara a outorgar credibilidade a un proxecto, posto que os investidores queren saber se o equipo directivo é quen de levar a cabo o negocio.

Débese incluír nel referencias a:

- Perfil dos promotores: educación, experiencia profesional, éxito no mundo laboral, etc.
- Experiencia ou habilidades dos promotores para levaren a cabo o proxecto: que capacidades/experiencias teñen os membros do equipo que fagan posible a posta en marcha e xestión do novo negocio.

Grao de dedicación futura ao proxecto

Neste apartado indícase o grao de implicación que terán os promotores no desenvolvemento do proxecto, pois é ben valorado que os que promoven unha idea empresarial colaboren no progreso da mesma.

3. DESCRICIÓN DOS PRODUTOS / SERVIZOS

Identificación dos produtos / servizos

Neste punto débense describir dunha forma ampla os produtos ou servizos que se van ofrecer.



Descrición das características técnicas dos produtos ou servizos

Este apartado debe conter unha explicación detallada do concepto básico e das características técnicas dos produtos ou servizos.

Debe conter unha indicación expresa das cualidades máis significativas, das vantaxes que achegan, dos soportes tecnolóxicos onde se apoian, ...

Elementos innovadores que incorporan, caracteres diferenciais respecto dos da competencia

Débense recoller as especificacións dos elementos innovadores que incorporan os produtos ou servizos que se van lanzar ao mercado, explicando claramente a diferenciación coa oferta actual dos do resto de competidores existentes.

4. PLAN DE PRODUCCIÓN

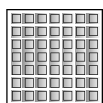
Ten coma obxectivo facer constar todos os aspectos técnicos e organizativos que atinxen á elaboración dos produtos ou á prestación de servizos recollidos no Plan de Empresa.

Descrición técnica

Este apartado debe inserir, no caso de que a actividade estea baseada no desenvolvemento, produción e comercialización dun produto as dúas primeiras fases citadas: o desenvolvemento e produción. De ser un servizo, ao non existir proceso produtivo como tal, falarase de descrición técnica limitándose a realizar unha descrición detallada dos procedementos e as necesidades técnicas onde incorremos á hora de prestar o servizo concreto.

No caso de desenvolvemento e produción, débese comezar considerando a duración dos traballos de investigación e desenvolvemento que levan a configurar totalmente o produto e as necesidades de investimento en equipo humano e de laboratorio, mostras, prototipos, etc., necesarios para conseguir o produto final.

Polo tanto, describiranse aspectos como a asignación de funcións no proceso de desenvolvemento, os riscos e dificultades inherentes ao



proceso, posibilidade de melloras a curto e medio prazo do produto ou en desenvolvemento de novos produtos sinérxicos, os custos do proceso e os dereitos de propiedade derivados do produto.

Descrición do proceso produtivo

Débase prestar atención preferente aos seguintes aspectos:

- Localización xeográfica das instalacións, vantaxes e desvantaxes da opción elixida en termos de man de obra cualificada, custo da mesma, incentivos á localización, normativa ambiental, proximidade ás materias primas, accesibilidade das instalacións, etc.
- Edificios e terreos necesarios, posibilidades de expansión, réxime de adquisición, gastos de manutención, deseño da planta e custo estimatorio das instalacións.
- Equipos necesarios para a fabricación dos produtos ou a venda dos servizos, características, modelos, fórmulas de adquisición, capacidade de produción, custo estimado, calendario das adquisicións e duración dos equipos produtivos.
- Descrición detallada do proceso produtivo, dende a recepción das materias primas ata a almacenaxe e expedición dos produtos. Farase unha comparación con outras empresas do sector que serán presumiblemente competencia directa, resaltando as vantaxes do novo investimento.
- Estratexia do proceso produtivo, decisións de subcontratación, definición dos subcontratados coa súa cualificación e custo, descrición do plan de produción en termos de volume, custo, man de obra, materias primas, xestión de existencias, etc.
- Descrición dos procesos do control de calidade, control de inventarios e procedementos de inspección que garantan mínimos custos e eviten problemas de insatisfacción nos clientes.

5. ANÁLISE DO MERCADO



poderase deseñar unha estratexia de penetración e diferenciación dos mesmos.

Unha análise de mercado debe contemplar os seguintes puntos:

Aspectos xerais do sector

Neste punto deberase estudar, en xeral, o sector onde vai estar o novo produto ou servizo. Téñense que analizar as previsións e o potencial de crecemento do sector, e cómpre afondar en preguntas tales como: é un mercado en expansión ou en decadencia? é un sector concentrado ou fragmentado? existen factores que poden influenciar a actual estrutura de mercado de xeito considerable? novas tendencias da industria, factores socioeconómicos, tendencias demográficas, etc.?

Hai que analizar o tamaño actual do mercado, a porcentaxe de crecemento, ou decrecemento do mesmo e os comportamentos de compra dos clientes potenciais.

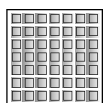
Cientes potenciais

O estudo de mercado debe determinar quen son e serán os clientes potenciais. Estes deben ser clasificados en grupos relativamente homoxéneos con características comúns.

O estudo deberá demostrar o grao de receptividade dos clientes potenciais aos produtos ou servizos ofertados, e igualmente terá que describir os elementos onde os clientes basean as súas decisións de compra (prezo, calidade, distribución, servizo, etc.) No caso de existiren clientes potenciais interesados no produto ou servizo, isto sería moi favorábel de cara a posibles futuros investidores.

Análise da competencia

O promotor debe coñecer o tipo de competidores aos que se vai enfrontar e as súas fortalezas e debilidades. Ha ter información da súa localización, as características dos seus produtos ou servizos, os seus prezos, a súa calidade, a eficacia da súa distribución, a súa cota de mercado, as súas políticas comerciais, etc.



Hai que coñecer aos líderes en cada unha das características vistas anteriormente e a importancia que outorgan ás mesmas os clientes potenciais.

Dentro da análise da competencia, actualmente cómpre ter en conta a globalización da economía, o avance das telecomunicacións, o comercio electrónico, etc.

Barreiras de entrada

O estudo de mercado debe analizar as barreiras de entrada presentes e futuras no mercado para poder determinar a viabilidade previa do acceso ao mesmo e a fortaleza do produto ou servizo nel.

6. PLAN DE MARKETING

O plan de *marketing* ten coma obxectivo a fixación das estratexias comerciais que permitan acadar a cifra de facturación que recollerá a análise económico-financeira.

Debe servir para explotar a oportunidade de negocio e as vantaxes competitivas asociadas á mesma.

Estratexia de prezos

Débense fixar os prezos de comercialización do produto ou servizo e comparalos cos da competencia. A continuación hai que cuantificar a marxe bruta e calcular se esta pode soportar os diferentes tipos de custos e producir un beneficio para a empresa.

No caso de que os prezos dos produtos ou servizos sexan menores cos da competencia, isto deberase explicar no Plan de Empresa aludindo a unha maior eficiencia na produción, menores custos laborais, menores custos na distribución, etc.

Se os custos fosen maiores, habería que explicar o sobreprezo en termos de novidade, calidade, garantía, prestacións, servizo, etc.



Política de vendas

Cómpre describir a composición, modo de contratación e cualificación do equipo de vendas (propios e representantes) tanto ao inicio como a medio e longo prazo.

Máis tarde hai que describir a política de marxes comerciais e medidas de promoción ofrecidas a distribuidores, representantes e comerciantes, e comparar co que fai a competencia. Hanse presentar as vendas estimadas por cada representante ou membro do equipo de vendas, os incentivos deseñados para diferentes volumes e os custos totais da actividade de vendas e a súa porcentaxe con respecto á facturación total estimada.

Farase referencia aos períodos de cobros a clientes e outras consideracións coma son descontos, anticipos, *rappels*, etc.

Promoción e publicidade

O plan de marketing ha describir as fórmulas que se van empregar para atraer aos clientes potenciais. É importante elaborar un plan de medios que recolla as medidas promocionais en que se pensa incurrir, tales como *mailings*, presentacións en feiras, artigos e anuncios en revistas especializadas, etc.

Canles de distribución

É importante estudar cales serán as canles de distribución que se van utilizar, a política de descontos e marxes aos mesmos, a importancia dos custos de distribución con respecto aos custos de comercialización e as posibilidades de exportación facendo referencia á distribución internacional, transporte, seguros, cobros a clientes internacionais, etc.

Servizo de posvenda e garantía

Débase cuantificar a importancia que para o cliente potencial ten contar con tales servizos. Hai que especificar o tipo de garantía que se ofrece, a súa duración temporal, quen se encargará do servizo posvenda e os custos en que se incorre, e comparalos co ofertado pola competencia.



7. ORGANIZACIÓN E PERSOAL

Este apartado do Plan de Empresa ten coma obxectivo garantir o correcto funcionamento dos diferentes departamentos da empresa, así como unha apropiada coordinación dos mesmos.

Debe incluír unha descrición detallada das funcións de todos os postos da empresa, directivos e de liña. Para cada persoa que ocupe un posto de responsabilidade é necesario describir con detalle a súa experiencia profesional e a súa especialización nunha determinada área funcional. Estas referencias fan que aumente a confianza dos posibles investidores no equipo xestor.

Tamén convén describir as responsabilidades e tarefas concretas que cada membro da organización exercerá no proxecto. En canto ao persoal de liña, cómpre recoller as categorías laborais que existirán na empresa, as tarefas que se van desempeñar por cada unha desas categorías, o convenio laboral ao que se acollen os traballadores, as fórmulas de contratación e mais o número de traballadores por categoría e posto establecendo quendas de traballo que garantan o correcto funcionamento da empresa, e finalmente a remuneración correspondente a cada grupo de traballadores.

Tamén é importante facer referencia á política global da empresa na área de recursos humanos, onde queden establecidos os plans de formación e especialización para todo o persoal, as fórmulas de promoción e ascensos, e todo aquilo que teña referencia con temas sociais na empresa.

Igualmente cómpre confeccionar un organigrama da empresa por áreas de actividade e que recolla as persoas específicas que ocupen cada posto de traballo. Se for posible, deberíase facer, cando menos, un cadro semellante ao que se indica, onde se poida ver o número de traballadores e o departamento ao que pertencen.

8. PLAN DE INVESTIMENTOS

Este punto reflicte a decisión de investir nunha empresa, e plasmarase no destino que se dará a uns fondos financeiros para obter unha serie de recursos necesarios para a realización dun determinado proceso produtivo.



Investimentos en Activos fixos

Ao falarmos neste punto de Plan de Investimentos hai que facer referencia ao que se denomina de xeito xenérico activos fixos, que constitúen un investimento a longo prazo e é unha parte do investimento global da empresa.

A primeira decisión de tipo estratéxico que cómpre formularse é a situación, considerada en moitos casos vital para a viabilidade dun proxecto e que condicionará no futuro o desenvolvemento do mesmo.

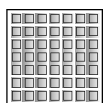
En ocasións, e dependendo da actividade, non ten especial relevancia a localización.

Noutras ocasións, as características técnicas do produto, a natureza do servizo, a tecnoloxía e outras moitas razóns fan que a localización da empresa sexa un problema importante. Ás veces son decisións das administracións (subvencións, infraestruturas, etc.) as que condicionan a localización da empresa.

Entre os factores de localización que hai que valorar están os seguintes:

- A proximidade co mercado obxectivo
- A proximidade respecto ás materias primas
- Custo de transporte
- Oferta da man de obra cualificada
- Existencia de boas vías de comunicación
- Nivel de equipamento da zona
- Posibilidade de ter empresas auxiliares nas proximidades
- Previsión de futuras ampliacións

Unha vez determinado o emprazamento da empresa, haberá que determinar a natureza e características dos activos inmovilizados necesarios para o desenvolvemento da actividade.



A empresa non se enfrenta a unha soa alternativa de investimento, senón a varias con características diversas, polo que cómpre un estudo das características técnicas, custo de adquisición, gastos operativos, vida técnica, etc.

Outra das decisións que se teñen de realizar neste apartado é determinar se se deben adquirir os bens novos ou usados. Para a elección débense ter en conta tres factores: o prezo, as condicións de utilización e as posíbeis subvencións pola adquisición de activos novos.

Tamén hai que se cuestionar se é preferíbel mercar ou alugar os diferentes conceptos do activo. Esta decisión ten un carácter económico financeiro, que inclúe consideracións de carácter fiscal. Non convén esquecer neste tema, o compoñente estratéxico de optar por ter a propiedade dos bens ou unicamente o dereito de uso dos mesmos.

A estrutura dos activos fixos que conforman a empresa, xa sexan novos ou usados, é a seguinte:

Inmovilizado material

Son investimentos que realizará a empresa e que se materializarán en bens mobles ou inmoables tanxibles que non se destinarán á venda ou transformación.

Terán un período de duración superior a un ano e o seu deterioro ou contribución ao proceso produtivo materializarase a través das amortizacións anuais (agás os terreos).

Dentro deste capítulo estarían:

- Terreos
- Edificacións e construcións:
- Traballos de planificación, enxeñaría do proxecto e dirección facultativo
- Traídas e acometidas de servizos
- Urbanización e obras exteriores
- Oficinas e laboratorios



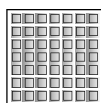
- Servizos sociais e sanitarios do persoal
- Almacéns de materias primas
- Edificios de produción
- Edificios de servizos industriais
- Almacéns de produtos terminados
- Outras construcións
- Instalacións:
 - Eléctricas en xeral e especiais
 - Instalacións de climatización. Xeradores térmicos
 - Instalacións de auga en xeral e especiais
 - Instalacións de seguridade e hixiene
- Equipos de medida e control
- Outras instalacións internas
- Maquinaria e ferramentas:
 - Maquinaria de proceso
 - Ferramentas e útiles
- Elementos de transporte interior
- Mobiliario e equipamento
- Equipos informáticos e de procesamento da información
- Elementos de transporte
- Outros materiais inmovilizados

Inmovilizado inmaterial

Son investimentos ou elementos patrimoniais intanxíbeis que ten a empresa con carácter estable e que son susceptibles de ser valorados economicamente.

Dentro deste capítulo os máis frecuentes son:

- Gastos de investigación e desenvolvemento



- Concesións administrativas
- Propiedade industrial
- Fondo de comercio
- Aplicacións informáticas
- Dereitos de traspaso

Gastos amortizábeis

Son aqueles gastos en que se incorre ata o comezo da actividade. Forman parte deles os gastos de primeiro establecemento e os gastos de constitución. Teñen consideración de gastos plurianuais e polo tanto susceptibles de seren amortizados anualmente.

Os máis comúns son os dos avogados, notarios, rexistros, etc. ligados á constitución da personalidade xurídica da empresa.

Inmovilizado financeiro

Constitúeo fundamentalmente:

- Investimentos financeiros permanentes
- Fianzas e depósitos
- Investimentos financeiros en empresas do grupo

Investimento en capital circulante

O investimento vencellado ao ciclo de explotación da empresa denomínase capital circulante, e determina o volume de recursos financeiros que un proxecto necesita ter de xeito permanente para facer fronte ás esixencias do proceso produtivo.

Período de maduración é o tempo que transcorre entre a adquisición das materias primas e o cobro do produto das vendas, e determina con outros factores o volume de fondos necesarios para o capital circulante.

Tamén se pode dicir que o capital circulante é o activo circulante menos o pasivo circulante.



Nas partidas que acostuman conceptuarse como circulante destacan:

Activo circulante

- Caixa e bancos
- Clientes, debedores e efectos para cobrar
- Existencias de materia prima
- Existencias de produtos semielaborados
- Existencias de produtos rematados
- Inversións financeiros a curto prazo

Pasivo circulante

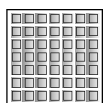
- Provedores e acredores
- Efectos para pagar
- Anticipo de clientes
- Empréstimo a curto
- Impostos que se teñen que pagar

9. PREVISIÓN DE CONTA DE RESULTADOS

A conta de resultados é aquela que recolle as diferenzas xurdidas no decurso dun período contable entre as correntes de ingresos e gastos imputábeis ao mesmo.

Resume as operacións da empresa durante o período considerado, xeralmente un ano, indicando os ingresos por vendas e outras procedencias, o custo dos produtos vendidos, todos os gastos en que incorreu a empresa e mais o resultado económico.

A conta de resultados non soamente recolle o dato numérico do beneficio ou a perda, senón que cribando os seus compoñentes chégase a coñecer o porqué do devandito resultado. Así pois, analizando a dita conta e a súa composición as empresas poden coñecer se a marcha da súa explotación é a estimada.



A análise da conta de resultados, e da súa distribución, permite coñecer os resultados ocasionados pola propia empresa (autofinanciamento) no período. Por outra banda, a obtención dun beneficio ou dunha perda e onde se produciron ofrece unha información imprescindible para a análise da xestión realizada, a evolución da situación actual e a previsión sobre o futuro da empresa.

Aínda que non existe un formato único, a estrutura que figura deseguido ofrece as partidas típicas das contas de resultados das empresas comerciais e industriais.

- Variación de existencias (1)
- + Ventas brutas (2)
- devolucions
- rebaixas
- bonificacións
- = Ventas netas (3)
- custo das vendas (4)
- = Beneficio bruto de explotación (marxe bruta) (5)
- gastos de venda (comerciais) (6)
- gastos xerais e de administración (7)
- amortizacións (8)
- = Beneficio neto de explotación (ordinario) (9)
- + ingresos extraordinarios (10)
- gastos financeiros (11)
- = Beneficio antes de intereses e impostos (BAII) (12)
- gastos financeiros (13)



= Beneficio antes de impuestos (BAI) (14)

– previsión de impuestos (15)

= Beneficio neto despois de impostos (16)

+ amortizacións

= *Cash Flow* (17)

(1) VARIACIÓN DE EXISTENCIAS

Recolle a diferenza entre as existencias iniciais e as finais de produtos, materias primas ou outros aprovisionamentos. Considérase coma un ingreso se é positiva, e se é negativa considérase un gasto minorando o resultado.

(2) VENDAS BRUTAS

Inclúe o total dos ingresos por vendas realizados no período.

(3) VENDAS NETAS

Obtense como diferenza entre as vendas brutas e a suma dos descontos, bonificacións ou rebaixas en vendas e as devolucións ou vendas anuladas.

(4) CUSTO DAS VENDAS

Representa o custo dos produtos vendidos, é dicir, o que costou producir o que se vendeu. Isto inclúe:

- Consumo de materias primas e materiais
- Man de obra directa
- Outros gastos de fabricación (amortización, enerxía, supervisión, etc.)

(5) BENEFICIO BRUTO DE EXPLOTACIÓN

É a diferenza entre as vendas netas e o custo das vendas.



(6) GASTOS DE VENDA

Representan os gastos comerciais imputables ás vendas do período. Inclúe soldo de vendedores, comisións de venda, gastos de envío, publicidade, exposicións, etc.

(7) GASTOS XERAIS E DE ADMINISTRACIÓN

Recolle os gastos derivados da actividade administrativa que ten toda empresa. Hai que engadir os soldos e gastos de oficina, soldos de directivos, alugamentos, material de oficina, asesoría, xestoría, etc.

(8) AMORTIZACIÓNS

É a representación contable da depreciación monetaria que no transcurso do tempo sofren os activos inmovilizados que teñan para a empresa unha vida útil non ilimitada mais si superior a un período contable.

A excepción dos terreos, que non se amortizan, a maioría dos activos inmovilizados teñen unha vida útil de duración limitada. Posto que a contabilidade rexistra inicialmente no activo o inmovilizado ao prezo de adquisición, parece lóxico repartir ese gasto entre cada un dos períodos contables que constitúen a vida útil. Esta corrección valorativa considérase un gasto do exercicio aínda que non supoña unha saída efectiva de recursos da empresa.

(9) BENEFICIO NETO DE EXPLOTACIÓN

É a diferenza entre o beneficio bruto e mais os gastos de venda, xerais, administrativos e as amortizacións.

(10) INGRESOS EXTRAORDINARIOS

Inclúe calquera beneficio resultante de operacións non habituais e a empresa, como as plusvalías por vendas de activos inmovilizados etc.

(11) GASTOS EXTRAORDINARIOS

Son gastos non periódicos orixinados por operacións non habituais pola empresa, tales como perdas ou depreciacións do inmovilizado etc.



(12) BENEFICIO ANTES DE INTERESES E IMPOSTOS (BAII)

É a diferenza entre o beneficio neto de explotación e os gastos, menos os ingresos extraordinarios.

(13) GASTOS FINANCEIROS

Son os gastos efectuados pola empresa en comisións bancarias, comisións e intereses por desconto de efectos, intereses de empréstitos, en definitiva todos os gastos que teñan unha natureza financeira.

(14) BENEFICIO ANTES DE IMPOSTOS

É a diferenza entre o beneficio antes de intereses e impostos e os gastos financeiros.

(15) PREVISIÓN DE IMPOSTOS

É o importe previsto do Imposto de Sociedades que ten que pagar a empresa correspondente ao período considerado.

(16) BENEFICIO NETO DESPOIS DE IMPOSTOS

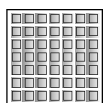
É a diferenza entre o beneficio neto antes de impostos e a previsión para impostos.

(17) *CASH FLOW*

O *cash flow* ou fluxo de caixa é a suma do beneficio neto máis as amortizacións, xa que estas non supoñen unha saída de recursos da empresa.

10. FINANCIAMENTO PREVISTO

O propósito dun plan financeiro é avaliar o potencial económico dun proxecto empresarial e o de presentar alternativas viables de financiamento para o mesmo.



Balance

O balance é un documento contable que reflicte a situación da empresa nun momento determinado, na medida en que a dita situación é expresable en termos monetarios.

Constitúe un resumo ou fotografía instantánea da situación da empresa, tendo, polo tanto, un carácter estático, fronte ao senso dinámico da conta de resultados e o estado de orixe e aplicación de fondos.

