





# GUÍA DEL AUTÓNOMO





# GUÍA DEL AUTÓNOMO

  
**Junta de  
Castilla y León**

Edición cerrada a 30 de junio de 2006

© Junta de Castilla y León, 2006

Depósito Legal: VA. 598-2006

ISBN: 84-8406-701-7

Printed in Spain - Impreso en España

Preimpresión: Editorial LEX NOVA, S.A. General Solchaga, 3. 47008 Valladolid  
Tel. 902 457 038. Fax 983 457 224  
E-mail: [clientes@lexnova.es](mailto:clientes@lexnova.es)

Impresión: GRAFOLEX, S.L. Fernández Ladreda, 16-17. 47008 Valladolid

## Presentación

---

*Emprender es una opción que no carece de riesgos, pero también conlleva muchas satisfacciones, sobre todo cuando el emprendedor va viendo cómo lo que un día era una idea se ha convertido en un proyecto empresarial sólido y estable que, poco a poco, va creciendo y, más importante aún, va creando empleo.*

*Para apoyar a todas las personas que inician su negocio hemos elaborado la Guía del Autónomo, planteándonos dos objetivos importantes: el primero, proporcionar un recurso a los emprendedores y futuros empresarios, para que desde el comienzo de su andadura cuenten con una herramienta que les ayude a realizar su plan empresarial.*

*El segundo objetivo que nos hemos propuesto es motivar, desde la información, a todas aquellas personas que, en algún momento de su vida, se han planteado el autoempleo como la vía de inserción en el mundo laboral.*

*Con este manual queremos acompañar al autónomo en la puesta en marcha de su negocio, sobre todo en los primeros pasos. No se trata de un manual de expertos, sino una herramienta eficaz, válida para aquellos que quieren crear una empresa y no poseen la formación y la información necesarias para dar forma a su idea y que llegue a consolidarse en el conjunto del tejido empresarial regional.*

*Desde la Consejería de Economía y Empleo hemos trabajado con ilusión en este proyecto que esperamos se convierta en una herramienta útil para el autónomo, que le ayude a minimizar riesgos y a dotar a su idea de negocio de la calidad necesaria en su puesta en marcha, para que en el futuro se convierta en una empresa competitiva dentro del sector empresarial de Castilla y León.*

**Tomás Villanueva Rodríguez**

Vicepresidente Segundo y Consejero  
de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León

# ÍNDICE GENERAL



---

**Capítulo 1. *El trabajador autónomo en Castilla y León ...*** 17

---

1. EL TRABAJADOR AUTÓNOMO COMO EMPRENDEDOR .....	21
2. EL PROYECTO DE CREAR UNA EMPRESA .....	22
3. FORMACIÓN Y RECICLAJE: ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS .....	24

---

**Capítulo 2. *Formas jurídicas de la empresa*** ..... 27

---

1. INTRODUCCIÓN .....	31
2. CARACTERÍSTICAS DE LAS DIFERENTES FORMAS JURÍDICAS .....	32
a) El trabajador autónomo .....	32
b) Empresario individual .....	33
c) Comunidad de bienes y sociedades civiles .....	35
d) Sociedad Anónima .....	36

	<i>Página</i>
e) Sociedad de Responsabilidad Limitada .....	39
f) Sociedad Limitada Nueva Empresa .....	42
g) Sociedad Laboral .....	44
h) Sociedad Cooperativa .....	46
3. CUADROS RESUMEN .....	51
4. TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EM- PRESA .....	54
<b>Capítulo 3. <i>Plan de empresa</i></b> .....	<b>57</b>
<hr/>	
1. INTRODUCCIÓN .....	61
2. CARACTERÍSTICAS .....	62
3. ESTRUCTURA .....	63
<b>Capítulo 4. <i>Plan de marketing</i></b> .....	<b>67</b>
<hr/>	
1. INTRODUCCIÓN .....	71
a) El concepto de marketing .....	71
b) Producto, servicio y mercado .....	72
c) Actividad económica. La CNAE-93 .....	73
d) El Plan de Marketing .....	73
2. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN .....	74
a) Análisis externo .....	75
b) Análisis interno .....	76