O balance considérase como a representación integral dun patrimonio dunha empresa nun determinado momento, é dicir, a representación por separado do conxunto de bens e dereitos posuídos pola empresa (activo) e do conxunto de obrigas que ten contraídos fronte aos propietarios e fronte a terceiros (pasivo).

Así pois, os recursos totais que posúe unha empresa nun intre determinado pódense ordenar segundo a súa procedencia ou orixe (pasivo) e a utilización que se fixo deles.

En definitiva, o activo e o pasivo non son máis ca clasificacións diferentes dunha mesma cantidade: os recursos totais, o que implica o cumprimento da identidade fundamental da contabilidade: Activo total = Pasivo total.

Estados de orixe e aplicación de fondos

O estado de orixe e aplicación de fondos é un método para analizar o fluxo sucesivo. Estes dous momentos coinciden coa data dos balances, ao inicio e ao final do período.

O estado de orixe e aplicación de fondos tan só describe movementos netos e non os movementos totais de cada conta. O movemento neto de fondos obtense compensando os créditos e débitos de cada conta no período considerado.

A elaboración do devandito estado efectuarase limitándose ao emprego da información financeira contida no balance e na conta de resultados.

A base para a análise da orixe e emprego de recursos durante un período contábel está en que:



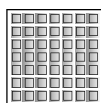
- os fondos son proporcionados por terceiros (aumento de recursos de terceiros) ou polos propietarios (aumento de recursos propios achegados) ou polas operacións, ou pola liberalización do diñeiro utilizado anteriormente en activos (diminucións de contas de activos)
- os recursos así obtidos son utilizados para aumentar os activos existentes (aumento das contas de activos) ou para reducir débedas (diminución de recursos de terceiros) ou para pagar dividendos, impostos ou outras obrigas contraídas.

11. VALORACIÓN DO RISCO

Neste apartado débense valorar os riscos que existen na posta en marcha dun proxecto empresarial ou o lanzamento dun novo produto.

O Plan de Empresa debe engadir unha descrición dos riscos e das posibles circunstancias adversas que atinxan á empresa, ao persoal, á aceptación do noso produto ou servizo polo mercado, a atrasos no lanzamento do produto ou servizo, ou á obtención dos recursos financeiros necesarios.

Do mesmo xeito, a valoración de riscos debe facer referencia a factores externos como recesión, aparición de novas tecnoloxías, reacción dos competidores, cambios na demanda, etc., e tamén nas posibles medidas correctoras que se poidan aplicar.



EXEMPLOS PRÁCTICOS DO PLAN DE EMPRESA (MODELO MICROEMPRESA): PROGRAMA DE AUTÓNOMO

A continuación presentárase o contido mínimo que se debe reflectir na memoria explicativa do proxecto, podendo o solicitante, se o considera conveniente, ampliar a información que deseguido se detalla:

1. Datos persoais

Nome e apelidos		DNI
Enderezo		Cód. Postal
Localidade	Provincia	Teléfono

2. Antecedentes laborais

Actividades profesionais realizadas	Por conta allea	Por conta propia	Duración

3. Características xerais do proxecto

3.1. Descrición da nova actividade

Sinalar en que consiste a nova actividade laboral que se vai desenvolver e a localización territorial da mesma:

3.2. Forma de constitución

Sociedade Civil

Comunidade de bens



4. Plan de investimentos e o seu financiamento

4.1. Plan de investimentos

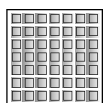
Investimento	Importe	% (*)
Fianzas por alugamento de locais		
Compra de locais		
Traspaso do negocio		
Acondicionamento		
Instalacións		
Maquinaria		
Mobiliario		
Ferramentas		
Elementos de transporte		
Equipos para procesos de información		
Leasing (arrendamento financeiro con opción de compra)		
Gastos de constitución e posta en marcha		
Existencias iniciais (primeiras compras de produtos)		
Outros		
Total de gastos de investimento (1) (IVE non incluído)		

(*) Porcentaxe de participación do solicitante no total do investimento

4.2. Financiamento dos investimentos

Recursos financeiros	Importe
Fondos propios	
Empréstimo acollido ao convenio coa Consellería	
Outras fontes de financiamento	
Total do financiamento (1)	

(1) A suma do total do investimento e o total do financiamento deben coincidir



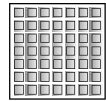
5. Conta de perdas e ganancias prevista para o primeiro ano de actividade

(A) Ingresos	Importe
Vendas	
Prestacións de servizos	
Outros ingresos	
Total de ingresos	

(B) Gastos	Importe
Compras de mercadorías, materias primas e outros aprovisionamentos	
Arrendamentos	
Servizos profesionais independentes	
Transportes	
Primas de seguros	
Subministracións (auga, electricidade, etc.)	
Tributos	
Soldos e salarios	
Seguridade Social	
Gastos financeiros	
Dotacións por amortizacións	
Total de gastos	

Beneficio previsto = Total A – Total B

Nome, apelidos e sinatura do solicitante ou representante:



EXEMPLO PRÁCTICO DE PLAN DE EMPRESA (MODELO MICROEMPRESA): PROGRAMA EMEGA

<i>Procedemento</i> PROGRAMA EMEGA	<i>Código do procedemento</i> FM429A	<i>Documento</i> SOLICITUDE
--	--	---------------------------------------

Datos de identificación do solicitante

Persoa física individual

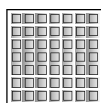
<i>Nome e apelidos</i>		<i>DNI Número</i>	<i>Teléfono</i>
<i>Actividade da empresa que vai crear</i>		<i>Enderezo</i>	
<i>Localidade</i>	<i>Concello</i>	<i>Provincia</i>	<i>Código Postal</i>

Persoas físicas que solicitan c onxuntamente

<i>Nome</i>		<i>DNI Número</i>	<i>Actividades da empresa que vai crear</i>
<i>Teléfono de contacto</i>		<i>Enderezo</i>	
<i>Localidade</i>	<i>Concello</i>	<i>Provincia</i>	<i>Código Postal</i>

Persoas xurídicas

<i>Nome</i>		<i>DNI Número</i>	
<i>Teléfono</i>		<i>Enderezo</i>	
<i>En representación legal de (Entidade, denominación)</i>	<i>Tipo de sociedade ou natureza</i>	<i>Actividade da empresa que vai crear</i>	
<i>Localidade</i>	<i>Concello</i>	<i>Provincia</i>	<i>Código Postal</i>



Datos de identificación do solicitante

Nome e apelidos		DNI Número		
Enderezo				
Localidade	Concello	Provincia	Teléfono	Fax

Idade

Menores de 25 anos De 25 a 35 anos De 36 a 49 anos Máis de 50 anos

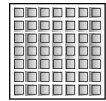
Nivel de formación	Cursos de Formación Ocupacional
--------------------	---------------------------------

Ten experiencia laboral?	Ten experiencia laboral relacionada coa actividade para a que solicita a subvención?
<input type="checkbox"/> Si Anos <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Si Anos <input type="checkbox"/> Non

Nome da empresa	Localidade
-----------------	------------

Descrición da idea / actividade
Estado actual do proxecto
<input type="checkbox"/> Proxecto – Proposta <input type="checkbox"/> Posta en marcha

Necesidades que pretende cubrir	
Clientes aos que o produto / servizo se destina	
Ten experiencia no mercado?	Ten conexión co mercado?
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Anos de experiencia	
Cal?	
Cal é a competencia?	



Prazo de execución do proxecto

<i>Data de inicio dos investimentos</i>	<i>Data de inicio da actividade</i>	<i>Data de alta no imposto de actividades económicas</i>
---	-------------------------------------	--

Postos de traballo 1

	Promotora / s	Outros
Mulleres en mellora de emprego		
Mulleres en paro		
Mulleres en paro longa duración		
Homes		
Total de Empregos		

Forma xurídica da empresa

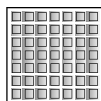
Autónoma
 Sociedade Anónima
 Cooperativa

Sociedade Limitada
 Cooperativa de bens
 Outras

En caso de persoas xurídicas, indicar

Socia	% Capital
Fondos propios	
Empréstimo acollido ao convenio coa Consellería	
Outras fontes de financiamento	
Total do financiamento (1)	

(1) O número de postos de traballo previstos neste punto deberá coincidir exactamente cos sinalados no anexo III.



Memoria económica
Programa de investimentos

Concepto	Importe (miles de ptas.)	Importe (miles de euros)
Terreos		
Edificios e outras construcións		
Maquinaria		
Instalacións e ferramentas		
Elemento de transporte		
Mobiliario e utensilios		
Equipos e informáticos		
Dereitos de traspaso		
Depósitos e fianzas		
Custos de adaptación / Reforma locais (2)		
Provisión de fondos (1)		
Totais		

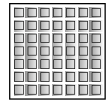
(2) Indicar neste caso o tipo de actuación e desagregar por partidas seguintes

Concepto	Man de obra	Materiais	Total (miles de ptas.)	Total (miles de euros)

Programa de financiamento inicial

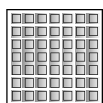
Concepto	Importe (miles de ptas.)	Importe (miles de euros)
Contribución das promotoras		
Empréstitos (Concedidos)		
Créditos		
Subvencións concedidas		
Outros(1)		
Total financiamento		

(1) Indicar calquera outro concepto non especificado anteriormente



Conta de resultados

Concepto	Ano 2003	
	Miles de pesetas	Miles de euros
Ingresos		
Vendas.....
Subvencións á explotación
Ingresos financeiros
Outros ingresos
(1) Total Ingresos
Custos
Compras
Variacións existenciais.....
Servizos exteriores		
Material de oficina
Alugamento locais
Alugamento maquinaria.....
Reparación e conservación
Servizos profesionais independentes. Xestoría
Transportes.....
Primas de seguros.....
Servizos bancarios
Publicidade, propaganda e relacións públicas.....
Subministracións (Auga, electricidade e consumibles)
Outros servizos
Tributos		
(Impostos, taxas, contribución, etc.).....
Custos de persoal		
Saldos e salarios
Seguridade Social por conta da empresa.....
Outros custos de persoal
Custos financeiros		
Xuros.....
Outros custos financeiros.....
Dotación para amortizacións		
Amortización de custos.....
Amortización do inmovilizado
(2) Total gastos
(1-2) Diferenza



CUESTIÓN I: PRINCIPAIS TRÁMITES PARA A POSTA EN MARCHA DUNHA ACTIVIDADE EMPRESARIAL

Vostede adíquese ao seu e contrate os servizos de asesoría... *pero isto non significa que non deba saber que é un balance...*

Certificación negativa da denominación

É unha certificación que acredita que o nome elixido non coincide con outro no Rexistro Mercantil Central.

Debemos enviar un só nome?

Estatutos sociais e escritura pública de constitución

Os estatutos sociais son as normas que van rexer o funcionamento da sociedade. Recoméndase que a súa redacción sexa realizada por profesionais do dereito aínda que tamén o poden facer os socios. A escritura é o documento que recolle a vontade dos socios de se constituíren en sociedade mercantil e será redactada por un notario.

E se non constituímos sociedade?

Código de identificación fiscal. C.I.F.

É a identificación das sociedades a efectos fiscais. No caso dun empresario individual o seu NIF fará as funcións de CIF Este código solicítase na Delegación Provincial da Axencia Tributaria correspondente ao domicilio fiscal da sociedade.

E se temos algún tipo de gasto antes da constitución da sociedade?

Imposto sobre transmisións patrimoniais

Trátase dun imposto que se aboará unha vez sexa outorgada a Escritura pública nas delegacións provinciais da Consellería de Economía e Facenda da Xunta de Galicia.

Canto supón este imposto?



Declaración censual de inicio de actividade

Este trámite supón a declaración de inicio, modificación ou cese de actividade dunha sociedade e debe realizalo toda persoa física ou xurídica que inicie actividades empresariais na Axencia Estatal de Administración Tributaria correspondente.

E se iniciamos a actividade antes de presentar esta declaración?

Imposto sobre actividades económicas. IAE

A alta no IAE realizarase ante a Axencia Estatal de Administración Tributaria correspondente. Dende o 1 de xaneiro de 2003 exímese do pagamento deste imposto aos empresarios individuais e a aquelas sociedades que facturen un volume inferior a un millón de euros en cada exercicio.

Cantos IAE pode ter unha empresa?

Que implicacións fiscais supón?

Inscripción da sociedade no rexistro mercantil

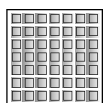
Este é un trámite obrigatorio de inscrición da empresa. Deberase realizar no Rexistro Mercantil Provincial no prazo de dous meses dende que é outorgada a escritura pública.

Dilixencia de libros de actas, rexistro de accionistas e calendario laboral

Toda empresa deberá ter debidamente legalizados o libro de matrícula do persoal, onde han figurar os traballadores que prestan ou prestaron servizos na empresa; o libro de visitas onde consten as actas que levante a inspección de traballo. A empresa deberá elaborar e expor, nun lugar ben visíbel e en cada centro de traballo, un calendario laboral.

Solicitude de inscrición da empresa na seguridade social

Todo empresario que empregue traballadores por conta allea debe solicitar a inscrición da súa empresa na Seguridade Social. Nesta solicitude indicaranse todos os datos que permitan identificar á empresa, así como o sector laboral ao que pertence. Unha vez inscrita no



correspondente rexistro, asignaráselle un número patronal de inscrición e o número de identificación do centro de traballo.

Alta nunha mutua patronal

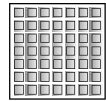
Outro dos requisitos que se deben cubrir é a alta no sistema de cobertura de accidentes de traballo e enfermidades laborais, que se inscribirá na mutua elixida pola empresa.

Licenzas e permisos municipais

Para a posta en marcha de calquera actividade comercial, industrial ou de prestación de servizos, o empresario necesitará a licenza municipal de actividades e instalacións que se tramitará nas oficinas do Concello. Para efectuar calquera tipo de obra que afecte á estrutura ou fachada dun local, precisarase dunha licenza que se ha solicitar na Concellaría de Urbanismo e Obras do Concello.

Canto tempo tardamos en obter este permiso?

Como se articula este trámite dentro da SLNE?



CUESTIÓN II: ANÁLISE DE FORMAS XURÍDICAS

Personalidade	Forma	Núm. de socios	Capital	Responsabilidade	Fiscalidade directa
Persoas físicas	Empresario individual	1	Non existe mínimo legal	llimitada	IRPF (rendementos por actividades económicas)
	Comunidade de bens	Mínimo 2	Non existe mínimo legal	llimitada	IRPF (rendementos por actividades económicas)
	Sociedade civil	Mínimo 2	Non existe mínimo legal	llimitada	IRPF (rendementos por actividades económicas)

Personalidade	Forma	Número de socios	Capital	Responsabilidade	Fiscalidade directa	
Persoas xurídicas	Sociedades mercantis	Sociedade colectiva	Mínimo 2	Non existe mínimo legal	llimitada	Imposto de sociedades
		Sociedade de responsabilidade limitada	Mínimo 1	Mínimo 3.012 €	Limitada ao capital achegado	Imposto de sociedades
		Sociedade Limitada Nova Empresa	Mínimo 5	Mínimo 3.012 € Máximo 120.202€	Limitada ao capital achegado	Imposto de sociedades
		Sociedade Anónima	Mínimo 1	Mínimo 60.101,21 €	Limitada ao capital achegado	Imposto de sociedades
		Sociedade Comanditaria por Accións	Mínimo 2	Mínimo 60.101,21 €	Socios comanditarios: llimitada Socios comanditarios: Limitada	Imposto de sociedades
		Sociedade Comanditaria simple	Mínimo 2	Non existe mínimo legal	Socios colectivos: ilimitada Socios comanditarios: limitada	Imposto de sociedades
	Sociedades mercantis especiais	Sociedade Laboral	Mínimo 3	Mínimo 60.101,21 € (SAL) Mínimo 3.005,06 € (SLL)	Limitada ao capital achegado	Imposto de sociedades
		Sociedade Cooperativa	Mínimo 3	Mínimo fixado nos Estatutos	Limitada ao capital achegado	Imposto de sociedades (Réxime especial)
		Sociedade de Garantía Recíproca	Mínimo 150	Mínimo 1.803.036,30 €	Limitada	Imposto de sociedades
				Sociedades de Capital-Risco Mínimo: 1.202.024,20 €		
		Entidades de Capital-Risco	Consello de amon: mínimo 3	Fondos de Capital-Risco: mínimo 1.652.783,30 €	Limitada	Imposto de sociedades



CUESTIÓN III: FISCALIDADE DA MICROEMPRESA

Consellos para profesionais autónomos

Quedan poucos días para que remate o ano e é un bo momento para reflexionar sobre como mellorar o peche do exercicio fiscal.

Non é aconsellábel facer unha recomendación de forma xeral en actuacións puntuais encamiñadas a rebaixar a factura fiscal deste exercicio, en tanto que tales actuacións dependerían moito das circunstancias persoais, polo que un so factor podería recomendar o contrario. Así a todo, aproveitando este momento, si que sería oportuno reflexionar sobre que facer para mellorar a estrutura patrimonial, fiscal e financeira de cara a unha maior optimización en vindeiros exercicios, e a unha mellor transmisión sucesoria.

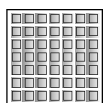
Neste senso, propoñemos o seguinte decálogo, onde se concretan unha serie de suxestións, algunhas de contido moi amplo e outras moito máis definidas, que poderían servir de referencia para levar a cabo unha boa planificación fiscal. Comentámolas deseguido:

1. **Seleccionar o réxime de tributación:** xeralmente adoita ser mellor tributar polo de estimación obxectiva que ten como lindes máximos os 450.000 euros anuais de rendementos íntegros ou 300.000 euros en compras de bens e servizos sen engadir a adquisición de inmovilizado. Porén, puidese darse a ocasión de houber casos nos que fose máis interesante facelo polo de estimación directa. Convén facer cálculos e valoracións, e para modificalo habería que renunciar a el antes de concluír o exercicio precedente a cando se quixese instaurar.
2. **Constitución dunha sociedade:** ás veces considérase a conveniencia de constituír unha sociedade co único obxectivo de tributar ao 35% do imposto de sociedades, inclusive ao tipo do 30% para empresas de reducida dimensión, no canto de facelo a tipos máis altos en renda, por exemplo ao 45%. Niso habería que considerar os custos adicionais de achega á sociedade dos bens afectos, se os houber, así como o que suporía dispor despois dos recursos que fora producindo esta para fins particulares: vía dividendos, reducións de capital, etc. En tales casos, en numerosas ocasións os devanditos custos non aconsellan a constitución dunha sociedade. Esta opción é aconsellábel cando, por exemplo, se quere separar o patrimonio empresarial do



persoal, protexendo este último, ou cando a titularidade compartida así o aconselle.

3. **Actividade de arrendamento de bens inmobles:** cando se ten en arrendamento un patrimonio inmobiliario significativo, cuxas rendas supoñen máis do 50% da base imponible , podería ser interesante darse de alta en actividades empresariais ou crear unha sociedade. Bastaría con destinar un local á xestión do negocio, o cal podería ser en propiedade ou alugado, e de escasos metros, e contar cunha persoa contratada a tempo completo. Isto conferiría a exención no imposto do patrimonio a todos eses inmobles, así como a redución do 95% no de sucesións e doazóns, o cal suporía un aforro importante.
4. **Patrimonio afecto:** é conveniente considerar como tal todo aquilo –móbel ou inmóbel– que é necesario para o desenvolvemento da actividade. Ademais de gañar a axención en patrimonio e a redución do 95% en sucesións, conséguense outros aforros vía amortizacións, gastos, etc.
5. **Fondo de comercio e dereito de traspaso:** en relación co punto anterior, cómpre sinalar que ambos os dous conceptos son considerados pola Lei como “inmobilizado inmaterial”, susceptibles de seren amortizados durante un máximo de 20 anos, o cal pode supor un aforro significativo nas contas anuais.
6. **O financiamento alleo como vehículo de aforro:** ás veces, inda que se teña o capital suficiente para abordar proxectos e/ou investimento, pode resultar interesante buscar un financiamento externo cuxos intereses reducirían a base imponible , e obter así un aforro significativo que podería chegar deica o 45%, mantendo por outra banda o aforro estable .
7. **Materializar plusvalías e actualizar valores:** posto que entre os cambios fiscais que pretende abordar o novo Goberno está o da eliminación ou modificación do réxime transitorio no tratamento das plusvalías, isto é, eliminar ou limitar as porcentaxes de desgravación naqueles elementos ou activos adquiridos con anterioridade ao ano 1995, sería interesante, dependendo das circunstancias de cada quen, valorar o grao de conveniencia ou non de levar a cabo a materialización de tales plusvalías aproveitando os coeficientes redutores aos que agora se teñen dereito, algúns dos cales conferiría a exención total, antes de



que sexan eliminados ou modificados. Loxicamente, levar a cabo unha actuación dese tipo antes de coñecer que é o que vai a pasar co devandito réxime é unha aposta. Non obstante, cómpre supor que unha modificación dese tipo no deixe moitas posibilidades de actuación, unha vez se coñécese

8. **Planificar a transmisión sucesoria:** cómpre planificar con tempo a transmisión do negocio familiar, para ter preparada a sucesión en debida forma e co menor custo fiscal posíbel. Emporiso cómpre ter presente moitos dos puntos comentados con anterioridade, sobre todo os que dan a exención do 95% na transmisión. Non é menos importante ter prevista a distribución do patrimonio entre os diferentes herdeiros, o réxime de compensacións, etc. Todo isto é importante para non danar a continuidade do negocio.
9. **Posibilidade de doar co 95% de exención** se se cesa na actividade. Relacionado co punto anterior, convén ter presente tal posibilidade, posto que non hai necesidade de agardar polo falecemento do titular do negocio ou da actividade para proceder á transmisión.
10. **Contar con bos asesores:** nestes casos é máis necesario, se cómpre, contar cuns bos asesores, fiscais, xuristas e economistas que valoren de xeito correcto e coa proxección suficiente o alcance destas e outras medidas, todo iso aténdose ás circunstancias persoais de cada caso, sendo ás veces conveniente contrastar opinións.

ARO - Asesoramiento Integral



CUESTIÓN IV: PRODUTOS FINANCEIROS

Cantas veces foi vostede a negociar unha operación financeira co seu banco? Todo o mundo ten unha conta corrente. Comprobamos ao final de ano canto pagamos en canto a comisións? Limos a letra pequena do contrato que asinamos para darlle uso á tarxeta? Se queremos negociar algún asunto, que referencia tomamos para saber se as condicións que nos ofrecen son razoábeis? Con cantas entidades financeiras debemos traballar? Unha ou máis de unha?

Empréstito ou crédito?

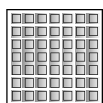
As palabras *empréstito* e *crédito* acostúmanse usar, normalmente, como sinónimos pola maioría das persoas, así e todo, na práctica financeira corresponden a produtos diferentes.

A adquisición dunha vivenda ou de determinados bens cun prezo elevado require, polo xeral, perder diñeiro prestado a unha entidade financeira para poder facer fronte ao pagamento inmediato. As formas máis comúns de pedir capital son mediante a solicitude dun empréstito ou un crédito bancario. En ocasións, non se teñen claras as diferenzas entre un produto e outro, o que dificulta a elección dun deles.

A finalidade do financiamento é determinante para optar por un empréstito ou un crédito. O mellor produto será o que máis se axeite ás necesidades específicas do solicitante. Así, se desexa investir nun artigo cuxo prezo coñece (vivenda, vehículo,...) é recomendábel o empréstito. Este produto financeiro está destinado á adquisición de bens de longa duración e na maioría dos casos son empréstitos persoais, que se conceden a particulares para uso privado.

Pola contra, os créditos son máis útiles para profesionais autónomos ou empresarios, xa que os axuda a afrontar as faltas de liquidez momentáneas e porque os seus investidores son en circulante, é dicir, en algo que se pode volver vender. Tamén é mellor o crédito para aquelas persoas con ingresos regulares que queiran ir dispoñendo do capital segundo as súas necesidades en cada momento.

Financeiramente ambos os dous consisten nunha prestación de fondos a un terceiro durante un período de tempo, pero existen diferenzas entre eles. Un



empréstito é o contrato mediante o cal, a entidade bancaria entrega ao cliente unha cantidade fixa de diñeiro, obrigándollo a devolver xunto cos intereses pactados de acordo a un calendario fixado de pagamentos.

No crédito, a entidade comprométese a pór á disposición do solicitante fondos ata un límite determinado, baixo unhas condicións e durante un prazo. Os intereses páganse polas cantidades realmente dispostas, xa que o cliente non ten a obriga de utilizar todo o diñeiro que se puxo á súa disposición. Polo tanto, o resto do capital segue dispoñíbel na conta de crédito sen devengar intereses ata que non sexa utilizado. Os movementos realizados polo cliente veránse reflectidos nunha conta corrente.

Vantaxes e inconvenientes

Como principal vantaxe dos empréstitos podemos considerar que adoitan ter tipos de interese menores, inda que iso si, deberanse pagar intereses pola totalidade do importe concedido.

A xestión e administración deste produto é máis barata e para o consumidor é máis clara dende o punto de vista da aplicación fiscal, previsión de cancelación, etc. Como a amortización se realiza por cotas regulares ben sexa mensual, ben trimestral, ben semestralmente o cliente pódese organizar mellor e prever os pagamentos periódicos. Para a concesión dun empréstito normalmente esíxense garantías persoais ou reais. Posto que as condicións do empréstito están en función das garantías económicas do cliente, como a nómina e avais financeiros.

En canto ao crédito, a diferenza esencial e principal vantaxe con respecto ao empréstito é que ao final do contrato existe a posibilidade de renovación e ampliación do límite dispoñíbel. Ademais, pódese renovar cantas veces se precise. Tamén é posíbel cancelar parte da débeda total cando se desexe, o que provocará unha redución do pagamento de intereses.

Entre os inconvenientes deste produto está que é máis caro co empréstito e o prazo de amortización é moito máis curto. Ao igual que no empréstito, hai comisións, mais non son as mesmas, porque no crédito existe a comisión de dispoñibilidade. Esta comisión calcúlase sobre o saldo non disposto segundo uns vencementos, ou tenden a esixir cláusulas de utilización mínima. Todo isto débese a que o banco está retendo uns fondos para o cliente e non lle reportan ningún beneficio. Grazas a estas comisións evítase que o



solicitante pida un crédito por unha cantidade máis elevada do que realmente vai precisar.

Ambos os dous produtos pódense formalizar por intervención de fedatario público ou mediante unha póliza. Este último procedemento é máis simple e económico. Nalgúns casos, como nos empréstitos hipotecarios, esíxese escritura pública.



LEASING

Que é o *leasing*?

A través do *leasing*, un empresario pode usar un ben, moble ou inmovible, pagando unha renda periódica tal se fose un alugamento por un tempo determinado a un arrendador -a sociedade de *leasing*-, propietario do devandito ben, a cal adquire o mesmo no seu propio nome para cedelo ao arrendatario.

Unha vez rematado o contrato, o empresario-arrendatario ten tres posibilidades:

- Adquirir a propiedade do ben exercitando unha opción de compra. Neste último caso adquirirá o ben mediante o pagamento do denominado valor residual. Isto é, do prezo orixinario fixado para o ben, serán deducidas aquelas cantidades que, durante a vixencia do contrato, se tivesen pagado. Valor residual que, en todo caso, se deberá reflectir no propio contrato de *leasing*.
- Subscribir un novo contrato de *leasing* sobre o mesmo material.
- Devolveo á entidade que llo emprestou.

A maior vantaxe do *leasing* é que o empresario obtén un financiamento do 100% do investimento, polo que non ten que facer desembolsos iniciais. Polo tanto, é un produto axeitado para as empresas de nova creación, con escaseza de recursos e tamén para as empresas que queiran renovarse tecnoloxicamente.

Que pode financiarse mediante un contrato de *leasing*?

Mediante un contrato de *leasing* pódense financiar bens mobles e inmoibles.

Bens mobles: inclúese o financiamento de bens de equipo, maquinaria en xeral, ferramentas, vehículos industriais e comerciais, equipos técnicos, de oficina, etc.

Bens inmoibles: todo tipo de edificios, loxas, despachos, oficinas, plantas industriais, e incluso edificios sen construír, en cuxo caso a sociedade de *leasing* pode adquirir a propiedade da parcela e construír a obra.



Tanto os bens mobles coma os inmobles **deben ir destinados a unha actividade produtiva con fins agrarios, industriais, comerciais ou profesionais ou de servizos**. Aínda que noutros países europeos se poden financiar vivendas mediante o *leasing*, a lexislación española non permite aínda este tipo de operación inmobiliaria.

Como funciona o *leasing*?

Mediante o pagamento dunha **cota mensual** durante un prazo determinado, prazo durante o cal a compañía de *leasing* aluga o ben ao arrendatario. Unha vez finalizado o contrato pódese dar calquera das devanditas tres situacións expostas.

Cal é a duración mínima dun contrato de *leasing*?

A duración mínima dun contrato de *leasing* de bens mobles é de dous anos.

A duración mínima dun contrato de *leasing* de bens inmobles é de dez anos.

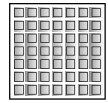
Que tipos de *leasing* hai?

- **Financeiro.** Este é o *leasing* propiamente dito. Neste interveñen tres persoas: o usuario ou arrendatario que terá o dereito do uso do ben; a sociedade de *leasing* ou arrendador, que adquire o ben que necesita o usuario e llo cede por un período de tempo determinado coa opción á compra (a súa finalidade non é vender bens, senón emprestar un servizo financeiro); e, finalmente, o provedor, que vende o ben á sociedade de *leasing* para que llo ceda ao usuario.

Que debe figurar no contrato de *leasing*?

Nun contrato de *leasing* debe quedar especificado:

- O tipo de interese nominal que afectará á operación para a liquidación dos intereses.
- A periodicidade e datas das devolucións.



- Comisi3ns e gastos.
- Os dereitos contractuais en canto 3 modificaci3n do tipo de interese e a s3a comunicaci3n ao usuario.
- Os dereitos sobre un pos3bel reembolso anticipado das cotas.

Nas cotas de arrendamento financeiro deben quedar diferenciadas claramente a parte que corresponde 3 devoluci3n do custo do ben e aos intereses da operaci3n, e o valor de opci3n 3 compra ou valor residual, as3 como o lugar e a data da restituci3n do ben se non se exerce a opci3n 3 compra.

Cales son as obrigas do arrendatario e do arrendador?

O arrendatario corre cos riscos t3cnicos e econ3micos: deber3 aboar as cotas, os impostos e gastos previstos, dar un uso axeitado ao ben, dedicalo 3 actividade pactada e mantelo en perfecto estado.

As3 mesmo, o arrendatario ten a obriga de contratar un seguro que cubra ao arrendador de posibles danos sobre o ben.

Ademais, non se lle permite en ning3n dos casos subarrendar o ben a terceiros.

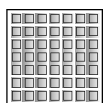
Arrendador

O arrendador corre cos riscos derivados do impagamento de cotas e da devoluci3n do ben se non se exerce o dereito 3 compra.

O arrendador ten a obriga de dar ao usuario o equipo que este especifique e poder3 inspeccionar o estado de conservaci3n do equipo e o uso que se lle d3 por parte do cliente.

Cal 3 a fiscalidade do *leasing*?

O *leasing* ten un moi bo tratamento fiscal, debido a que as cotas son deduc3beis fiscalmente.



Esas cotas teñen dúas partes diferenciadas:

- a carga financeira satisfeita á entidade arrendadora (intereses) que sempre se considera como un gasto ou partida deducible; e
- a parte correspondente á recuperación do custo do ben (amortización)

No caso de sociedades ou de empresarios profesionais suxeitos ao réxime de estimación directa, estes deducirán no Imposto sobre Sociedades ou, de ser o caso, no IRPF, a parte da cota correspondente á carga financeira e, con determinados límites, a correspondente á amortización do custo do ben, excluído o valor da opción de compra. Isto rexe a excepción de terreos, parcelas ou outros activos non amortizables. Por exemplo, nun *leasing* inmobiliario, onde se adquire o terreo para a construción do edificio, o primeiro non é amortizábel, polo que a parte correspondente á recuperación do custo do ben do terreo non poderá deducirse.

En calquera caso, o importe da cantidade deducíbel non poderá ser superior ao resultado de aplicar ao custo do ben o dobre do coeficiente máximo de amortización lineal, segundo as táboas de amortización oficiais. De se exceder a cantidade, poderase deducir nos períodos impositivos posteriores, sempre que se respecte o mesmo límite.

No caso de empresarios acollidos ao réxime de estimación obxectiva (módulos) non poden deducir as cotas de *leasing* como gasto.

Quen paga o IVE no *leasing*?

O *leasing* evita ao cliente o pagamento do IVE da compravenda, que corre a cargo da entidade de *leasing*.

Este aspecto é especialmente interesante en operacións de importes elevados, xa que o cliente tardaría bastante tempo en recuperar o IVE.

Quen pode ser Sociedade de *Leasing*?

Segundo a lexislación española, o arrendador ten que ser unha empresa especificamente constituída para desenvolver este tipo de actividade, como as sociedades de arrendamento financeiro e institucións de crédito e bancarias.



Necesita a autorización do Ministerio de Economía e Facenda e debe estar inscrita no Rexistro especial para este tipo de entidades que existe no Banco de España.

Pode o cliente vender o ben obxecto de *leasing* durante a vixencia del?

Si, para iso ten dúas opcións: Prepagamento ou Novación.

1. A través de **prepagamento**: Posto que a través dun so contrato, se poden financiar un ou máis bens, existe o prepagamento total ou parcial dependendo do que se estea a ellear.
2. A través de **novación**: o cliente pode vender os seus bens en *leasing* traspasando (ou novando) o contato, co que se manteñen as condicións de financiamento. Para estes casos, o novo cliente debe ser avaliado e aprobado pola instancia de riscos correspondente.

As cotas poden ter unha periodicidade distinta á mensual?

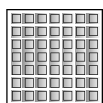
Si, poden ser semestrais, trimestrais, se é aprobado polo comité de riscos do banco ou sociedade de *leasing*.

O cliente pode ceder a opción de compra a un terceiro?

Si, debéndose materializar a través dun documento notarial denominado Cesión de opción de compra e no que se estableza un prezo de traspaso que sumado ao monto da opción de compra corresponda ao valor comercial do ben.

Se o cliente devolve o ben antes de cancelar a última cota de arrendamento, cesa a súa obriga co Banco ou a Sociedade de *leasing*?

Non, o cliente deberá continuar cancelando o seu contrato de *leasing*.



Que custos hai nun *leasing*?

1. Comisións de apertura de estudos: A contía destas comisións é, ben unha porcentaxe sobre o valor do ben en cuestión do *leasing*, ben unha cantidade en euros. Estas comisións páganse tras asinar o contrato.
2. Carga financeira: Son os intereses que leva consigo o *leasing*. O normal é que se pacte unha cota conxunta de recuperación do capital máis intereses con vencemento ao inicio do período. Isto é, que tras asinar o contrato pagárase a primeira cota.
3. Seguros: É obrigatorio asegurar os bens obxecto do *leasing*. O seguro corre da man do arrendatario.
4. Impostos: Ás cotas e ao valor residual débesele sumar o IVE aplicábel segundo o ben do que se trate:
 - a. Material e instalacións de tipo sanitario: 7%
 - b. Vehículos de minusválidos: 4%
 - c. Resto das operacións: 16%

No momento da contratación ademais, pode que haxa que pagar o Imposto sobre Transmisións Patrimoniais no caso de se tratar de bens inmobles e, no caso de se formalizar o *leasing* en escritura pública, o Imposto sobre actos xurídicos documentados.

5. Valor residual: É a cantidade cuxo pagamento á fin do contrato dá a propiedade do ben arrendado ao arrendatario. En operacións de *leasing* mobiliario adoita ser unha cota máis ou unha pequena porcentaxe do valor do ben.
6. Normativa aplicable:
 - a. *Lei 26/1988, do 29 de xullo*, de disciplina e intervención das entidades de crédito. Aquí defínense as operacións de *leasing*.
 - b. *Circular 8/1990* do Banco de España (sobre contratación e protección á clientela) á que están sometidas todas as entidades que poden realizar operacións de *leasing*.



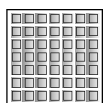
Vantaxes e inconvenientes

Vantaxes

- Financia o 100% do prezo.
- Ofrece beneficios tributarios, de acordo coa lexislación vixente.
- Os canons son considerados 100% gasto e diminúen a base de tributación.
- Incentiva a reemprazar o equipo xa avellentado e protexe contra a inflación, por canto que o uso do ben se obtén a cambio do pagamento duns canons de arrendamento establecidos no momento da sinatura do contrato.
- Liberdade de decisión nun momento dado se prefire adquirir un ben ou simplemente empregalo nun prazo de tempo para logo desfacerse del.
- Non é obrigada a adquisición do ben ao finalizar o contrato.

Inconvenientes

- O carácter irrevogábel que ten implica un compromiso desta natureza durante un determinado período de tempo.
- As cláusulas penais previstas para o caso de que o arrendatario incumpra algunha das obrigas establecidas no contrato.
- Un ben pódese alugar cunha opción de compra nun momento específico, e ese prezo pode ser máis barato no futuro.
- Os intereses son gastos que non son asumidos de se producir unha compra.
- O prezo do valor residual do produto que se arrenda pode converter o prezo final do ben en cuestión nun produto caro.



MODELO DE CONTRATO DE LEASING

REUNIDOS

Don, xerente da empresa, constituída en escritura pública outorgada perante Don, notario de, e inscrita no Rexistro mercantil con data de de de, libro, tomo, folio....., con CIF núm., e co domicilio social en, rúa....., con poderes de representación conforme á escritura pública autorizada por Don, notario de..... con data de de de, a partir de agora arrendador, dunha parte;

Acordan celebrar o presente CONTRATO DE LEASING, de acordo coas seguintes

Estipulacións

- I. A empresa entrega en arrendamento á empresa a maquinaria da súa propiedade especificada no anexo 1 do presente contrato para (especificar a finalidade) sen que a mesma poida ser utilizada para fins distintos sen autorización expresa da empresa arrendadora.
- II. A empresa arrendataria inspecciona a maquinaria confirmando que goza de perfecto estado para o uso ao que vai ser destinada.
- III. O presente contrato comeza o día de hoxe, finalizando na data de de de, sendo prorrogábel por igual período de tempo de forma tácita, a non ser que algunha das partes manifeste no prazo de meses anterior ao remate do contrato a súa intención de non o prorrogar.
- IV. O prezo do arrendamento é de euros, fraccionándose en mensualidades, pagando a empresa á empresa arrendadora a cantidade de euros mensuais, nos cinco primeiros días de cada mes, ingresando a devandita suma na conta que a empresa..... ten aberta na entidade bancaria, sucursal, número de conta



- V. Neste acto a empresa arrendataria entrega á arrendadora a cantidade de euros correspondentes á primeira mensuralidade, servindo o presente contrato como carta de pagamento.
- VI. Polo presente contrato a empresa entrega á empresa arrendadora a cantidade de euros en garantía do cumprimento das obrigas. A dita suma reintegrarase cando a empresa arrendataria devolva a maquinaria en bo estado, tendo cumprida a súa obriga de pagar as rendas.
- VII. A empresa arrendataria obrígase a coidar diligentemente da maquinaria e conservalas en perfecto estado para o seu uso, correndo da súa man os gastos de reparación e manutención necesarios.
- VIII. Se ao remate da vixencia do presente contrato a empresa arrendataria cumpriu coa obriga de pagamento das mensuralidades poderá exercitar o dereito de opción de compra da maquinaria relacionada no anexo 1.
- IX. Se a empresa arrendataria opta por exercer o dereito de opción de compra deberá aboar á empresa arrendadora o prezo residual de euros.
- X. A empresa arrendataria obrígase a subscribir póliza de seguro sobre a maquinaria detallada no anexo 1 do presente contrato contra posibles riscos, na que figurará como tomadora do seguro, figurando a empresa como beneficiaria, correndo da man da empresa arrendataria o importe das primas e mais os incrementos futuros.
- XI. O arrendador poderá rescindir o presente contrato se o arrendatario non cumpre coa súa obriga de pagar as mensuralidades establecidas ou outra obriga que derive do presente contrato.
- XII. Para resolver calquera cuestión derivada do presente contrato as partes sométense expresamente aos tribunais de, con renuncia do foro propio.

Conformes, asinan o presente contrato de *leasing*, por duplicado e a un só efecto, Don, como xerente da empresa, e Don, como xerente da empresa

En a de de



Nota:

Os contratos mercantís poden ser intervidos polo axente mediador colexiado conforme ao art. 93 do Código de Comercio, o cal establece que "os axentes colexiados terán o carácter de notarios en canto se refira á contratación de efectos públicos, valores industriais e mercantís, mercadorías e demais actos de comercio comprendidos no seu oficio, na praza respectiva.

Han levar un libro-rexistro consonte ao que determina o artigo 27, asentando nel pola súa orde, separada e diariamente, todas as operacións nas que tivesen intervido, podendo, ademais, levar outros libros coas mesmas solemnidades.

Os libros e pólizas dos axentes colexiados farán fe en xuízo".

Ademais hai que atender ao art. 1429.6 da LEC que establece como título executivo "as pólizas orixinais de contratos mercantís, asinadas polas partes e polo axente de cambio e bolsa ou corredor de comercio colexiado que os interveñan, con tal que se acompañe certificación na que os ditos axentes acrediten a conformidade da Póliza cos asentos do seu libro-rexistro e a data destes".

De intervir o axente mediador no presente contrato, incluírase a cláusula que se acompaña a continuación:

Este contrato foi formalizado coa intervención de Don, axente mediador oficial, para todos os efectos legais oportunos, incluíndo os sinalados na LEC no seu artigo 1429.6, así como nos arts. 58 e 93 do Código de Comercio, e demais lexislación aplicable.

E en proba da súa conformidade as partes outorgan e asinan o presente contrato por triplicado e para un só efecto, do que eu, o axente, dou fe, feitas as advertencias legais, así como da capacidade legal para contratar e identidade dos contratantes e da lexitimidade das súas sinaturas e de todo o disposto no presente contrato, que asino e selo en a de.....



RENTING

Que é?

É un contrato polo que unha das partes, a sociedade de *renting*, obrígase a ceder a outra, o arrendatario, o uso dun ben por un tempo determinado a cambio do pagamento dunha renda periódica.

O pagamento da renda inclúe o dereito ao uso do equipo, a manutención do mesmo e un seguro que cubre os posibles sinistros do equipo.

Que bens poden ser obxecto de *renting*?

Os bens obxecto das operacións de *renting* han ser **bens mobles non funxibles** (os que non se consumen co uso, por exemplo, mazás) posto que, por unha banda, o Código Civil en España exclúe do arrendamento de cousas os bens funxibles, isto é, os que se consumen co uso. Os bens poden ser tanto produtivos como de consumo. Estas operacións son axeitadas para bens que teñen unha depreciación acelerada no mercado.

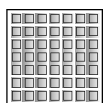
Cal é a renda que hai que pagar neste contrato?

A **contraprestación** no contrato de *renting* é periódica e establécese consonante a criterios de mercado, así como en función dos pactos sobre as posibilidades de substitución do ben e sobre a inclusión de servizos complementarios (manutención, seguros, impostos, etc.).

A renda poderá ser fixa para todo o período contractual ou variábel en relación co índice de prezos ao consumo ou outro pactado.