	<u>Página</u>
3. OBJETIVOS .....	77
4. ACCIONES ESTRATÉGICAS .....	79
a) El producto .....	79
b) El precio .....	80
c) La distribución .....	80
d) La promoción .....	81
5. CONCEPTOS LIGADOS AL PLAN DE MARKETING ....	82
a) Publicidad .....	82
b) Promoción de ventas .....	82
c) Marketing directo .....	82
d) Relaciones públicas .....	83
e) Esponsorización o patrocinio .....	83
f) Ferias y exposiciones .....	83
<b>Capítulo 5. <i>Plan de recursos humanos</i> .....</b>	<b>85</b>
<hr/>	
1. INTRODUCCIÓN .....	89
2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL .....	90
3. CONTRATACIÓN .....	93
4. POLÍTICA SALARIAL .....	95
<b>Capítulo 6. <i>Financiación</i> .....</b>	<b>97</b>
<hr/>	
1. INTRODUCCIÓN .....	101
2. SELECCIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN .....	102

	<i>Página</i>
3. COSTE DE LA FINANCIACIÓN .....	104
a) El tipo de interés .....	104
b) Las comisiones .....	106
c) Otros gastos .....	106
4. FINANCIACIÓN BANCARIA A LARGO PLAZO .....	107
a) Introducción .....	107
b) El préstamo bancario .....	107
c) El leasing .....	109
d) El renting .....	113
5. LA FINANCIACIÓN BANCARIA A CORTO PLAZO .....	115
a) Introducción .....	115
b) La póliza de crédito .....	115
c) El descuento de efectos .....	118
d) El factoring .....	119
e) El confirming .....	121
f) El forfaiting .....	124
6. AVALES .....	125
7. SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO .....	126
8. AYUDAS .....	129

---

**Capítulo 7. *Las obligaciones del empresario* .....** 131

---

1. INTRODUCCIÓN .....	135
2. OBLIGACIONES FISCALES .....	136
a) Impuesto sobre Sociedades .....	137
b) Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas .....	139
c) Impuesto sobre el Valor Añadido .....	142

## **Índice general**

	<i>Página</i>
3. OBLIGACIONES CONTABLES .....	144
a) Impuesto sobre Sociedades .....	146
b) Sujetos pasivos del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas .....	147
c) Sujetos pasivos del Impuesto sobre el Valor Añadido .....	148
4. OBLIGACIONES LABORALES Y DE SEGURIDAD SOCIAL .....	148
a) Trámites .....	149
b) Afiliación, altas, bajas y variaciones de datos de trabajadores..	154
c) Cotización .....	155
d) Contratación .....	158
<b>Capítulo 8. Ayudas y servicios .....</b>	<b>165</b>
ASISTENCIA TÉCNICA Y AYUDAS A LA ASISTENCIA TÉCNICA .....	171
AYUDAS A LA INVERSIÓN PRODUCTIVA .....	176
AYUDAS AL EMPLEO .....	182
FINANCIACIÓN Y BENEFICIOS FISCALES .....	188
FORMACIÓN Y AYUDAS A LA FORMACIÓN .....	191
INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO .....	196
RECONOCIMIENTOS .....	201
SENSIBILIZACIÓN .....	203
<b>Anexo. Direcciones de interés .....</b>	<b>205</b>
<b>Índice analítico .....</b>	<b>231</b>



A grayscale photograph of a person walking away from the camera down a long, curved tunnel. The tunnel's walls are made of many parallel, curved metal ribs that create a strong sense of perspective and depth. A series of small, rectangular lights are mounted along the top edge of the tunnel, receding into the distance. The person is wearing a dark jacket and trousers, and is carrying a bag or briefcase in their right hand. The overall mood is one of solitude and forward movement.