Cal será a duración dun contrato de *renting*?

A **duración** do contrato será a establecida polas partes, se ben pode preverse a posibilidade de prórrogas ao seu vencemento. Aínda que pode pactarse unha **opción de compra** ao remate do contrato, isto non é necesario nas operacións de *renting*.



Quen poden realizar operacións de *renting*?

Aínda que os contratos de *renting* son unha das actividades que a lexislación bancaria permite realizar ás sociedades de arrendamento financeiro, tamén pode ser realizada por calquera compañía non sometida á dita lexislación.

Cal é a fiscalidade do *renting*?

No imposto de Sociedades, a renda satisfeita será gasto deducible.

No réxime ordinario, o IVE por el soportado ao pagar a renda será deducíbel na súa totalidade tras efectuar a súa declaración polo imposto, cos mesmos condicionantes que no *leasing*.

Nin no réxime simplificado nin no recargo de equivalencia existen deducións, co que non é posíbel deducir o imposto soportado.

Cales son as vantaxes e inconvenientes dun contrato de *renting*?

Vantaxes:

- Económicas

- Posibilidade de gozar do ben sen realizar un desembolso nin un investimento. Non inmoviliza recursos da empresa en bens que necesitan continua renovación.
- Permite unha mellor adaptación á evolución tecnolóxica dos equipos existentes no mercado, ou á evolución da propia empresa.

- Contables:

- Os bens en *renting* non se incorporan ao inmovilizado da empresa.
- Os bens en *renting* non se reflicten no balance da sociedade, alixeriándose.
- Unha operación de *renting* ten unha administración moi sinxela.



- Diminúe o número de documentos (só unha factura) e de provedores.

- Fiscais:

- O alugamento é 100% gasto fiscalmente deducíbel.
- Evita calquera controversia sobre a amortización do equipo xa que non é propiedade do arrendatario.
- Non existe opción de compra a favor do arrendatario tras o remate do contrato de arrendamento.

Diferenzas entre *leasing* e *renting*

- Finalidade:

No contrato de *renting* non hai opción de compra ao final do contrato, non obstante, se o cliente quere pode optar por pagar o prezo residual e quedarse co ben. Isto é, o *renting* vai buscando máis a funcionalidade en cada momento que o investimento nun ben.

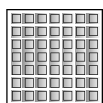
Pola súa parte, o contrato de *leasing* vai encamiñado á posesión final do ben e aquí reflíctese dende o principio, a opción de compra ao final do período. O *leasing* é unha forma de financiar un ben.

- Servizos que ofrece cada un:

Cando se realiza un *renting*, existen vantaxes complementarias, coma o mantemento do ben, o pagamento de reparacións, de impostos, seguros,... Isto non se contempla no *leasing*.

- Contabilidade:

Mentres o *renting* se pode considerar como simplemente un gasto (por cotas) o *leasing* leva consigo a afectación ás contas do pasivo polo importe da débeda, así como, no activo, contas de inmovilizado material, de gastos diferidos.



- Cotas de arrendamento:

No *leasing* as cotas de arrendamento financeiro deben aparecer expresadas nos respectivos contratos e débese diferenciar a parte que corresponde á recuperación do custo do ben pola entidade arrendadora, excluído o valor da opción de compra, e a carga financeira, sen prexuízo da aplicación do gravame indirecto que corresponda.

No *renting* estas cotas aparecen expresadas nos respectivos contratos.

- Duración:

O contrato de *leasing* esixe unha duración mínima de dous anos, se se trata de bens mobles, é dicir, é unha operación orientada ao medio e longo prazo.

O *renting* pola súa banda caracterízase pola súa mobilidade e flexibilidade para se adaptar ás necesidades do arrendatario e da empresa. Non hai un período mínimo de duración e está orientado ao curto prazo.

- Ao rematar o contrato:

Cando remata o contrato no *leasing*, caben tres posibilidades:

- 1- que se devolva o ben,
- 2- que se prorrogue o contrato, ou
- 3- que se faga efectiva a opción de compra.

No *renting* soamente hai dúas alternativas:

- 1- que se devolva o ben, ou
- 2- que se prorrogue a duración do contrato.

MODELO DE CONTRATO DE RENTING

Don, xerente da empresa, constituída en escritura pública outorgada perante Don, notario de, e inscrita no Rexistro Mercantil coa data de de de, libro, tomo



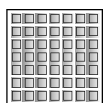
....., folio, con CIF núm., e con domicilio social en, rúa, con poderes de representación consonte á escritura pública autorizada por Don, notario de..... coa data de de de, a partir de agora arrendador, dunha das partes;

Don, xerente da empresa, constituída en escritura pública outorgada perante Don....., notario de, e inscrita no Rexistro Mercantil coa data de de de, libro, tomo, folio, con CIF núm., e con domicilio social en, rúa, con poderes de representación consonte á escritura pública autorizada por Don, notario de coa data de de de, a partir de agora arrendatario, da outra das partes;

Acordan celebrar o presente CONTRATO DE *RENTING*, de acordo coas seguintes,

ESTIPULACIÓNS

- I. A empresa entrega en arrendamento á empresa a maquinaria da súa propiedade especificada no anexo 1 do presente contrato para (especificar a finalidade) sen que a mesma poida ser utilizada para fins distintos sen autorización expresa da empresa arrendadora.
- II. A empresa arrendataria inspecciona a maquinaria confirmando que goza de perfecto estado para o uso ao que vai ser destinada.
- III. O presente contrato inicia no día de hoxe, rematando na data de de de
- IV. O prezo do arrendamento é deeuros, que se fracciona en..... mensualidades, aboando a empresa á empresa arrendadora a cantidade deeuros mensuais, nos cinco primeiros días de cada mes, ingresando a devandita suma na conta que a empresa..... ten aberta na entidade bancaria, sucursal, número de conta



- V. Polo presente contrato a empresa entrega á empresa arrendadora a cantidade deeuros en garantía do cumprimento das obrigas. A dita suma reintegrarase cando a empresa arrendataria devolva a maquinaria en bo estado, tendo cumprido a súa obriga do pagamento das rendas.
- VI. A empresa arrendadora obrígase ao mantemento da maquinaria, seguros e impostos. Cando a reparación requira dun mínimo de días, a empresa arrendadora obrígase a reempregar a máquina por outra de similares características temporalmente ata que finalice a reparación, ou definitivamente.
- VII. A empresa arrendadora obrígase á evicción e saneamento por vicios ocultos.
- VIII. Se a empresa arrendataria non cumpre a súa obriga de pagamento das rendas, a empresa arrendadora poderá esixilas mantendo a vixencia do contrato ou poderá pedir a resolución do mesmo coa restitución da maquinaria e esixindo o pagamento das cantidades das rendas vencidas.
- IX. Para resolver calquera cuestión derivada do presente contrato as partes sométense expresamente aos tribunais de, coa renuncia do foro propio.

Conformes, asinan o presente contrato de *renting*, por duplicado e a un so efecto,

Don, como xerente da empresa, e Don, como xerente da empresa

En a de de

Nota:

Os contratos mercantís poden ser intervidos por axente mediador colexiado conforme ao art. 93 do Código de Comercio, o cal establece que "os axentes colexiados terán o carácter de notarios en canto se refira á contratación de efectos públicos, valores industriais e mercantís, mercadorías e demais actos de comercio comprendidos no seu oficio, na praza respectiva.



Han levar un libro-rexistro consonte ao que determina o artigo 27, asentando nel pola súa orde, separada e diariamente, todas as operacións en que tivesen intervido, podendo, ademais, levar outros libros coas mesmas solemnidades.

Os libros e pólizas dos axentes colexiados farán fe en xuízo".

Ademais hai que atender ao art. 1429.6 da LEC que establece como título executivo "as pólizas orixinais de contratos mercantís, asinadas polas partes e polo axente de cambio e bolsa o corredor de comercio colexiado que os interveñan, con tal que se acompañe certificación na que os ditos axentes acrediten a conformidade da Póliza cos asentos do seu libro-rexistro e a data destes".

De intervir axente mediador no presente contrato, hase de engadir a cláusula que acompañamos deseguido:

Este contrato foi formalizado coa intervención de Don, axente mediador oficial, para todos os efectos legais oportunos, incluíndo os sinalados na LEC no seu artigo 1429.6, así coma nos arts. 58 e 93 dos código de comercio, e demais lexislación aplicable.

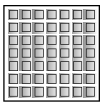
E en proba da súa conformidade as partes outorgan e asinan o presente contrato por triplicado e a un so efecto, do que eu, o Axente dou fe, feitas as advertencias legais, así como da capacidade legal para contratar e identidade dos contratantes e da lexitimidade das súas sinaturas e de todo o disposto no presente contrato, que asino e selo en a de.....

PRINCIPAIS DIFERENZAS ENTRE LEASING E RENTING

- Finalidade:

No *leasing* a opción de compra é algo esencial e adóitase exercer case sempre, pasando o arrendatario a adquirir a propiedade do ben. Así pois, o *leasing* serve para financiar a adquisición de determinados bens (perséguese adquirir os bens, non cambialos cando se faga necesario)

No *renting* ao non se perseguir a adquisición da propiedade do ben, a través da Sociedade de *Renting*, pódese efectuar o cambio do mesmo no momento en que se precise.



- Servizos que ofrece cada un:

O contrato de *leasing* no leva consigo a prestación de ningún servizo.

O contrato de *renting* leva consigo diversas prestacións por parte da empresa arrendadora, como o mantemento, a posta en marcha, etc.

- Contabilidade:

O *renting* non aparece reflectido nin no activo nin no pasivo do balance nin se ve incrementado o inmovilizado. Simplemente é un gasto.

No *leasing* vense afectadas contas de pasivo polo importe total da débeda, así como, no activo, contas de inmovilizado inmaterial, de gastos diferidos, de IVE e de amortización. O balance no seu conxunto vese alterado e unha serie de índices, coma os de endebedamento, vense afectados.

- Duración:

O contrato de *leasing* esixe unha duración mínima de dous anos, se se trata de bens mobles e de dez se se trata de benes inmoebles (aínda que en principio rexe a liberdade de pactos das partes). Polo tanto é unha operación orientada ao medio e longo prazo.

No *renting* non hai períodos mínimos de duración e está orientado ao curto prazo, adaptándose en función das necesidades ao orzamento de gastos da compañía (mobilidade e flexibilidade para se adaptar ás necesidades do arrendatario e á marcha da empresa) Tamén aquí rexe a liberdade de pactos das partes.

- Ao concluír el contrato:

No *leasing*, cando conclúe o contrato pódense dar tres posibilidades:

- 1- que se devolva o ben,
- 2- que se prorrogue o contrato,
- 3- que se faga efectiva a opción de compra.

No *renting* só hai dúas alternativas:



- 1- que se devolva o ben,
- 2- que se prorrogue a duración do contrato.

- Arrendador:

No *leasing* o arrendador ha ser necesariamente unha sociedade de *leasing*, cuxo obxecto social exclusivo é a realización de operacións de arrendamento financeiro.

O *renting* supón a existencia dunha empresa arrendadora, dun stock de bens de equipo e dun servizo competente para reparar, conservar, comprar e revender.

Cómpre sinalar que tanto no *leasing* coma no *renting*, o ME pagámolo de xeito diferido.



FACTORING

Que é o factoring?

O *factoring* é un contrato en virtude do cal unha das partes (cedente) cede á outra (factor ou empresa de *factoring*) os seus créditos comerciais ou facturas fronte a un terceiro ao obxecto de que a sociedade de *factoring* realice todos ou algún dos seguintes servizos:

- Xestión de cobro
- Administración de contas
- Cobertura de riscos e financiamento

Os bancos e caixas de aforro ofrecen o *factoring* coma un servizo máis aos seus clientes.

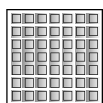
O *factoring* é polo tanto un acordo polo que a empresa cede a unha compañía de *factoring* os dereitos de cobro de toda ou parte da facturación a curto prazo. A compañía de *factoring* pasa a ser a titular da débeda fronte ao comprador, sexa nacional ou estranxeiro, e encárgase de facer a xestión de cobro. A empresa cedente tamén ten a posibilidade de asegurar o risco de insolvencia dos debedores.

Quen interven nun contrato de factoring?

- *Cedente*: posuidor dos créditos comerciais ou as facturas fronte ao terceiro.
- *Factor*: entidade de *factoring*, que se fai cargo do cobro deses créditos comerciais ou facturas que lle cede o cedente.

Que servizos presta a entidade de factoring?

- *Xestión de cobro*: a empresa de *factoring* encargarase de cobrar tras o seu vencemento os créditos cedidos.



- O cedente non garante a solvencia do debedor, pero si responde perante a entidade de *factoring* da lexitimidade do crédito cedido.
- *Administración de contas*: A sociedade de *factoring* facilitará ao cliente toda a información relativa á situación dos créditos cedidos e facturas cedidas.
 - Data de cesión
 - Data de vencemento
 - Impagamento de facturas
 - Estado contable da conta na que se asentan as débedas,...
- *Cobertura de risco*: a empresa de *factoring* acorda a cobertura do impagamento orixinado exclusivamente polo risco de insolvencia.
- *Financiamento*: o cliente pode dispoñer de anticipos sobre os créditos cedidos, en función dunha porcentaxe especificada no contrato.

MODELO DE CONTRATO DE FACTORING

Don, xerente da empresa, constituída en escritura pública outorgada perante Don, notario de, e inscrita no Rexistro Mercantil na data de de de, libro, tomo, folio, con CIF núm., e con domicilio social en, rúa....., con poderes de representación conforme á escritura pública autorizada por Don, notario de na data de de de, a partir de agora factor, dunha das partes;

Don, xerente da empresa, constituída en escritura pública outorgada perante Don, notario de, e inscrita no Rexistro Mercantil na data de de de, libro....., tomo, folio, con CIF núm., e con domicilio social en, rúa, con poderes de representación consonte á escritura pública autorizada por Don, notario de na data de de de, a partir de agora cliente, doutra das partes; Acordan celebrar o presente CONTRATO DE FACTORING de acordo coas seguintes,



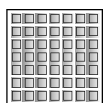
ESTIPULACIÓNS

PRIMEIRO. OBXECTO DO CONTRATO

Polo presente contrato o cliente obrígase a ceder ao factor todos os créditos e letras que xurdan da súa actividade comercial, tanto na contra como a favor dos seus compradores.

SEGUNDO. OBRIGAS DO CLIENTE

- I. O cliente deberá pagar ao factor como remuneración polas súas funcións o% do nominal dos créditos transmitidos.
- II. O cliente deberá pedir autorización ao factor para levar a cabo novas operacións comerciais, entendéndose que se presta se no prazo de días dende que o cliente informou da nova operación o factor non expresa a súa oposición á mesma.
- III. O cliente obrígase a inserir en todas as facturas e recibos que emita, un endoso que indique que as contas correspondentes, foron cedidas ao factor, e son pagadeiras a el exclusivamente.
- IV. O cliente obrígase a remitir ao factor as letras, recibos e documentos representativos das contas e créditos, así como unha folla de remesa onde se relacionen e as copias das facturas e albaráns.
- V. O cliente obrígase nos casos de compravenda a inserir nos contratos a cláusula de cesión de créditos ao factor.
- VI. O cliente transmitirá os créditos ao factor para que poida exercer os dereitos adquiridos sen impedimento.
- VII. O cliente obrígase a entregar ao factor toda suma recibida dos seus debedores en pagamento da débeda.
- VIII. O cliente obrígase a non conceder nin pactar bonificacións nin variacións no valor dos créditos cedidos ao factor sen a súa previa e expresa autorización.
- IX. O cliente deberá pór á disposición do factor todos os datos que este lle solicite para a investigación de solvencia dos debedores.



- X. O cliente obrígase a non interferir nas xestións realizadas polo factor para o cobro dos créditos, salvo nos supostos onde o factor requira a súa asistencia consonte ao disposto na alínea anterior.
- XI. O cliente responde da falta de pagamento sempre que non xurda da insolvencia do debedor nin de causa imputábel ao factor.
- XII. O incumprimento polo cliente de calquera das obrigas contraídas polo presente contrato, dará dereito ao factor para optar entre a resolución do mesmo, ou a esixencia do seu cumprimento, debendo indemnizar por danos e prexuízos nos dous casos.

TERCEIRO. OBRIGAS DO FACTOR

- I. O factor obrígase a intentar o cobro dos créditos.
- II. O factor obrígase a aprobar todas as operacións propostas polo cliente agás aquelas que considere que non prestan suficientes garantías.
- III. O factor obrígase a investigar a solvencia dos debedores, correndo da súa man todos os gastos ocasionados por isto.
- IV. O factor obrígase a aboar ao cliente a diferenza entre o importe dos créditos cedidos e a remuneración acordada no presente contrato. A dita cantidade ingresarase no número de conta que o cliente ten aberta na entidade de crédito, sucursal
- V. O factor obrígase a anticipar ao cliente, previa solicitude de polo menos de antelación, a porcentaxe do% do importe dos créditos cedidos. Aplicarase un tipo de interese do % que se deducirá no momento no que se produza o anticipo polo factor.
- VI. É obriga do factor asumir o risco de insolvencia do debedor do cliente, sempre que se declarase xudicialmente, ata o% do máximo fixado para cada debedor como límite da transmisión do crédito.



- VII. O incumprimento polo factor de calquera das obrigas contraídas polo presente contrato, dará dereito ao cliente para optar entre a resolución do mesmo, ou a esixencia do seu cumprimento, debendo indemnizar por danos e prexuízos nos dous casos.

CUARTO. DURACIÓN DO CONTRATO

A duración do presente contrato é de meses dende a data de hoxe.

Dando fe, asinan o presente contrato de *factoring* Don, como xerente da empresa, e Don, como xerente da empresa, en a de

Nota:

Os contratos mercantís poden ser intervidos por axente mediador Colexiado conforme ao art.93 do Código de Comercio, o cal establece que *“os axentes colexiados terán o carácter de notarios en canto se refira á contratación de efectos públicos, valores industriais e mercantís, mercadorías e demais actos de comercio comprendidos no seu oficio, na praza respectiva.*

Levarán un libro-rexistro conforme ao que determina o artigo 27, asentando nel pola súa orde, separada e diariamente, todas as operacións en que intervisen, podendo, ademais, levar outros libros coas mesmas solemnidades.

Os libros e pólizas dos axentes colexiados farán fe en xuízo”.

Ademais hai que atender ao art. 1429.6 da LEC que establece como título executivo *“as pólizas orixinais de contratos mercantís, asinadas polas partes e por axente de cambio e bolsa ou corredor de comercio colexiado que os interveñan, con tal que se acompañe certificación na que os ditos axentes acrediten a conformidade da póliza cos asentos do seu libro-rexistro e a data destes”.*

De intervir axente mediador no presente contrato, incluírase a cláusula seguinte:

Este contrato foi formalizado coa intervención de Don....., axente mediador oficial, para todos os efectos legais oportunos, incluíndo os sinalados na LEC no seu artigo 1429.6, así como nos arts. 58 e 93 do Código de Comercio, e demais lexislación aplicable.



E en proba da súa conformidade as partes outorgan e asinan o presente contrato por triplicado e a un so efecto, do que eu, o axente, dou fe, feitas as advertencias legais, así como da capacidade legal para contratar e identidade dos contratantes e da lexitimidade das súas sinaturas e de todo o disposto no presente contrato, que asino e selo en..... a..... de..... de.....





CONFIRMING

Que é?

É un servizo mixto que consiste en xestionar os pagamentos aos provedores dunha empresa, ofrecendo a aqueles a posibilidade de cobrar as facturas con anterioridade á data de vencemento.

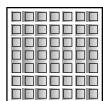
A operativa da *confirming* sería a seguinte:

- a) Unha vez recibidas as facturas dos provedores a empresa confirmadora procede á súa verificación e confirmación.
- b) Confirmadas as facturas a empresa comunica á entidade financeira os datos da devandita factura así como a data e importe dos pagamentos que a liquidarán.
- c) A entidade financeira comunica ao provedor que a súa factura está confirmada e que polo tanto de desexalo pode anticipar o seu cobro simplemente comunicándollelo.
- d) O provedor debe entón decidir se acepta ou non as condicións do anticipo ofertado pola entidade financeira e comunicallelo.

De aceptar as condicións, o provedor ten dúas opcións:

- a) Cobrar mediante unha transferencia bancaria a unha conta da súa elección.
- b) Abrir unha conta no banco pagador onde unha vez comunicada lle ha ser pagada a factura.

Se non acepta as condicións, o provedor recibirá unha obriga de pagamento na data de vencemento establecida na factura.



Cales son as vantaxes e inconvenientes para a empresa confirmadora?

Vantaxes:

1. Evita os custos de manipulación das operacións de pagamento.
2. Evita as posibles incidencias que se poden dar cos pagamentos.
3. Evita as chamadas dos provedores para se interesar polo estado do seu cobro.
4. Concentra a xestión de tesouraría.
5. Conserva a iniciativa no pagamento.
6. Pode solicitar o financiamento dos ditos pagamentos.
7. A entidade facilitaranos unha serie de datos estatísticos axudándonos na xestión de compras.
8. É posíbel conseguir outra fonte de ingresos coa devandita xestión xa que é habitual negociar coa entidade unha comisión en función do volume de cobros anticipados polos nosos provedores. Esta comisión pódese liquidar de dous xeitos, ben mediante un abono por parte da entidade financeira ou ben mediante unha rebaixa no custo dos financiamentos que empreguemos tras o vencemento das facturas.

Inconvenientes:

Aínda que mantén a iniciativa no pagamento, obrígase a traballar cunha determinada entidade, o que resta capacidade de manobra.

Cales son as vantaxes e inconvenientes para o provedor?

Vantaxes:

1. Asegúrase o cobro posto que, unha vez confirmada a factura, é practicamente imposible que esta non se pague.



2. Obtén unha liña de financiamento que lle permite adiantar o cobro das facturas sen consumir a súa capacidade de crédito bancario.

Inconvenientes:

Perde a iniciativa no cobro, cedéndollela aos seus clientes.

Que custos hai no *confirming*?

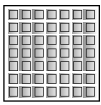
Debemos distinguir entre aqueles soportados pola empresa confirmadora (cliente) e os soportados polo proveedor.

Empresa confirmadora

No caso da empresa confirmadora esta tan só haberá de soportar o custo do afianzamento dos pagamentos cedidos á entidade así como os intereses que se devenguen como consecuencia do financiamento dos pagamentos realizados no momento do vencemento dos mesmos.

Proveedor

O proveedor tan só deberá facer fronte aos custos financeiros que supoña o anticipo do cobro. Isto non quere dicir que para o proveedor a operación non sexa vantaxosa xa que o mesmo custo adoita ser inferior ao custo dun anticipo ou desconto tradicional.



RECAPITULEMOS

Cales son os principais custos variábeis dunha empresa?

Cales son os principais custos fixos dunha empresa?

Entende vostede a diferenza entre ingreso/cobro e gasto/pagamento?

Poña un exemplo de investimento fixo:

Que entende por amortización?

Poña un exemplo de financiamento empresarial:

Que entende vostede por activo circulante nunha empresa?

Que fontes de financiamento empresarial non son esixíbeis?

Que preferiría vostede para financiar unha empresa, financiamento propio ou financiamento alleo?

Cre vostede que o sector onde vai operar a súa empresa afectará á súa estrutura financeira?

Para que cre vostede que cómpre realizar unhas boas previsións de tesouraría?



Con cantos bancos traballaría vostede? Que variábeis na súa opinión determinan o custo que nos aplica a entidade financeira?

Que se entende por rendibilidade económica dunha empresa?

Que se entende por rentabilidade financeira dunha empresa?

Coas súas palabras, que é un balance de situación?

Coas súas palabras, que representa un déficit de tesouraría?

Coas súas palabras, que é un *leasing*?

Coas súas palabras, que é un *renting*?

Coas súas palabras, que diferenza existe entre un crédito e un empréstito?

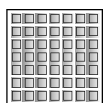
Coas súas palabras, que é o *factoring*?

Coas súas palabras, que é o *confirming*?

Coas súas palabras, que é unha *ratio*?

Coas súas palabras, que é o RAI?

Coas súas palabras, que expresa a TAE?



LECTURAS RECOMENDADAS

Actualidad económica (15-21 de abril de 2002) "Guía para crear su negocio. Los nichos de mercado. La financiación. Las mejores franquicias. El marketing. Las direcciones imprescindibles".

Emprendedores (núm. 69 de xuño de 2003) "Cómo crear empresas que perduran". IDE-CESEM.

Emprendedores (núm. 73 de outubro de 2003) "Consejos para ser tu propio jefe".

Emprendedores. "Guías prácticas: Como facer un Plan de Negocio. Pasos a seguir. Cómo enfocarlo. Cómo venderlo". José Antonio Almoguera. Director de ESINE.

DIRECTORIO WEB

Xanela única empresarialwww.ventanillaempresarial.org

Dirección xeral de Política de Pemewww.ipyme.org

Ministerio de Economíawww.mineco.es

Guía de recursos de empresas en Europawww.europages.com

e-Libroswww.centro-emprende.com

Guía de trámites para a creación de empresawww.pymes-onlines.com

Uni2www.contenidos.com

Consultaría de empresaswww.ayudas.net

Consultaría de empresaswww.maninvest.com





ACTIVIDADES

Preténdese relacionar os contidos da unidade didáctica coa realidade empresarial da CA de Galicia.

- Cubrir o Plan de Empresa (Programa Emprego Autónomo)
- Dinámica de grupo onde un alumno ou alumna voceiro ou voceira le en alto para todo o grupo a idea de negocio recollida no Plan de Empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Manual da empresa familiar. Cuadernos Cinco Días. Cuatrecasas. 2001.

Casos prácticos de finanzas. Cuadernos Cinco Días. Centro de Estudios Financieros, 1999.

Centros europeos de empresas e innovación (CEEI) Un instrumento al servicio del desarrollo regional. Unión Europea-Política Regional.

Guía básica de xestión de proxectos de I-D+i. IDIPYME 2001. Colección Investigación e desenvolvemento. Secretaría Xeral de Investigación e Desenvolvemento. Xunta de Galicia.

Creación de empresas innovadoras de base tecnolóxica. Encuentros empresariales COTEC. Ayuntamiento de Gijón.

Oriol Amat. *Contabilidad y finanzas para no financieros.* Ed. Deusto.

Proyecto empresarial. Guía didáctica. Editex, Madrid, 1996.

Formación y orientación laboral. Módulos transversales. Editex, Madrid, 2002.

Al Ries, Jack Trout. *Las 22 leyes inmutables del marketing.* McGraw-Hill, 1993.

Mark Fisher. *El millonario instantáneo.* Empresa Activa, 2002.



Ramón Tamames. **Estructura económica internacional**. Alianza Editorial, 1970.

V. A. **Economía española: 1960-1980**. Hermann Blume, 1982.

Michael Szenberg. **Grandes economistas de hoy**. Debate pensamiento, 1994.

Antonio Grandío Dopico et alii. **Mercados financieros**. McGraw-Hill, 1997.

Anthony Sampson. **El toque de midas**. Ariel Economía, 1990.

Arthur Andersen, **Guía práctica para la gestión de las pymes**. Expansión, 1993.

Seminario de planificación empresarial adaptado para técnicos. IGAPE-Bic Galicia, 2003.

V. A. **Creando empresa: la iniciativa emprendedora**. Harvard Business Review-Deusto, 1999.

Emprendedores. "Las mejores oportunidades de negocio por comunidades autónomas", núm. 65 de febreiro de 2003.

José María O'Kean. **Análisis del entorno económico de los negocios, una introducción a la macroeconomía**. McGraw-Hill, 1997.

Paul Barrow. **Cómo preparar y poner en marcha planes de negocio**. Gestión 2000, Barcelona, 2003.

Posgrao de Dirección e Xestión de cooperativas e pequenas e medianas empresas, Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais, Universidade da Coruña.

Master-Axentes de emprego: planificación, financiamento e xestión de proxectos, Unidade de promoción e desenvolvemento, Deputación provincial de Ourense.

La creación de empresas, "La idea y elaboración del proyecto". Cámaras de Comercio. AC&G.



La creación de empresas, “La forma jurídica”. Cámaras de Comercio. AC&G.

Guía laboral. Cámaras de Comercio. AC&G.

Estrategia financiera. “Project finance, una herramienta para financiar proyectos de empresas”. núm 179, diciembre de 2001.

José Manuel Coto Suárez e Leopoldo Santana Larracochea. **Administración, gestión y comercial en la pequeña empresa**. Editorial Editex, Madrid, 1997.

**“Un ejército victorioso
gaña as súas vitorias antes de buscar a batalla”**

SUN TZU



UNIDADE DIDÁCTICA IV DIRECTORIO E LIÑAS DE AXUDA

“O espírito empresarial debería ser obxecto dunha gran promoción centrada especialmente nas mulleres e outros grupos de escasa representación entre os empresarios. As minorías étnicas posúen instinto empresarial e ás veces un potencial elevado. Os servizos de apoio ás empresas existentes non parecen responder demasiado ás súas necesidades específicas.

A pesar dos esforzos que se están a realizar na actualidade, os empresarios, e sobre todo os que desexan operar e medrar dentro dun mercado interior, seguen a considerar que os trámites administrativos son un dos principios obstáculos que dificultan a xestión dunha empresa.

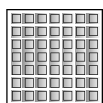
Unhas medidas fiscais apropiadas poden contribuír ao desenvolvemento, o crecemento e a sobrevivencia das empresas.

O acceso ao financiamento, indispensable para o crecemento, supón para moitas Pemes dificultades derivadas do subdesenvolvemento do mercado de capitais e da tendencia en alza dos bancos para evitaren empréstitos arriscados.

Para que os empresarios poidan aproveitar as vantaxes do mercado interior e enfrontarse ao reto dunha competencia máis dura, deberíaselles animar a innovar e internacionalizarse. Así pois, deberían ter acceso a coñecementos, contactos pertinentes e servizos de apoio empresarial de alto nivel.

A economía social e as empresas sociais aplican a eficacia e os principios empresariais para acadar obxectivos sociais e societais. Estas empresas enfróntanse a retos particulares cando queren conseguir financiamento, formación para a xestión e asesoramento”.

Libro verde *O espírito empresarial en Europa*, Bruxelas, 21 de xaneiro de 2003



INTRODUCCIÓN

Obsérvase un descoñecemento xeralizado dos **programas** de fomento do espírito emprendedor que promoven as diferentes **administracións públicas**.

A solución de consenso debería pasar por solicitar á Administración unha maior **aproximación** da Rede de Servizos para o Emprego ao cidadán, pero tamén esixir da **sociedade** no seu conxunto un maior compromiso para facilitar o **cambio educacional da cultura** do empregado ao empresario.

OBXECTIVOS

Co desenvolvemento desta unidade didáctica preténdese:

- Que o alumnado do Plan FIP coñeza todos os **servizos de apoio** ao emprendedor que existen na Comunidade Autónoma de Galicia.
- Que alumnos e alumnas do Plan FIP dispoñan dun **Directorio** coas referencias máis próximas e útiles para a **creación dunha empresa**.
- Que coñezan a existencia dunha **Rede de Técnicos de Emprego** dependentes da Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais.
- Que comprendan o **obxectivo** das liñas de **subvención pública**, tanto as pecuniarias como as de autorización e consultaría.



A CREACIÓN DE EMPRESAS E AS AXUDAS PÚBLICAS

A Unión Europea a través dos seus organismos competentes, así coma os distintos gobernos que a integran, apoian á PEME mediante unha serie de fórmulas.

As comunidades autónomas teñen programas de axudas de seu coa finalidade de complementar as axudas estatais.

Tamén se encargan de xestionar determinados programas comunitarios conxuntamente coa Administración central e de canalizar as axudas ás PEMES.

As convocatorias de axuda pública adoitan ter un período restrinxido de vixencia. A recomendación é acudir a algún servizo especializado en subvencións e non falar de ouvido das condicións específicas de cada convocatoria: prazo de presentación das solicitudes, requisitos necesarios para acceder á axuda, etc.

Existen diferentes clasificacións de axudas ou subvencións en función do criterio que se seleccione:

Criterio xeográfico:

- Axudas de ámbito comunitario
- Axudas de ámbito estatal
- Axudas de ámbito autonómico
- Axudas de ámbito local

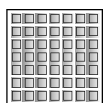
Coñece vostede o programa AGADER?

E o PRODER II?

E o LEADER +?

E o EQUAL?

E o URBAN?



Criterio de actividade:

- Axudas de carácter xeral
- Axudas sectoriais

A importancia deste apartado é transmitir a importancia de se asesorar ben á hora de planificar o financiamento subvencionada do proxecto. De existir multitude de empresas especializadas na busca de liñas de axuda quere dicir que por nós mesmos será moi complicado obter todas as posibilidades de apoio para o noso proxecto. Que nos axuden se é posible. O IGAPE dispón dun servizo gratuíto de busca de subvencións.

Teléfono de información empresarial

ATENCIÓN DIRECTA

Información de axudas e servizo de chamada cita previa

902 300 903



CRITERIO DE XESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

Programa PROMOCIÓN DO EMPREGO AUTÓNOMO: Apoio a emprendedores, autoemprego e economía social, promovido pola Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Promoción do Emprego).

Coñece o Programa de Promoción do Emprego Autónomo?

Obxecto

Promover e axudar a financiar aqueles proxectos e iniciativas empresariais que posibiliten o emprego dos traballadores por conta propia mediante o seu establecemento coma **traballadores autónomos**.

Beneficiarios

Os desempregados inscritos coma demandantes de emprego no Servizo Público de Emprego que proxecten a creación do seu propio posto de traballo mediante a súa constitución en traballadores autónomos por conta propia, sempre que:

- Sexan titulares ou cotitulares do negocio ou explotación, ou ben constitúan unha sociedade limitada onde todos os socios sexan persoas físicas e teñan un capital social fundacional inferior a 120.200 euros.
- Se dean de alta no réxime especial de autónomos ou no réxime especial do mar da Seguridade Social ou na mutualidade dalgún colexio profesional.
- Non percibisen subvencións ao abeiro do programa de promoción do emprego autónomo nos catro anos anteriores á data do inicio da nova actividade.
- Non desenvolvesen coma traballadores autónomos a mesma ou similar actividade na mesma localidade, nos 6 meses inmediatamente



anteriores á data do inicio da nova actividade; nin estivesen de alta coma traballadores autónomos en calquera réxime da Seguridade Social ou en colexio profesional sempre que a dita situación de alta presupoña actividade, nos tres meses inmediatamente anteriores.

- Para os efectos deste programa, tamén terán a consideración de beneficiarios os que figuren inscritos coma demandantes de emprego no Servizo Público de Emprego e realicen un traballo por conta allea cunha prestación de servizos inferior ou igual a 2 horas diarias, 12 semanais ou 48 mensuais.

Tipos de axuda

- **Subvención financeira de redución de xuros** de empréstitos necesarios para a súa constitución como traballador autónomo, tendo en conta que, mínimo, o **75%** do empréstito deberase destinar a financiar investimentos en activo fixo, podéndose destinar até un 25% a financiar o activo circulante. Subvención de até **catro puntos do tipo de xuro** fixado pola entidade financeira que conceda o empréstito, sen que en ningún caso o tipo de xuro que deba satisfacer o beneficiario, despois de calculada a subsidiación, poida resultar inferior a un punto. O importe máximo desta subvención non poderá superar a contía de **3.000 euros**. Non poden acceder a esta axuda aqueles traballadores que constituán unha sociedade limitada. Poderase conceder esta subvención a aquelas sociedades limitadas de nova creación que reunan os requisitos do art. 2º, parágrafo 3º, desta orde, polos traballadores desempregados que constituíndose como traballadores autónomos teñan a condición de socio da devandita sociedade. O importe máximo da subvención non poderá superar a contía de 3.000 euros por cada socio.
- **Rendas para o inicio da actividade** coa fin de garantir durante o inicio da actividade uns ingresos mínimos. Unha subvención de até **3.600 euros**, sen superar o **50%** do investimento inicial en activo fixo ou, no suposto de constitución dunha sociedade limitada, da achega inicial ao capital social. A axuda incrementarase ata **4.800 euros**, co límite do **60%** cando os beneficiarios da renda sexan mulleres. Con carácter excepcional, por razóns de interese social e no caso de circunstancias especiais para o desenvolvemento dunha actividade en zona determinada, poderanse conceder axudas por unha contía



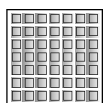
máxima de **1.200 euros**, sen necesidade de acreditar investimento en activo fixo. As devanditas axudas incrementaranse nun 10% no caso de desempregados beneficiarios do Programa Labora (Art. 6º)

Prazo de solicitudes

- As axudas para o inicio da actividade e para a adquisición da condición de socio deberanse presentar no prazo de dous meses dende a data da alta na Seguridade Social (art. 3º)
- A axuda da subvención financeira deberase presentar con anterioridade ao inicio da execución do proxecto de investimento sen que en ningún caso poidan transcorrer máis de 2 meses dende a data de alta na Seguridade Social ou mutua profesional (art. 4º)
- A sociedade limitada deberá presentar a solicitude de subvención financeira con anterioridade ao inicio da execución do proxecto de investimento, sen que en ningún caso se poida solicitar transcorridos dous meses dende a data de alta no IAE, ou de ser o caso, no censo de obrigados tributarios do Ministerio de Facenda.

Orde de convocatoria

Orde do 12 de marzo de 2004 que establece as bases reguladoras e a convocatoria para o ano 2003 para a promoción do emprego autónomo *(DOG núm. 60, do 26 de marzo de 2004)*.



EMPRÉSTITOS BRANDOS: Programa Microcréditos IGAPE

Obxectivos do convenio

- Facilitar o acceso ao crédito para o financiamento dos proxectos promovidos polas microempresas sen máis garantías cas do propio proxecto.
- Creación dunha liña de empréstitos ata un importe de 60 millóns de euros para os dous anos de vixencia do convenio.

Principios xerais

- Limitar o requirimento de achega de garantías polas microempresas.
- Facilitar o financiamento destes proxectos atenuando os custos adicionais de estudo e xestión que se deriven destas operacións.
- Asegurar unha relación co beneficiario áxil e simple.

Beneficiarios

EMPRESAS CON ENDEREZO FISCAL EN GALICIA E QUE TEÑAN A CONSIDERACIÓN DE MICROEMPRESAS SEGUNDO A DEFINICIÓN ESTABELECIDADA POLA COMISIÓN EUROPEA:

(modificado pola *Resolución do 27 de decembro de 2004* que fai pública a nova definición de microempresas, pequenas e medianas empresas que, en cumprimento da *Recomendación da Comisión Europea do 6 de maio de 2003*)

Artigo 2º da Resolución do 27 de decembro do 2004. Os efectivos e lindes financeiros que definen as categorías de empresas

1. A categoría de microempresas, pequenas e medianas empresas (PEME) está constituída polas empresas que ocupan menos de 250 persoas e cun volume de negocios anual que non excede dos 50 millóns de euros ou cun balance xeral anual que non excede dos 43 millóns de euros.



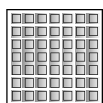
2. Na categoría das PEME defínese unha pequena empresa como unha empresa que ocupa menos de 50 persoas e cun volume de negocios anual ou cun balance xeral anual que non supera os 10 millóns de euros.
3. Na categoría das PEME defínese unha microempresa como unha empresa que ocupa a menos de 10 persoas e cun volume de negocios anual ou cun balance xeral anual que non supera os 2 millóns de euros.

Artigo 3º da Resolución de 27 de decembro de 2004. Tipos de empresas considerados para o cálculo dos efectivos e os importes financeiros

1. É unha empresa autónoma a que non pode cualificarse nin como empresa asociada para efectos do número 2, nin como empresa vinculada para efectos do número 3.
2. Son empresas asociadas todas as empresas que non se poden cualificar coma empresas vinculadas para efectos do número 3 e entre as cales existe a relación seguinte: unha empresa (empresa participante) posúe, por si soa ou conxuntamente cunha ou máis empresas vinculadas para efectos da definición do número 3, o 25% ou máis do capital ou dos dereitos de voto doutra empresa (empresa participada)

Unha empresa pode, non obstante, recibir a cualificación de autónoma, sen empresas asociadas, aínda que se acade ou se supere o límite máximo do 25%, cando estean presentes as categorías de investidores seguintes, e a condición de que entre estes, individual ou conxuntamente, e a empresa en cuestión non existan os vínculos descritos no número 3:

- a) Sociedades públicas de participación, sociedades de capital risco, persoas físicas ou grupos de persoas físicas que realicen unha actividade regular de investimento en capital risco (investidores providenciais ou *business angels*) e invistan fondos propios en empresas sen cotización bursátil, sempre e cando o investimento dos devanditos *business angels* na mesma empresa non supere 1.250.000 euros.
- b) Universidades ou centros de investigación sen fins lucrativas.



- c) Investidores institucionais, inclusive os fondos de desenvolvemento rexional.
 - d) Autoridades locais autónomas cun orzamento anual inferior aos 10 millóns de euros e unha poboación inferior aos 5.000 habitantes.
3. Son empresas vinculadas as empresas entre as cales existe algunha das relacións seguintes:
- a) Unha empresa posúe a maioría dos dereitos de voto dos accionistas ou socios doutra empresa.
 - b) Unha empresa ten dereito a nomear ou revogar a maioría dos membros do órgano de administración, dirección ou control doutra empresa.
 - c) Unha empresa ten dereito a exercer unha influencia dominante sobre outra, en virtude dun contrato celebrado con ela ou dunha cláusula estatutaria da segunda empresa.
 - d) Unha empresa, accionista ou asociada a outra, controla soa, en virtude dun acordo celebrado con outros accionistas ou socios da segunda empresa, a maioría dos dereitos de votos dos seus accionistas.

Hai presunción de que non existe influencia dominante, cando os investidores enunciados no segundo parágrafo do número 2 non teñan implicación directa ou indirecta na xestión da empresa en cuestión, sen prexuízo dos dereitos que lles correspondan na súa calidade de accionistas ou de asociados.

As empresas que manteñan calquera das relacións contempladas no primeiro parágrafo a través doutra ou outras empresas, ou cos investidores enumerados no número 2, consideraranse tamén vinculadas.

Consideraranse tamén empresas vinculadas as que manteñan algunha das devanditas relacións a través dunha persoa física ou un grupo de persoas físicas que actúen de común acordo, se as ditas empresas exercen a súa actividade ou parte dela no mesmo mercado de referencia ou en mercados contiguos.

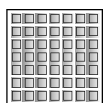


Considerarase mercado contiguo o mercado dun produto ou servizo situado nunha posición inmediatamente anterior ou posterior á do mercado en cuestión.

4. A excepción dos casos citados no segundo parágrafo do número 2, unha empresa non pode ser considerada como PEME se o 25% ou máis do seu capital ou dos seus dereitos de voto están controlados, directa ou indirectamente, por un ou máis organismos públicos ou colectividade públicas.
5. As empresas poden efectuar unha declaración relativa á súa cualificación como empresa autónoma, asociada ou vinculada, así como aos datos relativos aos límites máximos enunciados no artigo 2º. Pódese efectuar esta declaración aínda que o capital estea distribuído de tal xeito que non se poida determinar con precisión quen o posúe, se a empresa declara con presunción lexítima e fiable que o 25% ou máis do seu capital non pertence a outra empresa ou non o ten conxuntamente con empresas vinculadas entre elas ou a través de persoas físicas ou dun grupo de persoas físicas. Tales declaracións non eximen dos controis e verificacións previstos polas normativas nacionais ou comunitarias.