**CAPÍTULO 1**

**EL TRABAJADOR AUTÓNOMO  
EN CASTILLA Y LEÓN**



# Índice

---

	<i>Página</i>
1. EL TRABAJADOR AUTÓNOMO COMO EMPRENDEDOR .....	21
2. EL PROYECTO DE CREAR UNA EMPRESA .....	22
3. FORMACIÓN Y RECICLAJE: ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS .....	24



## 1. **EL TRABAJADOR AUTÓNOMO COMO EMPRENDEDOR**

---

Un emprendedor es aquella persona que es capaz de poner en marcha una iniciativa, solo o junto a otras personas. Los emprendedores son, en definitiva, quienes asumen los riesgos que comporta una aventura empresarial.

Debemos conocer las características deseables de todo emprendedor para poder acercarse al perfil ideal.

Vamos a descubrir algunas de estas características:

- Motivación y seguridad en sí mismo. La motivación en un proyecto ayuda a sobreponerse a los posibles contratiempos.
- Afán de perfección.
- Capacidad de trabajo y capacidad de concentración en él.
- Percepción de futuro. Ha de tenerse un sentido especial para captar oportunidades.
- Especial valoración de la información.
- Optimismo ante situaciones nuevas.
- Iniciativa y previsión en la gestión empresarial.
- Necesidad de obtener resultados.
- Capacidad innovadora.

- Capacidad para asumir riesgos.
- Adaptabilidad a los cambios.

En nuestra comunidad autónoma la importancia de la figura del emprendedor queda manifiesta en el hecho de que, durante el primer trimestre de 2006, 180.000 personas se han afiliado al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social (19,5% sobre el total de afiliados).

## 2. EL PROYECTO DE CREAR UNA EMPRESA

---

El *empresario individual* es una persona física que realiza una actividad económica. Es sin duda una figura clásica en el mundo empresarial y constituye una de las formas más frecuentes de creación de una empresa.

Tenemos que reseñar una serie de ventajas e inconvenientes a la hora de ser empresario individual.

- Dentro de las *ventajas* encontramos que es una forma empresarial idónea para empresas pequeñas, se exigen menos gestiones y trámites para iniciar la actividad y puede resultar más económico su inicio.
- Por su parte dentro de los *inconvenientes* encontramos la responsabilidad individual, pues el emprendedor responde con su patrimonio y hace frente en solitario a gastos e inversiones.

Este aspecto de la responsabilidad, sin embargo, deberá desarrollarse pormenorizadamente más adelante.

Una vez hecha esta introducción vamos a analizar lo que entendemos por proyecto de empresa.

El **proyecto de crear la empresa** parte del promotor o promotores que quieren llevarlo a cabo.

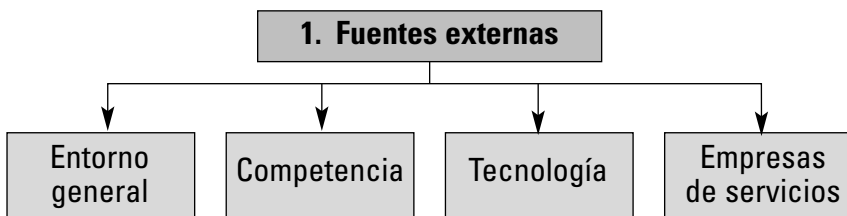
Desde el momento inicial es necesario realizar un estudio exhaustivo para determinar la viabilidad del proyecto. Este estudio va a dar lugar al Plan de empresa, que es un documento donde se refleja el proyecto empresarial y a través del cual podremos atender temas como *la idea de negocio, el mercado, las políticas comerciales*, etc.

Dentro del Proyecto de crear un negocio tiene mucha importancia lo que hemos denominado «idea de negocio».

El emprendedor debe elegir una idea factible para poder rentabilizar un determinado producto o servicio.

Para buscar una idea de negocio debemos tener en cuenta una serie de parámetros, entre los cuales cabe destacar a modo de ejemplo la observación de nuestro entorno, el examen de necesidades, etc.

Ahora bien, podemos distinguir dos tipos de fuentes de donde nos pueden venir las ideas:





Una vez ha surgido debemos asegurarnos de que nuestra idea de negocio es buena, y para ello es obligado hacer un pequeño test en el que vincularemos a compradores, productores y servicios y usuarios.

A modo de ejemplo nos preguntaremos:

*Compradores*

- ¿Qué necesita el mercado?
- ¿Cuándo lo necesita?
- ¿A qué precio?