Destino das operacións

- A. O proxecto investidor deberá consistir na instalación, ampliación ou renovación de activos fixos adquiridos a terceiros dirixidos á implantación e mellora da competitividade das empresas.
- B. Poderanse financiar os investimentos e gastos realizados con posterioridade á presentación da solicitude completa no Igape.
- C. O empréstito ou contrato de *leasing* deberase destinar a financiar:
 - a. Inmobilizado material, agás a adquisición de terreos e edificacións.
 - Reforma e acondicionamento de locais.
 - Bens de equipo e unidades funcionais de explotación independente.



- Elementos de transporte, exclusivamente vehículos industriais.
- Honorarios facultativos de proxecto e dirección de obra.
- Outros investimentos en activos fixos.

b. Inmobilizado inmaterial, unicamente:

- Aplicacións informáticas.
- Propiedade industrial.
- Propiedade intelectual e canons de concesións administrativas ou de franquías.

c. As achegas realizadas ás sociedades de garantía recíproca.

Características das operacións

- O importe máximo das operacións será de 25.000 .
- O risco vivo de cada empresa por operacións ao abeiro deste convenio non poderá superar os 25.000 .
- O tipo de xuro nominal aplicable será do 2,5%.
- Comisións: non se repercutirán aos beneficiarios nin gastos nin comisións.
- Prazo de amortización: será de 5 anos, incluso ata 1 ano de carencia.
- Amortización anticipada total ou parcial: libre e sen custo.
- Garantías: estas operacións contarán cun aval dunha SGR (Afigal e Sogarpo) polo 80% do importe de financiamento, e non se requirirá outra garantía adicional que as persoais do mesmo promotor.
- Os beneficiarios deberán realizar a achega, se for o caso, para adherirse á SGR (Afigal e Sogarpo). Esta achega poderá ser computable coma un custo do proxecto.



Vixencia

O presente convenio entrará en vigor ao día seguinte da súa publicación no Diario Oficial de Galicia e estenderá a súa vixencia deica o 31 de decembro do ano 2006.

Servizos de asesoramento

O Igape prestará servizo de asesoramento para a formulación da solicitude.

Estabelécese un sistema de cita previa para o asesoramento aos solicitantes na tramitación das solicitudes.

TELÉFONO DE INFORMACIÓN

902 300 903

Cita previa asesoramento

Correo electrónico

microcreditos@igape.es

Institucións e entidades colaboradoras

- IGAPE
- CERSA
- SGR: Afigal e Sogarpo
- EEFF: Banco Simeón, Caixa Galicia , Banco Pastor , Caixa Rural Galega, Caixanova, BBVA, La Caixa, Banco de Galicia, Banco Gallego, BSCH, Caja España, Banesto, Banco Etcheverría, Banco Popular, Lico Leasing, Barclays Bank, Banco Sabadell.



Liña ICO PEME 2005

A Liña PEME está destinada a financiar o desenvolvemento de proxectos de investimento das pequenas e medianas empresas españolas en condicións preferentes.

línea **ICO PYME** 2005

RECURSOS DISPOÑÍBEIS

Esta liña pon á disposición das PEME 3.000 millóns de euros.

Vixencia

Deica o 31 de decembro de 2005 ou remate de fondos.

Beneficiarios

Pequenas e medianas empresas, que segundo definición adoptada pola Comisión Europea, en vigor dende o 1 de xaneiro de 2005, cumplan os seguintes requisitos:

- **Microempresas**
 - De 1 a 9 empregados.
 - Volume de negocio anual e/ou cifra de balance xeral non superior a 2 millóns de euros.
 - Non estar participada nun 25% ou máis por empresa ou conxunto de empresas que non cumplan os criterios antes citados.
- **PEME**
 - De 10 a 249 empregados



- Volume de negocio anual non superior a 50 millóns de euros e/ou cifra de balance xeral non superior a 43 millóns de euros.
- Non estar participada nun 25% ou máis por empresa ou conxunto de empresa que non cumpran os criterios anteriormente citados.

Investimentos financiáveis

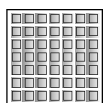
Activos fixos novos. Entre os requisitos previos para considerar financiábel un proxecto de investimento, deberanse cumprir os límites que seguen:

- Se o proxecto presentado inclúe investimento inmobiliario, este non será superior ao 80% do importe do investimento total para financiar.
- Se o proxecto insire investimento en activos inmateriais tecnolóxicos, destinados á innovación ou modernización tecnolóxica das PEMEs, tales como redes de uso local, programas informáticos ou páxinas web, non estará suxeita a limitación.
- Se o proxecto presentado engade investimento en activos inmateriais non tecnolóxicos, tales como concesións, licenzas, franquías, traspasos e outros similares contemplados polo Plan xeral contable, non será superior ao 50% do investimento total que se quere financiar.
- As partidas de activo material non están suxeitas a limitación.
- Fináncianse os gastos de constitución e primeiro establecemento en empresas de nova creación (antigüidade non superior a 12 meses)

En todo caso non se financian: reestruturacións de pasivo ou refinanciamentos, circulante, IVE e outros impostos ligados ao investimento.

Investimento máximo

O importe máximo financiábel será do 80% do proxecto de investimento neto para as microempresas e ata o 70% para o resto das PEMEs, de acordo coas devanditas definicións.



Prazos de amortización

O empresario pode elixir entre:

- 3 anos, sen carencia
- 5 anos, sen carencia ou cun período de carencia de 1 ano
- 7 anos, sen carencia ou cun período de carencia de 2 anos

Importe máximo de financiamento por beneficiario

O importe máximo de financiamento será de 1,5 millóns de euros por beneficiario e ano, ben sexa unha única operación ou varias.

Tipos de xuro

O empresario pode optar entre:

- *Tipo fixo:* segundo referencia ICO + 0,40 puntos porcentuais
- *Tipo variábel:* referenciado a EURIBOR 6 meses + 0,40 puntos porcentuais

Comisións

O tipo de xuro que o ICO comunica é TAE e as entidades de crédito non poden cobrar ningunha cantidade en concepto de: comisión de apertura, de estudo ou de dispoñibilidade.

Cancelación anticipada

Poderase efectuar a cancelación anticipada, total ou parcial, da operación de empréstito/*leasing* nas condicións seguintes:

- Nas operacións formalizadas a tipo fixo, imputarase un 2% sobre as cantidades reembolsadas por anticipado.
- Nas operacións formalizadas a tipo variábel, non levarán penalización



as amortizacións anticipadas voluntarias, debéndose realizar nas datas de revisión semestral do tipo de interese.

Tramitación

Directamente nas oficinas dos principais bancos e caixas de aforro establecidas en España. As solicitudes son estudadas, aprobadas e formalizadas por bancos e caixas nas condicións indicadas.

Documentación

O empresario terá que presentar a documentación que cada entidade de crédito considere necesaria para estudar a operación. O empresario debe poder acreditar a realización do investimento financiado comprometéndose a xuntar facturas, cartas de pagamento, proxectos, escrituras ou calquera outro documento que poida servir como comprobante do investimento realizado.

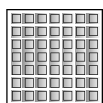
Garantías

Cada entidade de crédito analiza a solicitude de empréstito e, en función da solvencia do solicitante e da viabilidade do proxecto de investimento, determina as garantías que se achegan, que poden ser por exemplo:

- Hipotecarias
- Persoais
- Avais mancomunados ou solidarios
- Sociedades de Garantía recíproca

Compatibilidade de axudas

Esta liña está sometida á condición de minimis da Unión Europea e é compatible coas axudas recibidas das comunidades autónomas ou outras institucións, debendo respectar os límites máximos en canto á acumulación de axudas públicas establecidas pola Unión Europea.



AXUDAS TÉCNICAS

TITORIZACIÓN E CONSULTORÍA : PROGRAMAS DE FORMACIÓN

Este MOCE é un exemplo de programa de formación inicial en xestión empresarial. O IGAPE e o Bic-Galicia dispoñen dunha ampla oferta formativa tanto para emprendedores como para empresas xa constituídas.



VIVEIROS DE EMPRESAS

Caixanova financia a ampliación dos viveiros de empresas da CEL

Caixanova e a Fundación CEL-Iniciativas por Lugo asinaron un convenio de colaboración que permitirá ampliar en dous os viveiros de empresas e que posibilitará o acceso da mocidade a unha nova liña de financiamento, denominada empréstimos de carácter social a emprendedores. Con estes dous novos, que aínda non foron seleccionados, serán dez os que funcionen de xeito simultáneo.

O director xeral de Caixanova, Julio Gayoso, explicou as condicións destes últimos. Supoñen o acceso a un máximo de 36.000 euros; a un prazo de sete anos, co primeiro de carencia de amortización; cun tipo de xuro variábel, que supón no primeiro ano un 3,50% nominal. Gayoso destacou que os créditos denominábanse sociais porque non é preciso achegar ningunha garantía.

O convenio de colaboración asinárono a presidenta da Fundación CEL-Iniciativas por Lugo, Blanca García Monteagudo, e mais o director xeral de Caixanova. A Fundación CEL-Iniciativas por Lugo será a encargada de avaliar a viabilidade económica e financeira dos proxectos que se presenten para acceder aos créditos especiais.



O director xeral de Caixanova celebrou con posteridade un xantar con empresarios lucenses, onde tiña previsto informar dos proxectos da entidade e das actuacións que está a levar a cabo na provincia. Entre elas figuran a liña especial de créditos habilitada para a rehabilitación do casco histórico; o financiamento das tarxetas electrónicas para os residentes; o patrocinio do Breogán; a súa colaboración no plan estratéxico e o convenio co Xeral para equipamento de aparellos e cursos de formación, entre outros.

Business Angels

A Rede Bang promovida pola CEO intégrase na organización europea

A Rede Bang (*Business Angels Network Galicia*) promovida pola CEO, forma parte da entidade europea que agrupa este tipo de redes, adicadas ao fomento de proxectos emprendedores a través da canalización de investimentos privados.

A organización europea dos *Anxos de Negocios*, que así se denomina a este tipo de entidades, ten como principal obxectivo fomentar o intercambio de experiencias e contactos entre as distintas redes que funcionan en todo o continente ademais de promocionalas e contribuír á implantación de programas locais, rexionais e nacionais que faliciten o seu desenvolvemento e actividade.

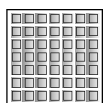
Incubadoras de empresas

Uninova, sociedade participada pola Universidade de Santiago de Compostela (USC) e o concello compostelán, naceu co obxectivo de promover a creación de empresas innovadoras de base tecnolóxica que xurdan de proxectos de investigación e desenvolvemento (I+D) da USC. Constituída en xaneiro de 1999 funciona coma unha incubadora de empresas de spin-off.

A USC desenvolve a súa política de transferencia de tecnoloxía a través do Centro de Innovación e Transferencia de Tecnoloxía (CITT)

O CITT, vencellado ao Vicerreitorado de Investigación, componse de dúas divisións:

- División de Transferencia de Tecnoloxía (DTT)
- División de Transferencia Empresarial (DTE)



Uninova enmárcase dentro da División de Transferencia Empresarial (DTE)

Esta experiencia pioneira encádrase dentro do Plan Estratéxico da USC, que impulsa a creación de empresas innovadoras no contexto de transferencia de tecnoloxía á sociedade galega, contribuíndo así á modernización do tecido empresarial e á creación de postos de traballo no contorno socio-económico da USC.

Uninova é froito dunha cultura empresarial innovadora que se nutre da investigación máis punteira para levar adiante proxectos de base tecnolóxica. Mantén así un conxunto feed-back coa universidade compostelá para unha identificación inmediata das iniciativas con maior proxección.

Uninova é membro de importantes asociacións internacionais que actúan como foro de debate onde se perfilan as máis importantes liñas de actuación en avances científicos e tecnolóxicos tales como:

- IASP (International Asociation of Science Parks)
- TII (Technology Information Innovation)

UNINOVA

Vía La Cierva, s/n (Recinto Mercagalicia)

15890 Polígono Industrial do Tambre

Santiago de Compostela

Telf.: 981 51 96 00

Fax: 981 55 77 07

correo electrónico: emprender@uninova.org

web: www.uninova.org



CAPITAL RISCO

Unirisco Galicia é a primeira **sociedade de capital risco** universitaria autorizada pola Comisión Nacional do Mercado de Valores (núm. 53) Esta construíuse en novembro de 2000 baixo a iniciativa da USC (Universidade de Santiago de Compostela) co obxectivo de promover a creación de empresas que aproveiten o coñecemento producido pola universidade, mediante operacións de inversión temporal no capital das mesmas ou outros instrumentos financeiros, sempre baixo criterios de rendibilidade e creación de emprego.

É, polo tanto, unha ferramenta de estímulo empresarial que facilita:

- O desenvolvemento tecnolóxico, abrindo alternativas á transferencia do coñecemento da Universidade á sociedade, a través da creación de empresas.
- A creación e mantemento do emprego no seo da comunidade universitaria.
- En definitiva, a creación dunha cultura emprendedora na Universidade, incrementando a predisposición dos seus membros á creación de empresas.

Para impulsar este proxecto a **Universidade de Santiago de Compostela** asociouse á **Universidade de Vigo** e á **Universidade da Coruña**, procurando complementarse e aumentar así as posibilidades da transferencia de tecnoloxía. Estas solicitaron, asemade, o apoio de importantes **entidades financeiras e grupos empresariais da rexión**, que achegaron, non soamente recursos financeiros, senón tamén, a súa credibilidade e ampla experiencia, tanto en xestión empresarial, como na análise e seguimento de investimentos.



EXEMPLO DE PROGRAMAS DE AXUDAS NA COMUNIDADE AUTÓNOMA DE GALICIA

ECONOMÍA SOCIAL

Obxecto

Promover accións e facilitar axudas e subvencións que contribúan á creación ou mantemento de postos de traballo en cooperativas e sociedades laborais.

Beneficiarios

- Cooperativas e sociedades laborais con domicilio na Comunidade Autónoma de Galicia e inscritas no correspondente rexistro.
- Os socios traballadores das cooperativas de traballo asociado e sociedades laborais (axudas para a adquisición da condición de socio traballador) que no momento de adquiriren a devandita condición estean desempregados inscritos como demandantes de emprego no Servizo Público de Emprego e nas que conorra algunha das seguintes circunstancias:
 - Menor de 25 anos que non tivese antes un primeiro emprego fixo renumerado.
 - Menor de 30 anos incorporado ao Plan Labora: xuventude con experiencia.
 - Desempregados maiores de 45 anos.
 - Perceptores da prestación de desemprego na súa modalidade de pagamento único.
 - Mulleres desempregadas que se incorporen como socias traballadoras tras unha ausencia do mercado de traballo non inferior a 24 meses.
 - Mulleres desempregadas cando se incorporen para prestar servizos en profesións ou ocupacións con menor índice de emprego feminino.



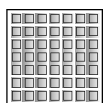
- Desempregados que realizasen cursos de formación ocupacional do Plan Fip (nos dous anos anteriores ou no ano da solicitude)
- Participantes en programas de escolas obradoiro ou casas de oficios ou en obradoiros de emprego (no ano da presentación da solicitude ou nos dous anos anteriores) ou en obras ou servizos de interese xeral realizados en virtude doutros ou en programas de fomento do emprego (no ano da presentación da solicitude ou no anterior)
- Desempregados de longa duración que estivesen sen traballo e inscritos na oficina de emprego durante polo menos 12 dos anteriores 16 meses, ou durante 6 dos anteriores 8 meses se fosen menores de 25 anos.
- Desempregados con discapacidade cun grao de minusvalidez non inferior ao 33% (só se terá que presentar o certificado de minusvalidez cando fose expedido por unha administración distinta á da comunidade autónoma de Galicia) (disposición adicional 5ª)
- Desempregados en situación de exclusión social.
- Desempregados por mor dalgunha das causas previstas nos artigos 50, 51, 52 b e c, 49 ,1ºg) do estatuto dos traballadores.

Tipos de axuda

- **Axuda pola incorporación de socios traballadores ou de traballo**

Subvención de ata 4.500 euros por cada socio traballador incorporado á xornada completa pertencente aos colectivos das letras a), b), c), d), g), n), i) e l) De pertencer a calquera destes colectivos e for muller ata 6000 euros.

- Até 6.000 euros no suposto das letras e) e f)
- Até 8.000 euros no suposto da letra k)
- Até 10.000 euros no suposto da letra j)



- **Axudas para a contratación de directores ou xerentes** necesaria para a vialidade da empresa ou do proxecto de investimento de que se trate, por un período máximo de un ano:

Subvención de até o 50% do seu custo, cunha contía máxima de 18.000 euros, por cooperativa de traballo asociado ou sociedade laboral.

- **Subvención financeira de redución de xuros** de empréstitos necesarios para o financiamento de investimentos en inmovilizado material e inmaterial así como para incorporación de novas tecnoloxías da información e as comunicacións.

Subvención de ata catro puntos do tipo de xuro fixado pola entidade de crédito, sen que en ningún caso o tipo de xuro que deba satisfacer o beneficiario poida resultar inferior a un punto. O importe máximo non pode superar a contía de 3.000 euros por socio traballador ou de traballo integrante da cooperativa ou sociedade laboral do que o posto de traballo non fose tido en conta con anterioridade para a concesión deste mesmo tipo de axuda.

- **Subvención directa para a adquisición de inmovilizado material e inmaterial**

Para a realización de investimentos que contribúan á creación, consolidación e mellora da compatibilidade de cooperativas e sociedades laborais poderáselles conceder unha subvención directa cun importe máximo de ata o 50% de custo da adquisición de activos, excluídos impostos, sendo en todo caso o importe máximo de 3.000 euros por cada socio traballador ou de traballo, integrante da cooperativa ou sociedade laboral cun posto de traballo que non fose tido en conta con anterioridade para a concesión de axudas para financiar investimentos en activos fixo.

- **Entidades de nova creación**

As cooperativas ou sociedades laborais de nova creación deberán presentar unha memoria técnica e económica do proxecto empresarial ou o plan de empresa elaborado ou informado por un experto externo á entidade ou por un técnico de emprego pertencente á rede coordinada pola Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais.



A memoria deberá axustarse aos modelos tipo que facilite a Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais.

▪ **Beneficiarios do Programa Labora**

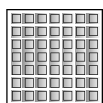
Incremento dun 10% das contías das axudas para a adquisición da condición de socio e pola incorporación de socios traballadores ou de traballo no caso daqueles desempregados que no momento da súa alta correspondente no réxime da Seguridade Social, estean incorporados e manteñan a condición de beneficiarios do programa "Labora: xuventude con experiencia".

Prazo de solicitudes

- As solicitudes de axudas para a adquisición da condición de socio traballador e pola incorporación de socios traballadores deberanse presentar no prazo de tres meses dende a data de alta na Seguridade Social.
- A axuda para a contratación de directores ou xerentes deberase presentar con anterioridade á contratación do director ou xerente.
- As solicitudes de subvención financeira deberanse presentar con anterioridade ao inicio de execución do proxecto de investimento.
- As solicitudes de subvención directa para a adquisición de inmaterial e inmaterial deberanse presentar con anterioridade ao inicio de execución dos proxectos de investimento.

Orde de convocatoria

Orde do 25 de marzo de 2004 que establece as bases reguladoras e a súa convocatoria para o ano 2004 dos programas de fomento do emprego en empresas de economía social e de promoción e divulgación do cooperativismo. (*DOG núm. 65, do 2 de abril de 2004*)



PROGRAMA DE INICIATIVAS DE EMPREGO DE BASE TECNOLÓGICA (IEBTs) AXUDAS E SUBVENCIONES

Obxecto

Facilitar e impulsar a posta en marcha daqueles **proxectos empresariais innovadores de contido científico e/ou tecnolóxico**, previamente cualificados como **iniciativas de emprego de base tecnolóxica (lebts) e inscritos no rexistro administrativo** habilitado para o efecto na Dirección xeral de Promoción do Emprego, conforme ao disposto na Orde do 23 de febreiro de 2001, que establece un programa de apoio ás iniciativas de emprego de base tecnolóxica (lebts).

Beneficiarios

Empresas privadas resultantes dos devanditos proxectos empresariais, que teñan a consideración de Pemes de acordo co establecido na normativa europea de aplicación, calquera que sexa a forma xurídica que adopten, sempre que se constitúan e inicien a súa actividade nun prazo non superior a un ano dende que o proxecto empresarial fose cualificado como Iniciativa de Emprego de Base Tecnolóxica (lebts), ou, de ser o caso, onde se establece na resolución de cualificación, sempre que se cumpran os requisitos e condicións esixidos para cada tipo de axuda.

Con carácter xeral, as solicitudes de axuda deberanse presentar antes de que transcorra un ano dende o inicio da actividade, agás as modalidades de **axuda á creación directa de emprego estable e axuda para o mantemento do emprego**, que poderán solicitarse durante os **dous primeiros anos** de actividade. En todo caso, deberanse respectar os prazos específicos establecidos para cada tipo de axuda.

Axudas

- **Axuda á creación directa de emprego estable**

Subvención de **até 5.100 euros** por cada posto de traballo estable de carácter indefinido creado cando a dedicación sexa a tempo completo ou a parte proporcional cando sexa a tempo parcial, e que sexa



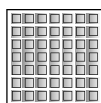
ocupado por desempregados inscritos como tales no Servizo Público de Emprego ou por traballadores autónomos inscritos no antedito servizo que realicen un traballo por conta allea cunha prestación de servizos inferior ou igual a 2 horas diarias, 12 semanais ou 48 mensuais. Cando o posto de traballo estable o ocupe unha **traballadora des-empregada**, o incentivo incrementarase nunha contía de **ata 600 euros**. Cando o posto de traballo se ocupe por un **desempregado con título universitario o incentivo será de ata 5.400 euros**, e de se tratar dunha **muller con titulación universitaria de ata 6.000 euros**.