*Productos o servicios*

- ¿Satisfacen las demandas de los consumidores?

### 3. FORMACIÓN Y RECICLAJE: ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

---

El mercado que nos rodea es cada vez más cambiante y agresivo; los últimos avances de las tecnologías de la *información* y la *comunicación* están provocando una transformación social y económica que, por supuesto, conlleva un cambio sig-

nificativo en el mundo empresarial, en el que la telefonía móvil y, sobre todo, Internet juegan un papel imprescindible para el desarrollo de cualquier empresa con independencia de su tamaño, obligando tanto a las empresas como a los trabajadores a reciclarse continuamente para asumir nuevas competencias.

Las nuevas tecnologías facilitan a la empresa la optimización de la productividad de nuestro quehacer diario y la mejora de los procesos de interacción entre los proveedores y clientes, habilitando nuevas vías de negocio. Se puede decir que aquellas empresas que se queden al margen o retrasen su incorporación pondrán en peligro tanto su competitividad como su propia supervivencia.

Por eso, una de las barreras con las que el emprendedor se encuentra a la hora de afrontar con éxito su aventura es la falta de formación profesional.

Esta falta de formación la podemos dividir en dos vertientes, una la falta de formación propia del emprendedor y otra, igual de importante, la falta de formación dentro de la organización.

Al contrario de lo que sucedía hace no muchos años, la formación es actualmente un aspecto fundamental en el desarrollo de una empresa. Hoy en día son las propias administraciones quienes prácticamente obligan a las empresas a que formen a sus trabajadores, a través de programas y subvenciones, sin olvidar la desgravación en las cuotas de ingresos al Estado que proporcionan muchos de los cursos.

Con este fin, en mayo de 1993, las organizaciones firmantes del Acuerdo Nacional de Formación Continua, organiza-

ciones sindicales (CC.OO., UGT, CIG), organizaciones empresariales (CEOE y CEPYME) y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, constituyeron la Fundación para la Formación Continua (FORCEM), que desde entonces se encarga de impulsar y difundir la formación continuada entre empresas y trabajadores, de cualquier sector de actividad, gestionando las ayudas y realizando su seguimiento y control.

Dentro del Plan de formación de Castilla y León dirigido al reciclaje y formación de los trabajadores reseñaremos:

- El *Programa de Formación Ocupacional* (FOP), dirigido a:
  - Personas ocupadas, principalmente trabajadores de pequeñas y medianas empresas.
  - Jóvenes inscritos desempleados menores de 25 años.
  - Mayores de 25 años amenazados de exclusión del mercado laboral o en situación de desempleo de larga duración; y
- El *Plan de Formación Continua*, cuya finalidad es la mejora de la competencia y las cualificaciones, así como la actualización y especialización de los trabajadores ocupados.



**CAPÍTULO 2**

**FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA**



# Índice

---

	<i>Página</i>
1. INTRODUCCIÓN .....	31
2. CARACTERÍSTICAS DE LAS DIFERENTES FORMAS JURÍDICAS .....	32
a) EL TRABAJADOR AUTÓNOMO .....	32
b) EMPRESARIO INDIVIDUAL .....	33
c) COMUNIDAD DE BIENES Y SOCIEDADES CIVILES .....	35
d) SOCIEDAD ANÓNIMA .....	36
e) SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA .....	39
f) SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA .....	42
g) SOCIEDAD LABORAL .....	44
h) SOCIEDAD COOPERATIVA .....	46
3. CUADROS RESUMEN .....	51
4. TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA .....	54



## 1. **INTRODUCCIÓN**

---

El desarrollo de una actividad económica determina tomar decisiones, adquirir compromisos, negociar y en general mantener relaciones con todas aquellas personas vinculadas con la actividad.

En todas estas actividades el instrumento utilizado es la propia persona, que puede adoptar distintas formas jurídicas.

Cuando el trabajador ejerce personalmente la actividad por cuenta propia se le denomina autónomo.

El empresario, por su parte puede ser una persona física o jurídica que desarrolla una actividad empresarial y adquiere la titularidad de las deudas y obligaciones inherentes a ella. Por lo tanto de esta definición extraemos dos apuntes:

- Empresario individual → persona física individual.
- Empresario social → persona jurídica o social.

A continuación analizaremos someramente la figura del trabajador autónomo y posteriormente las distintas formas jurídicas que pueden darse cuando se comienza una actividad empresarial, anotando las principales características de cada una de ellas.

## 2. CARACTERÍSTICAS DE LAS DIFERENTES FORMAS JURÍDICAS

### a) EL TRABAJADOR AUTÓNOMO

Se considera trabajador por cuenta propia o autónomo aquél que, de forma habitual, personal y directa, realiza una actividad económica con fines lucrativos sin que por ello esté sujeto a contrato, con independencia de que utilice, o no, servicio remunerado de terceros.

A partir del párrafo anterior podemos deducir que están incluidos en el campo de aplicación del Régimen especial de trabajadores autónomos:

- Trabajadores por cuenta propia, mayores de 18 años, que de forma personal, habitual y directa realizan una actividad económica no sujeta a contrato laboral, tengan o no personal a su servicio.
- El cónyuge y parientes hasta el segundo grado de consanguinidad, afinidad y adopción que colaboren con el autónomo y que no tengan la condición de asalariados.
- Profesionales que ejerzan una actividad por cuenta propia que requiera incorporación a un colegio profesional integrado en el RETA. Los colectivos que no hayan sido integrados deberán solicitar la afiliación y el alta, excepto los que hayan optado u opten por incorporarse a una Mutualidad de Previsión Social, siempre que haya sido constituida antes del 10 de noviembre de 1995.

- Socios de sociedades regulares colectivas y socios colectivos de sociedades comanditarias que reúnan los requisitos legales.
- Socios o comuneros de sociedades civiles irregulares o de comunidades de bienes.
- Quienes ejerzan funciones de dirección o gerencia que conlleven el desempeño del cargo de consejero o administrador, o presten otros servicios para una sociedad mercantil de forma habitual, personal y directa, a título lucrativo, siempre que tengan el control efectivo de ésta.
- Socios trabajadores de cooperativas de trabajo asociado, cuando así se disponga en sus estatutos.
- Socios trabajadores de sociedades laborales, cuando su participación en el capital social, junto a los parientes por consanguinidad o afinidad con los que convivan, alcance el 50%, como mínimo, salvo que se acredite que el control efectivo de la empresa requiere el concurso de personas ajenas.
- Notarios, escritores de libros, etc.

## **b) EMPRESARIO INDIVIDUAL**

Es la persona física que realiza habitualmente, en nombre propio y por medio de una empresa, una actividad comercial, industrial o profesional.

El empresario individual controla y dirige totalmente la empresa y responde de las deudas contraídas frente a terceros con

todos sus bienes presentes y futuros. Esta responsabilidad se extiende a su cónyuge, siempre que exista el régimen de gananciales, respecto de los bienes adquiridos conjuntamente, pero no a los privativos.

Para ser empresario individual se requiere ser mayor de edad y tener libre disposición de sus bienes, o bien menor de edad emancipado; los menores de edad no emancipados podrán serlo en circunstancias especiales, siempre que tengan libre disposición de sus bienes, a través de sus representantes legales, asumiendo los derechos y obligaciones derivados de la actividad empresarial.

Todos ellos tributan al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas en el Régimen de estimación directa o de estimación objetiva, dependiendo si la actividad es empresarial, profesional o artística, y también pueden acogerse al régimen simplificado del IVA, y al recargo de equivalencia en el caso de comerciantes.

El trabajador por cuenta propia debe darse de alta en el Régimen Especial de los Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social.

La de empresario individual es la forma idónea para empresas de muy reducido tamaño porque exige pocas gestiones y trámites. Los detallamos a continuación:

- Darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Hacer declaración censal de inicio de actividad.
- Darse de alta en la Seguridad Social.

*Principales ventajas*

---

- Simplicidad en la tramitación.

*Inconvenientes*

---

- Responsabilidad ilimitada personal.