Só poderán ser obxecto desta modalidade de axuda os postos de traballo estables de carácter indefinido creados antes de transcorrer **dous anos** dende a data de inicio da actividade.

Non se poderá conceder esta axuda cando se trate de traballadores que con anterioridade prestasen servizos na mesma empresa en virtude dun contrato laboral de carácter temporal.

▪ **Subvención por asistencia técnica para a contratación de expertos técnicos de alta cualificación**

Subvención equivalente ao 50% dos custos laborais totais, incluídas as cotizacións á Seguridade Social por todos os conceptos, correspondentes ao primeiro ano, máis o equivalente ao 35% dos custos laborais totais correspondentes ao segundo, cun límite máximo de 30.000 euros, cando a contratación teña unha duración igual ou superior a dous anos e sexa a tempo completo ou a parte proporcional se é inferior a dous anos ou é a tempo parcial, e sempre que as contratacións se realizasen antes de transcorrer un ano dende o inicio da actividade. Esta subvención é incompatible, para o mesmo traballador, coa axuda á creación directa de emprego estable e coa axuda para o mantemento do emprego, en función da existencia de gastos de aluguer do local. Os expertos técnicos que sexan desempregados e inscritos coma demandantes de emprego e sexan contratados con carácter indefinido non poderán ser computados para os efectos do cálculo da axuda financeira e da axuda para o inicio e posta en marcha da actividade.



▪ **Apoio á función xerencial**

Para o acompañamento na instalación da empresa, poderase financiar o apoio ás funcións xerenciais para axudar ao promotor ou empresario na toma de decisións necesarias para o funcionamento da empresa. O devandito apoio poderá revestir as modalidades de titoría, formación e realización externa de estudos e informes sobre a actividade.

O gasto orixinado polo apoio á función xerencial deberase producir no prazo de dous anos dende a constitución da empresa, e sempre que non transcorrese máis **de un ano** dende o inicio da actividade.

Subvención equivalente ao **75% do custo dos servizos recibidos, cun límite máximo de 12.000 euros** polo conxunto das modalidades de asistencia técnica previstas.

Axuda financeira de redución dos xuros de créditos necesarios para a creación e posta en marcha das empresas cualificadas como lepts, dirixidas a financiar investimentos en activo fixo, podendo destinar até un 25% do crédito para financiar o activo circulante.

A subvención será de até catro puntos do tipo de xuro fixado pola entidade de crédito que conceda o empréstimo sen que, en ningún caso, o tipo de xuro que deba satisfacer o beneficiario, despois de calculada a subsidiación, poida resultar inferior a un punto, e terá como límite a contía de **5.100 euros** por emprego estable creado durante o primeiro ano de actividade.

▪ **Axuda en función da existencia de gastos para o inicio e posta en marcha da actividade**

Subvención de até un 60% dos gastos necesarios para o inicio e posta en **marcha da actividade**, sempre que se produzan antes de transcorrer un ano dende o inicio da actividade: compra de mercadorías, materias primas e outros aprovisionamentos, arrendamento do local, man de obra empregada na reforma ou adecuación do local e maquinaria, publicidade, subministracións; así coma outros gastos que por razón da actividade, sempre que estean debidamente xustificadas, sexan necesarios para a posta en marcha da actividade.



O importe máximo desta axuda determinarase en atención ao número de postos de traballo estables creados para os colectivos de beneficiarios previstos, de acordo coa seguinte escala:

- de 1 a 2 postos de traballo: **até 18.000 euros**
- de 3 a 10 postos de traballo: **até 30.000 euros**
- de 11 a 20 postos de traballo: **até 42.000 euros**
- 21 ou máis postos de traballo: **até 54.000 euros**

En ningún caso o importe desta axuda poderá superar a contía de 9.000 euros por posto de traballo estable creado para os colectivos beneficiarios.

Non serán subvencionables, a través desta axuda, os gastos que poidan ser considerados como investimento en activo fixo.

▪ **Axuda para o mantemento do emprego,**
en función da existencia de gastos de alugamento do local

Axuda para o mantemento dos postos de traballo estables creados, durante os dous primeiros anos de actividade, en función da existencia de gastos de aluguer do local onde se desenvolve a actividade.

O incentivo será de **até 90 euros** por posto de traballo estable e mensuralidade, **cun máximo do 80% dos ditos gastos na súa imputación mensual**. E cun límite máximo de **18.000 euros por proxecto e anualidade** ou a parte proporcional en cómputo mensual.

▪ **Beneficiarios do programa**
“Labora: xuventude con experiencia”

A contía da axuda á creación directa de emprego estable, axuda financeira, axuda en función da existencia de gastos para o inicio e posta en marcha da actividade e a axuda para o mantemento do emprego, incrementarase nun 10% no caso daqueles desempregados que, téndose en conta para o cálculo da subvención, no momento da súa alta na Seguridade Social estean incorporados e manteñan a condición de beneficiarios do programa “*Labora: xuventude con experiencia*”.



Prazo de solicitudes

As solicitudes da axuda por asistencia técnica para a contratación de expertos técnicos de alta cualificación, de apoio á función xerencial, da axuda financeira e da axuda para o inicio e posta en marcha da actividade deberán presentarse antes de transcorrer un ano dende a data de inicio da actividade (art.12.2)

As axudas á creación directa de emprego estable e as axudas para o mantemento do emprego poderanse solicitar durante os dous primeiros anos de actividade (art. 12.2)

Non obstante, deberán respectar os prazos específicos seguintes:

- Axuda para a creación directa de emprego estable e subvención por asistencia técnica para a contratación de expertos técnicos de alta cualificación: deberán presentarse no prazo de 2 meses dende a data en que se inicie a relación laboral (art. 4º.6 e art. 5º.5)
- Axuda financeira: deberá presentarse con anterioridade ao inicio da execución do proxecto de investimento (art. 7º.3)

Axuda para o mantemento do emprego: deberá presentarse nos seguintes prazos:

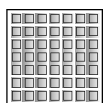
- mensualidades de outubro, novembro e decembro: até o 15 de febreiro
- mensualidades de xaneiro, febreiro e marzo: até o 15 de maio
- mensualidades de abril, maio e xuño: até o 15 de agosto
- mensualidades de xullo, agosto e setembro: até o 15 de novembro

As lexis que en virtude da data da súa constitución e do inicio da súa actividade rematase o prazo de presentación de solicitudes de axudas entre o 1 de outubro de 2003 e a data de entrada en vigor da orde de convocatoria poderanse acoller ás axudas previstas nela, rematando o prazo de presentación o 30 de abril de 2004 (Disposición transitoria 2ª).



Orde de convocatoria

Orde do 27 de febreiro de 2004 que establecen as bases reguladoras do programa de axudas e subvencións ás empresas cualificadas como iniciativas de emprego de base tecnolóxica (lebts), cofinanciado polo Fondo Social Europeo, e se procede a súa convocatoria para o ano 2004 (**DOG núm. 49, do 10 de marzo de 2004**).



PROGRAMA DE INICIATIVAS DE EMPREGO: ILES-IER

Obxecto

Facilitar e impulsar a posta en marcha daqueles **proxectos empresariais innovadores**, previamente **cualificados** como iniciativas locais de emprego (**ILES**) ou como iniciativas de emprego rural (**IER**) **inscritos no rexistro administrativo** habilitado para o efecto na Dirección xeral de Promoción do Emprego e nas delegacións provinciais da Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, conforme ao disposto no Decreto 9/2000, do 12 de xaneiro, que regula as iniciativas de emprego e as súas clases, así como o procedemento para a súa cualificación e inscrición rexistral.

Beneficiarios

Empresas privadas constituídas a partir dos devanditos proxectos empresariais, calquera que sexa a forma xurídica que adopten, sempre que se constituán e inicien a súa actividade nun prazo non superior a un ano dende que o proxecto empresarial foi cualificado como *iniciativa local de emprego* ou como *iniciativa de emprego rural*, e soliciten as axudas antes de transcorrer un ano dende o inicio da actividade e cumpran as condicións e requisitos esixidos para cada tipo de axuda.

Tipos de axuda

- **Subvención para a creación directa de emprego estable para des-empregados**

Subvención de **4.800 euros** por cada posto de traballo estable creado que sexa ocupado por desempregados inscritos como tales no Servizo Público de Emprego. Cando o posto de traballo estable o ocupe unha traballadora desempregada, o incentivo incrementarase nunha contía ata **600 euros**.

Cando a adicación sexa a tempo parcial, as contías destes incentivos serán proporcionais ao tempo efectivo de traballo, en función da xornada a tempo completo establecida no convenio colectivo de aplicación ou no seu defecto, na xornada ordinaria legal.



- **Subvención por asistencia técnica para a contratación de expertos técnicos de alta cualificación**

Subvención equivalente ao 50% dos custos laborais totais, incluídas as cotizacións á Seguridade Social por todos os conceptos, correspondentes a un ano como máximo, cun límite de 18.000 euros. Esta subvención é incompatíbel coa subvención para a creación directa de emprego estable para desempregados.

- **Apoio á función xerencial**

Para o acompañamento na instalación da empresa, poderase financiar o apoio ás funcións xerenciais para axudar ao promotor ou empresario na toma de decisións necesarias para o funcionamento da empresa. O mesmo apoio poderá revestir as formas de titoría, formación e realización externa de estudos e informes sobre a actividade.

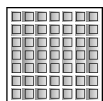
Subvención de até o 75% do custo dos servizos recibidos, cun límite máximo de 12.000 euros polo conxunto das modalidades de asistencia técnica previstas.

- **Subvención financeira de redución dos xuros** de créditos necesarios para a posta en marcha das empresas cualificadas como ILES ou IER destinadas a financiar, polo menos nun 75%, investimentos en activos fixos.

A subvención será de até catro puntos do tipo de xuro fixado pola entidade de crédito que conceda o empréstimo sen que, en ningún caso, o tipo de xuro que deba satisfacer o beneficiario (despois de calculada a subsidiación) poida resultar inferior a un punto e terá como límite a contía de 5.100 euros por emprego estable creado.

- **Axuda para o inicio e posta en marcha da actividade** para aquelas empresas que creen emprego estable para un desempregado inscrito coma demandante de emprego no Servizo Público de Emprego.

Subvención de até un 60% dos gastos necesarios para o inicio e a posta en marcha da actividade. O importe máximo desta axuda determinarase en atención ao número de postos de traballo estables creados para desempregados, de acordo coa seguinte escala:



- de 1 a 2 postos de traballo: **até 12.000 euros**
- de 3 a 10 postos de traballo: até 24.000 euros
- de 11 a 20 postos de traballo: até 36.000 euros
- 21 ou máis postos de traballo: até 48.000 euros

En ningún caso o importe da axuda poderá superar a contía de **6.000 euros** por posto de traballo creado. Este límite máximo poderá ser excepciónado non caso das IER sempre que a dita excepción estea amparada na propia definición e características no plan de actuación sectorial correspondente.

Serán subvencionables, a través desta axuda, os gastos pola compra de mercadorías, materias primas e outros aprovisionamentos, arrendamento do local ou maquinaria, man de obra empregada na reforma ou adecuación do local, publicidade e subministracións.

En ningún caso serán subvencionables, os gastos que poidan ser considerados como investimento en activo fixo.

Cando a actividade produtiva principal das empresas cualificadas como iniciativas de emprego se inscriba dentro dos ámbitos dos novos viveiros de emprego, terán dereito a un incremento do 10% da contía das subvencións reguladas nesta orde.

- **Beneficiarios do Programa Labora:** As axudas de creación directa de emprego estable, subvención financiada e inicio de actividade incrementaranse nun 10% no caso de desempregados que no momento da alta no correspondente réxime da Seguridade Social estean incorporados e manteñan a condición de beneficiarios do programa labora.

Prazo de solicitudes

Con carácter xeral, as solicitudes deberanse presentar antes de que transcorra un ano dende o inicio da actividade ou, nos casos en que se autorizou unha ampliación do prazo, antes de que transcorran dous anos dende a data de cualificación. Porén deberán respectarse os prazos específicos esta-

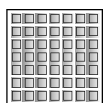


belecidos para cada tipo de axuda:

- Subvención de creación directa, emprego estable e subvención para a asistencia técnica para a contratación de expertos: 2 meses dende a data de alta na Seguridade Social.
- Subvención financeira: deberase presentar con anterioridade ao inicio da execución do proxecto de investimento.

Orde de convocatoria

Orde do 28 de febreiro de 2004 pola que se establecen as bases reguladoras e a convocatoria para o ano 2004 do réxime de axudas e subvencións ás empresas cualificadas como iniciativas locais de emprego (lles) ou como iniciativas de emprego rural (ler) (*DOG núm. 49, do 10 de marzo*)



PROGRAMA DE MICROCRÉDITOS SEN AVAL DO ICO

MICROCRÉDITOS ICO

A Liña de Microcréditos é un instrumento financeiro dirixido a aquelas micro-empresas, persoas físicas ou actividades económicas que atopen dificultades de acceso ás canles habituais de financiamento e que contan cun proxecto de investimento viable.

O ICO aposta, deste xeito, polo microcrédito como medio para promover a creación de empresas, favorecer a aparición de emprendedores e impulsar un desenvolvemento económico e social equilibrado, buscando crear as condicións para eliminar a exclusión social.

Vixencia

A liña estará vixente deca o 31 de decembro de 2004. As solicitudes pódense presentar a partir de xullo nas institucións de asistencia social que asinaron os correspondentes acordos de colaboración.

Institucións de asistencia social colaboradoras: GALICIA

- **CIMO - Entidade Prestadora de Servizos**

Tlfo.: 988 39 15 15 / 988 39 15 25

Fax: 988 25 02 40

e-mail: autoempleo@cimoempleo.com

- **DEPUTACIÓN DE OURENSE**

Tlfo.: 988 38 51 91

- **FUNDACIÓN RONSEL**

Tlfo.: 981 20 62 34



▪ CONCELLO DE LUGO

Tfno.: 982 21 49 90

Fax: 982 265 336

e-mail: promocioneconomica@concellodelugo.org

Recursos dispoñíbeis

12.500.000 euros ata decembro de 2004.

Beneficiarios

Son beneficiarios desta liña aquelas persoas físicas ou microempresas que contén un proxecto de inversión viable pero que, por carecer de garantías e historial crediticio, teñan dificultades de acceso ao financiamento polas canles habituais do sistema financeiro.

Con carácter xeral, establécense coma preferentes para obter o financiamento os que **cumprindo o requisito definido anteriormente**, se encadren dentro dos grupos de poboación seguintes:

- Maiores de 45 anos
- Fogares monoparentais
- Inmigrantes
- Mulleres
- Discapacitados
- Parados de longa duración

Poderán así mesmo acceder a esta liña de financiamento outros beneficiarios non clasificados na relación anterior, sempre que contén un proxecto de inversión viable, non dispoñan de garantías que avalen a operación e sigan o procedemento de tramitación establecido.

Investimentos financiábeis

Son financiábeis os investimentos en activos novos produtivos. Se o proxecto presentado inclúe inversión en circulante, esta non será superior ao 50%



do importe do investimento total que se vai financiar.

O proxecto de investimento deberá contar co visto e prace, en función da súa viabilidade, da institución de asistencia social presentadora do beneficiario final á Entidade de crédito.

Investimento máximo

O importe máximo financiábel será do 95% do proxecto de investimento que se vai realizar.

Importe máximo de financiamento por beneficiario

O importe do empréstito máximo non será superior a 25.000 euros, por proxecto de investimento e ao ano, ben sexa nunha operación de empréstito ou *leasing*, ou no cómputo global de operacións formalizadas polo beneficiario final.

A obtención dun empréstito desta liña, calquera que fose o importe, é incompatible coa concesión de empréstitos doutras liñas de financiamento do ICO, incluída a Liña de Microcréditos 2002-2003.

Tipo de contrato

O beneficiario final pode optar entre empréstito ou *leasing*.

Prazos de amortización

O beneficiario pode elixir:

- 3 anos, sen carencia
- 4 anos, sen carencia

Tipo de xuro

Fixo: 5,5% TAE



Institucións participantes no programa

1. Entidades de crédito

As entidades de crédito son as encargadas de prestar os servizos financeiros aos beneficiarios dos microcréditos na recepción da operación de empréstito/*leasing*, a súa cualificación crediticia en base á viabilidade e garantía de éxito do proxecto e, finalmente, a formalización da operación.

As entidades financeiras e as institucións de asistencia social establecerán os acordos de colaboración, as sucursais e as delegacións onde solicitar e tramitar os créditos.

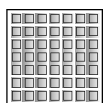
2. Institucións de asistencia social

Son institucións, asociacións ou organizacións involucradas en accións de asistencia económica ou social, dirixidas a potenciar a creación de microempresas, fomentar a autocupación e incentivar a actividade emprendedora.

As institucións de asistencia social son **as encargadas de identificar aos beneficiarios, así como de canalizar as súas peticións e facilitarles a necesaria asistencia técnica durante toda a vida da operación.**

As funcións das institucións de asistencia social son as seguintes:

- Servir de enlace entre os beneficiarios finais dos microcréditos e as entidades de crédito.
- Recompilar información sobre o beneficiario final, así como do proxecto que se ten que financiar, coa fin de determinar a súa idoneidade.
- Prestar asesoramento e asistencia técnica ao beneficiario na presentación e viabilidade do proxecto para o cal valorará, entre outros, os seguintes aspectos:
 - Plan de negocio
 - Implicación persoal no mesmo



- Repercusión local
 - Alternativa laboral precaria
 - Achega pecuniaria do 5%
 - Valoración de bens persoais
- Presentar ás entidades de crédito os proxectos analizados e considerados viables.
 - Acreditar que o proxecto de investimento que se financia non teña unha antigüidade superior a seis meses.
 - Seguimento trimestral do proxecto de investimento durante toda a vida do mesmo, mediante o cumprimento do formulario elaborado para tal efecto.

Para se constituír como institución de asistencia social deberase dirixir a calquera das entidades de crédito colaboradoras e proceder á sinatura do correspondente acordo de colaboración entre as entidades de crédito e as institucións de asistencia social, onde se recollen formalmente as funcións que teñen que desenvolver cada unha das partes.

3. Fondo Europeo de Invertementos (FEI)

O FEI colabora co ICO na mellora das condicións de financiamento das operacións mediante a cobertura parcial do risco.

Tramitación

- O beneficiario final presentará a súa solicitude de crédito a calquera das institucións de asistencia social colaboradoras.
- A institución de asistencia social determinará a idoneidade do solicitante e a garantía de éxito do proxecto. Así mesmo facilitará a asistencia técnica necesaria para a elaboración dunha sinxela memoria, cubrindo o **documento establecido para tal fin**.
- Unha vez determinada a viabilidade do proxecto, a institución de asistencia social presentará o mesmo á entidade de crédito, a través da



cubrición do **documento establecido para tal fin** e aquela documentación que a entidade de crédito estime precisa.

- A entidade de crédito determinará finalmente a garantía de éxito e viabilidade do proxecto e outorgará o financiamento ao beneficiario.
- Os proxectos de inversión financiados terán un seguimento ao longo de toda a vida do empréstito.

Comisións

O tipo de xuro que o ICO comunica é TAE e as entidades de crédito non poden cobrar ningunha cantidade en concepto de:

- Comisión de apertura
- Comisión de estudo
- Comisión de dispoñibilidade

Cancelación anticipada

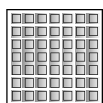
Permitida, a partir de 18 meses de vida do empréstito, sen penalización, e debendo coincidir coas datas de liquidación dos xuros.

Garantías

Pola propia definición de beneficiarios finais non se solicitarán avais ou garantías de ningún tipo, sendo o único requisito a viabilidade do proxecto.

Documentación

O beneficiario final presentará a documentación que xustifique o proxecto de investimento que se vai realizar, normalizado nos documentos establecidos para tal fin, e que estarán dispoñíbeis nas institucións de asistencia social, entidades de crédito participantes no programa, así como nesta páxina web.



RECAPITULEMOS

Coñece vostede o programa de microcréditos sen aval do ICO?

Sabe vostede que debemos entender por viveiro de empresas?

Sabe vostede que se entende por incubadora de empresas?

Sabe vostede que se entende por *spin-off*?

Que é o capital risco?

Que son os empréstitos participativos?

Cantas Sociedades de Garantía Recíproca existen en Galicia? cal é a súa función principal?

Coñece vostede o Plan de Dinamización Económica-Medidas de Apoio Financeiro da Consellería de Economía e Facenda?

Coñece vostede o Convenio Marco Xunta de Galicia-SEPI (Sociedade Estatal de Participacións Industriais)?

Coñece vostede a Liña Calidade Turística ICO 2003?

Coñece vostede o Programa EMEGA?

Coñece vostede o Programa de Creación e Consolidación de Empresas das Cámaras de Comercio-Fundación INCYDE?

Coñece vostede a Guía para Emprender en Galicia?



SOCIEDADE LIMITADA NOVA EMPRESA

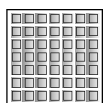


Características mercantís máis destacadas:

- É unha especialidade da Sociedade Limitada (SL)
- O número máximo de socios na constitución limitase a cinco, que han ser persoas físicas
- O capital social mínimo é de 3.012 e o máximo de 120.202
- O obxecto social é xenérico para permitir unha maior flexibilidade no desenvolvemento das actividades empresariais sen necesidade de modificar os estatutos da sociedade
- Posibilidade de empregar uns estatutos sociais orientativos permitindo a constitución da sociedade en 48 horas
- Denominación social especial que incorpora un código (ID-CIRCE) o que posibilita a súa obtención en 24 horas. A certificación correspondente estará dispoñíbel a partir das 24 horas da súa solicitude
- Os administradores da sociedade deberán ser socios non existindo consello de administración

Vantaxes fiscais aplicábeis á SLNE:

- Aprazamento sen achega de garantías do imposto de transmisións patrimoniais e actos xurídicos documentados (ITP/AXD) pola modalidade de operacións societarias, derivada da constitución da Sociedade durante o prazo de un ano dende a súa constitución.
- Aprazamento sen achega de garantías, das débedas tributarias do imposto sobre sociedades correspondentes aos dous primeiros períodos impositivos concluídos dende a súa constitución.



- Aprazamento ou fraccionamento, con garantías ou sen elas das cantidades derivadas de retencións ou ingresos a conta do IRPF que se devenguen no primeiro ano dende a súa constitución.
- Non é obrigado efectuar pagamentos fraccionados do imposto sobre sociedades, a conta das liquidacións correspondentes aos dous primeiros períodos impositivos dende a súa constitución.
- Conta aforro-empresa cuxos fondos se deben destinar á constitución dunha empresa, cunha duración mínima de dous anos cun local e un empregado, polo menos, coa forma xurídica de Sociedade Limitada Nova Empresa, e cuxo réxime fiscal é semellante ao da conta aforro vivenda (devolución no IRPF do 15% do importe depositado na conta co límite de 9.015,18 anuais durante un prazo máximo de 4 anos)

Obtención do código ID-CIRCE e da denominación social da SLNE:

- A denominación social da SLNE estará formada polos dous apelidos e o nome dun dos socios fundadores seguidos dun código alfanumérico (ID-CIRCE)
- Cando o emprendedor opte pola tramitación non telemática, terá que obter o código ID-CIRCE a través do sitio web do sistema CIRCE, www.circe.es, ao que poderá acceder dende Internet
- O socio fundador que vaia ser titular da denominación social indicará o seu nome e os dous apelidos, número de documento nacional de identidade e o seu enderezo completo e o código ID-CIRCE xerado polo sistema informático será o único aceptado polo Rexistro Mercantil Central
- A xeración do ID-CIRCE non supón, en ningún caso, a reserva automática da denominación social polo que o emprendedor deberá realizar os trámites legalmente establecidos para solicitar a reserva da dita denominación perante o Rexistro Mercantil Central accedendo ao mesmo dende o sistema CIRCE sen necesidade de se desprazar.

A solicitude do ID-CIRCE estará dispoñíbel a partir do 2 de xuño de 2003, data de entrada en vigor da Lei que regula a SLNE.



Tramitación Telemática:

A normativa que regula a SLNE ofrece a posibilidade de realizar os trámites de constitución e posta en marcha da SLNE por medios telemáticos, evitando así desprazamentos ao emprendedor e producindo un aforro substancial de tempos e custos.

Para iso o emprendedor deberase dirixir aos Puntos de Asesoramento e Inicio de Tramitación (PAIT) onde o asesorarán en todo o relacionado coa definición do seu proxecto empresarial e permitiráselle iniciar os trámites de constitución e posta en marcha do mesmo por medios telemáticos.

O Real Decreto que regulará a tramitación telemática atópase en tramitación e prevese a súa entrada en vigor en breve.

Nunha primeira fase piloto, a tramitación telemática só estará dispoñible dende o Centro PEME-área de Información do Ministerio de Economía e nas Xanelas Únicas Empresariais (XUE) das seguintes Comunidades Autónomas: Comunidade de Madrid, Comunidade Valencía e Comunidade Autónoma da Rexión de Murcia. Progresivamente irase implantando o sistema no resto das comunidades e cidades autónomas do territorio nacional.



FONTES DE INFORMACIÓN PARA A CREACIÓN DE EMPRESAS

A busca de información constitúe unha tarefa non demasiado agradábel para a maioría dos emprendedores que desexan pór en marcha o seu proxecto: información sobre o mercado, competencia, financiamento, normativa, etc.

Moitas veces, ao ser unha tarefa tan ardua pasámola por enriba cometendo un erro gravísimo que pode tombar o proxecto.

Existe toda unha rede de organismos e institucións dispostas a prestar axuda e asesoramento a todas as persoas que teñan unha idea ou un proxecto empresarial, ou que simplemente desexen asesoramento en materia de creación de empresas.

Algúns destes organismos son os seguintes:

- **Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais**

Edificios Administrativos de San Caetano

15703 - Santiago de Compostela (A Coruña)

Tel.: 981 546 967 Fax: 981 543 636.

- > *Dirección Xeral de Formación e Colocación*

San Caetano, 15781 - Santiago de Compostela

981 544 681 Fax: 981 544604

Subdirección Xeral de Formación Ocupacional

Subdirección Xeral de Colocación

Subdirección Xeral das Cualificacións

- > *Dirección Xeral de Promoción do Emprego*

San Caetano, 15781 - Santiago de Compostela

Tlfo.: 981 544 614 Fax: 981 544678

Subdirección Xeral de Apoio a Emprendedores



▪ **Instituto Galego de Promoción Económica-IGAPE**

Complexo Administrativo de San Lázaro s/n

15703 Santiago de Compostela (A Coruña)

Telf.: 902 30 09 03 Fax: 981 55 88 44

Páxina web: www.igape.es

▪ ***Outras Oficinas***

Oficina de Vigo:

Rúa Príncipe 43, 2º E, 36202 Vigo (Pontevedra)

Telf.: 986 439 269 Fax: 986 550 966

Correo electrónico: vigo@igape.es

Oficina de Ferrol:

Edificio de Servizos Múltiples. Praza Camilo José Cela s/n

15403 Ferrol (A Coruña)

Telf.: 981 337 103 Fax: 981 337 106

Correo electrónico: ferrol@igape.es

Oficina da Coruña:

Praza de Pontevedra, 22 - 2º 15003 A Coruña

Telf.: 981 182 239 Fax: 981 182 240

Correo electrónico: coruna@igape.es

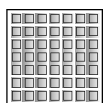
Oficina de Lugo:

Xunta de Galicia Edificio Administrativo.

Ronda da Muralla 27071 Lugo

Telf.: 982 294 032 Fax: 982 294 040

Correo electrónico: lugo@igape.es



Oficina de Ourense:

Rúa Valle Inclán, 2. 32003 Ourense.

Telf.: 988 222 470. Fax: 988 229 916.

Correo electrónico: pontevedra@igape.es

▪ **BIC-Galicia**

Edificio IGAPE 3ª Planta.

Complexo Administrativo de San Lázaro s/n

15703 Santiago de Compostela (A Coruña)

Telf.: 981 546 823. Fax: 981 546 832.

Páxina web: www.bicgalicia.es

▪ **Cámaras de Comercio**

A Coruña

Alameda, 30 - 15003 A Coruña

Tlfo.: 981 216 072 Fax: 981 225 208

Páxina web: www.camaranet.com/coruna

Ferrol

Rúa María, 158 - 15401 Ferrol

Tlfo.: 981 351 960 Fax: 981 356 758

Páxina web: www.camaranet.com/ferrol/ferrol.html

Santiago de Compostela

San Pedro de Mezonzo, 44 baixo

15701 - Compostela

Tlfo.: 981 596 800 Fax: 981 590 301

Páxina web: www.camaranet.com/santiago



Lugo

Avenida de Ramón Ferreiro, 18

27002 Lugo

Tlfo.: 982 224 311 Fax: 982 244 301

Páxina web: www.camaralugo.com/actualidad.asp

Ourense

Avenida da Habana, 56

32003 Ourense

Tlfo.: 988 232 124 Fax: 988 862 643

Páxina web: www.cscamaras.es/ourense/ourense.html

Pontevedra

Xardín de Vicenti, 4 - 2º

36001 Pontevedra

Tlfo.: 986 851 488 Fax: 986 862 643

Páxina web: www.camaranet.com/pontevedra

Vigo

Rúa Velázquez Moreno, 22 - 36202 Vigo

Tlfo.: 986 222 530 Fax: 986 435 659

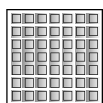
Páxina web: www.camaravigo.com

Vilagarcía de Arousa

Praza de Ravella; 10 - 3º

36600 Vilagarcía de Arousa

Telf.: 986 500 447 Fax: 986 500 621



Tui

Rúa Augusto González Besada, 15-1º dto.

Edificio Plaza - 36700 Tui (Pontevedra)

Telf.: 986 600 216 Fax: 986 601 512

Axencias de Desenvolvemento Local, Axencias de Emprego e Fundacións de Desenvolvemento Comarcal

Os propios concellos poden proporcionar información sobre as Axencias de Desenvolvemento Local e Fundacións de Desenvolvemento Comarcal do seu contorno.

Existe tamén unha rede de Axencias de Emprego que dependen de entidades distintas da local.

Con relación ás fontes de información que o propio emprendedor debería consultar para obter datos de tipo técnico, comercial, estatístico, etc., sobre o seu proxecto, poderíamos citar:

- **Instituto Nacional de Estadística (INE):** www.ine.es
- **Instituto Nacional de Consumo (INC):** www.inc.es
- **Instituto Galego de Estadística (IGE)**

Con información sobre Galicia de tipo económico, demográfico e socio-laboral.

Complexo Administrativo San Lázaro

15703 Santiago de Compostela (A Coruña)

Tfno.: 981 54 15 89 (de 12 a 14 horas)

web: www.ige.xunta.es

- **Instituto de Comercio Exterior (ICEX)**

Con información detallada de importacións e exportacións españolas



Praza de Compostela, 29 - 2º

36201 Vigo (Pontevedra)

Tfno.: 986 44 12 40 Fax: 986 43 20 48

páxina web: www.icex.es

▪ **Dirección Xeral de Política da PEME**

Información sobre temas de interese para a PEME:

- Creación de empresas
- Financiamento
- Fiscalidade
- Contratación laboral
- Cooperación empresarial

▪ **Información incluída nas Bases de Datos da DX PEME:**

- Axudas e incentivos da Administración
- Oferta de contratación pública

Rúa María Molina, 50 - 2ª Planta

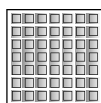
28006 Madrid

Tlfo.: 91 545 08 20 - 91 545 08 02

web: www.ipyme.org/indexplorer.htm

▪ **ARDÁN**

Directorio anual que recolle datos de tipo económico-financeiro da totalidade das sociedades mercantís existentes en Galicia e das principais do norte de Portugal e que presentan contas anuais no correspondente rexistro mercantil. Proporciona información estatística sobre sectores, actividades, etc.



Existen directorios ARDAN doutras comunidades autónomas.

Área Portuaria de Bouzas, s/n 36208 Vigo

Tfno.: 902 10 19 52 Fax: 902 11 45 54

páxina web: www.ardan.es

LECTURAS RECOMENDADAS

Programas de apoio ás iniciativas de emprego de base, Documentos-Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Promoción do Emprego)

Xuventude e Emprego. Accións para facilitar o acceso ao mercado de traballo. Documentos-Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Promoción do Emprego)

Apoio a emprendedores: autónomos e economía social (Normativa 2003) Documentos - Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais (Dirección Xeral de Promoción do Emprego, Dirección Xeral de Relacións Laborais)

“Os autónomos”. ***Boletín informativo da Federación de Autónomos de Galicia.*** Ano 2003, núm. 1.

Tunegocio. “Ayudas y subvenciones para empresario”. núm. 3, novembro de 2000

DIRECTORIO WEB

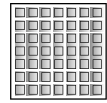
Xunta de Galicia www.xunta.es/conselle/as/emprego/galego/indice.htm

Guía de recursos para a creación de empresas www.emprenderengalicia.org

Axencia de Desenvolvemento Rural <http://agader.xunta.es>

Capital Risco www.xesgalicia.org

Cámaras de Comercio www.camerdata.es



Directorio de empresas	www.zonafrancavigo.com
Entidade financeira	www.caixagalicia.es
Capital Risco	www.unirisco.com
Capital Risco	www.ascrri.org
Sociedade de Garantía Recíproca	www.sogarpo.es
Sociedade de Garantía Recíproca	www.afigal.es
Parque Tecnolóxico de Galicia	www.ptg.es
Incubadora de empresas	www.uninova.org
Viveiro de empresas	www.paideia.es
Centro de iniciativa empresarial	www.cieagranxa.com
Fundación Universidade Empresa	www.feuga.es
Fundación da Confederación de Empresarios de Lugo	www.fundacioncel.org
Confederación de Empresarios de Galicia	www.ceg.es
Cámaras de Comercio	www.camaras.org
Sénio Empresa	www.secot.org
Universidade da Coruña	www.udc.es/cpa5
Universidade de Vigo	www.uvigo.es/empresa/index.gl.htm



Fundación Universidade da Coruña www.fundacion.udc.es

Capital Risco www.uniemprende.com

Universidade da Coruña www.udc.es/sape/osux/idez.htm

Universidade da Coruña <http://otriweb.udc.es>

Concello da Coruña www.corunasolidaria.org

Fundación para a inserción

sociolaboral e fomento de emprego www.fundacionronsel.com

Portal de emprego www.cimo.org

Federación de Autónomos de Galicia www.feaga.org

Creación de empresas:

www.creaciondempresas.com

www.todoexpertos.com/categorias/negocios/creacion_de_empresas/

www.universia.es/contenidos/empresa/emple/creacionempresas/

www.odiseaweb.com

www.winred.com

Plan de empresa www.injef.com/revista/empresas/indice.htm

Magazine Hazlo.com: www.magazine-hazlo.com



Actividades

Preténdense relacionar os contidos da unidade didáctica coa realidade empresarial da CA de Galicia:

- co directorio na man, sinalar aquelas entidades que coñeza
- coa relación facilitada de liñas de financiamento preferente, sinalar aquelas que coñeza
- debate:
 - existen subvencións suficientes?
 - cre que a súa difusión é suficiente?
 - e se xa son empresario?

BIBLIOGRAFÍA

Guía didáctica dos fondos comunitarios europeos 2000 - 2006, Colección Emprego Monografías, Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, Dirección Xeral de Promoción do Emprego. Xunta de Galicia.

Apoio a emprendedores: autónomos e economía social. Documentos Normativa 2003, Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, Dirección Xeral de Promoción do Emprego - Dirección Xeral de Relacións Laborais.

Liñas de axuda e servizos do IGAPE 2002 - 2006, IGAPE Consellería de Economía e Facenda. Comunidade Europea - Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional.

Dónde, cómo y cuando conseguir ayudas y subvenciones en 2003. Cuadernos Cinco Días. RIC Group Consultores , 2002.

“O difícil das manobras é facer que a ruta tortuosa se converta na máis directa e converter a mala fortuna en vantaxe”

SUN TZU



UNIDADE DIDÁCTICA V TITORIZACIÓN E CONSULTORÍA

“Na creación dunha sociedade empresarial participa todo o mundo. A actitude que espertan a iniciativa empresarial e a creba debe ser cada vez máis positiva. Neste senso, convén subliñar a importancia daqueles de quen dependen os empresarios actuais e futuros”.

Libro verde *El espíritu empresarial en Europa*, Bruxelas, 21 de xaneiro de 2003

INTRODUCCIÓN

A Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais pon á disposición dos emprendedores un programa de apoio estruturado sobre a Rede de Técnicos Locais de Emprego e Axentes de Emprego.

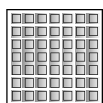
A función principal desta Rede de Técnicos é asesorar e acompañar ao emprendedor ata a posta en marcha da idea de empresa. Neste labor de titORIZACIÓN de proxectos é fundamental a información facilitada sobre subvencións e liñas de financiamento preferente.

O traballo desta Rede de Técnicos busca en definitiva a promoción económica a través da actividade empresarial e atópase moi orientado ao desenvolvemento local como modelo xerador de riqueza.

Convén, pois, subliñar a existencia dun protocolo de colaboración entre as consellerías de Asuntos Sociais e a de Economía e Facenda que permite a esta Rede de Técnicos integrar nas súas accións todos os programas de promoción empresarial existentes na Comunidade Autónoma de Galicia.

Co desenvolvemento desta unidade didáctica preténdese:

- Que o alumnado do Plan FIP coñeza a existencia e funcións da **Rede de Técnicos de Emprego** da Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais.



REDE DE TÉCNICOS DE EMPREGO DE GALICIA

www.tecnicosempregogalicia.xunta.es

Precisas de asesoramento para crear o teu propio negocio? queres coñecer os incentivos que ofrece o Servizo Público de Emprego de Galicia para a creación de emprego? queres saber que actuacións se están a desenvolver no teu concello para mellorar a túa empregabilidade? Nesta web atoparás información sobre os profesionais da Rede de Técnicos de Emprego impulsada pola **Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais**, así como sobre os seus servizos para promover a creación e consolidación de iniciativas empresariais e de novos postos de traballo na Comunidade Autónoma de Galicia.

A Rede de Técnicos de Emprego en Galicia é unha infraestrutura de servizos impulsada pola **Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais** e dependente da Dirección Xeral de Promoción do Emprego para o establecemento das políticas activas de emprego e o apoio das iniciativas empresariais produtoras de novos postos de traballo no eido local. A Rede conta con preto de 400 profesionais especializados no asesoramento empresarial, situados na maioría dos concellos galegos e noutras asociacións ou entidades sen ánimo de lucro relacionadas coa promoción empresarial, o que permite ofrecer unha cobertura da práctica totalidade do territorio galego. Este mecanismo é posíbel grazas a unha cooperación permanente das administracións autonómica e local, así como á colaboración coas principais entidades en Galicia para o desenvolvemento do territorio, especialmente dos concellos localizados no ámbito rural.

Esta páxina web permite a emprendedores e demais demandantes dos servizos da Rede localizar ao técnico máis próximo ao seu concello a través do directorio, así como de se informar sobre o funcionamento dos distintos programas das políticas activas de emprego para o fomento do autoemprego e da contratación por conta allea, xestionados pola Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais. A web constitúe, ademais, unha ferramenta de traballo dos técnicos de emprego para o intercambio de experiencias profesionais, proxectos e toda a información de interese que poida resultar de utilidade no cumprimento das súas funcións.

A Rede de Técnicos de Emprego ten presenza na case totalidade da Comunidade Autónoma de Galicia. Está composta por técnicos locais de



emprego, axentes de emprego, técnicos de emprego especializados en iniciativas de emprego de base tecnolóxica e técnicos das unidades de promoción e desenvolvemento:



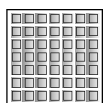
Técnicos Locais de Emprego. Prestan os seus servizos en entidades locais ou relacionadas cunha Administración local, na súa maioría concellos, así como algunhas mancomunidades e organismos provinciais.

Axentes de Emprego. Adscritos a institucións pertencentes ás universidades, ás oficinas de servizos integrados para a xuventude (OSIX) ou ás entidades sen ánimo de lucro, tales como asociacións empresariais, cámaras de comercio e fundacións, entre outras.

Técnicos de Emprego especializados en Iniciativas de Emprego de Base Tecnolóxica. Dentro da Rede de Técnicos de Emprego intégrase este equipo de profesionais e asesores de autoemprego que, ademais das funcións que lles corresponden como tales, forman parte desta rede especializada para a posta en marcha de lelbs, prestando un servizo de apoio e acompañamento personalizado aos promotores deste tipo de iniciativas, sendo preceptivo o seu informe de valoración para a cualificación dos obxectivos.

Técnicos das Unidades de Promoción e Desenvolvemento. As Unidades de Promoción e Desenvolvemento (UPD) son módulos de intervención en ámbitos territoriais de carácter supramunicipal que teñen por finalidade actuar sobre as potencialidades de desenvolvemento do territorio, fomentando así a creación de emprego de acordo coas directrices e prioridades fixadas pola Consellería, e traballando en estreita coordinación coa Rede de Técnicos de Emprego. Na actualidade existen catro UPDs:

- a Mancomunidade da Área Intermunicipal de Vigo,
- a Deputación Provincial de Ourense,
- a Deputación Provincial de Lugo, e
- a Mancomunidade Ulla-Umia.



LECTURAS RECOMENDADAS

Directorio de técnicos de emprego 2005. Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, Dirección Xeral de Promoción do Emprego, Xunta de Galicia.

DIRECTORIO WEB

www.xunta.es/conselle/as/emprego/galego/indice.htm

Correo: fundacionronsel@terra.es

web: www.fundacionronsel.com

ACTIVIDADES

Preténdense relacionar os contidos da unidade didáctica coa realidade empresarial da CA de Galicia.

- Contactar co seu técnico de emprego máis próximo para manter unha entrevista.

BIBLIOGRAFÍA

Orde do 29 de xullo de 2004, que establece as bases reguladoras das axudas e subvencións para a contratación de técnicos locais de emprego no eido da colaboración da Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais coas entidades locais e se procede á súa convocatoria para o ano 2004 (*Diario Oficial de Galicia, núm. 160, do 18 de agosto de 2004*)

Orde do 31 de xaneiro de 2005, que establece as bases que regulan, para o exercicio do ano 2005, as axudas e subvencións para o fomento do emprego a través dos programas de cooperación con órganos e organismos das administracións públicas distintas da local, universidades e entidades sen ánimo de lucro para a contratación de traballadores desempregados, beneficiarios do Programa Labora: xuventude con experiencia e beneficiarias do programa de fomento da inserción laboral de mulleres vítimas de violencia doméstica, e se procede á súa convocatoria (*Diario Oficial de Galicia, núm. 24, do 4 de febreiro de 2005*).



*“O soldado experimentado, unha vez que se pon en movemen -
to, nunca se desconcerta; unha vez que recolleu o campamento,
nunca se sente perdido. De aquí procede o dito: se coñeces ao
inimigo e te coñeces a ti mesmo, non haberá dúbida ningunha
da túa vitoria”.*

SUN TZU



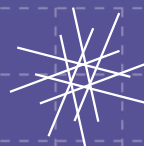
UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo



XUNTA DE GALICIA

CONSELLERÍA DE ASUNTOS SOCIAIS,
EMPREGO E RELACIÓNS LABORAIS

Dirección Xeral de Formación e Colocación



Galicia
camiños de
concordia