**c) COMUNIDAD DE BIENES Y SOCIEDADES CIVILES**

No es fácil la definición de comunidad de bienes y de sociedad civil, pero podríamos decir que es un contrato privado por el cual la propiedad de una cosa o un derecho proindiviso pertenece a varias personas. La responsabilidad recae en primer lugar mancomunadamente sobre el patrimonio de la sociedad, y subsidiariamente, de forma solidaria e ilimitada, sobre los socios y sus bienes particulares. Esta regulación la encontramos recogida en los arts. 392 a 406 del Código civil.

Son figuras jurídicas rápidas de constituir y poco costosas. Carece de personalidad jurídica propia, y únicamente se realizará escritura pública si se aportan bienes inmuebles o derechos reales, si bien debemos indicar que suelen ser las formas de constitución societaria menos beneficiadas por las ayudas y subvenciones que otorga la Administración.

Tributan en el Impuesto sobre Actividades Económicas, en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y en el Impuesto sobre el Valor Añadido.

Los trámites necesarios para constituir una comunidad de bienes son:

- a) Contrato, público o privado, de constitución de la comunidad.
- b) Obtención del Número de Identificación Fiscal (provisional).
- c) Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- d) Obtención del Número de Identificación Fiscal (definitivo).

*Principales ventajas*

---

- Simplicidad y rapidez en su constitución.
- Reparto de las cargas fiscales entre sus comuneros.

*Inconvenientes*

---

- Inseguridad jurídica al no existir una Ley específica que las regule.
- Responsabilidad ilimitada de cada uno de los comuneros.
- Falta de personalidad jurídica.
- Escaso apoyo económico de las instituciones.

d) **SOCIEDAD ANÓNIMA**

La anónima es una sociedad mercantil cuyo capital está dividido en acciones suscritas por aportaciones de los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Su régimen jurídico está regulado en el Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.

La Sociedad Anónima tiene personalidad jurídica propia. Se constituye a través de escritura pública y se inscribe en el Registro Mercantil. En la denominación de la compañía deberá figurar necesariamente la indicación «Sociedad Anónima» o su abreviatura «S.A.».

El capital social no podrá ser inferior a 60.101,21 euros, y debe tener suscrito totalmente y desembolsado al menos el 25% del valor nominal de cada una de las acciones en el momento de la constitución de la sociedad, bien monetariamente o mediante aportación de bienes o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica.

La sociedad se regirá por dos órganos: la junta general y los administradores, quienes responderán frente a la sociedad, los accionistas y los acreedores del daño que causen por actos contrarios a la ley o a los estatutos, o por realizar su función sin la diligencia debida.

Los trámites para constituir una sociedad anónima son los siguientes:

- a) Obtención de certificación negativa de denominación del Registro Mercantil Central.
- b) Certificado de ingreso bancario del capital mínimo necesario.
- c) Redacción de estatutos, que deberán contener necesariamente:

- La denominación de la sociedad;
  - El objeto social, que determinará las actividades de que se ocupe;
  - El domicilio social;
  - El capital social;
  - La estructura y composición de los órganos de gobierno; además de cualesquiera otros aspectos que quieran detallarse.
- d) Escritura notarial de constitución.
- e) Obtención del Código de Identificación Fiscal (provisional).
- f) Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- g) Inscripción en el Registro Mercantil.
- h) Obtención del Número de Identificación Fiscal (definitivo).

Las sociedades anónimas tributarán a través del Impuesto sobre Sociedades, cuyo tipo aplicable, con carácter general, es del 35%, y para las empresas de reducida dimensión del 30%.

### *Ventajas*

- Responsabilidad limitada de los socios.
- Variadas posibilidades de financiación y obtención de capital.
- Forma idónea para grandes sociedades con muchos accionistas.

*Inconvenientes*

---

- Alto capital social.
- Compleja organización y administración social.
- Altos costes de constitución.
- No resulta recomendable para pequeñas o medianas sociedades familiares por sus dificultades de gestión y su poca adaptabilidad a cambios financieros bruscos.

e) **SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

La Sociedad de Responsabilidad Limitada es una sociedad de naturaleza mercantil, cuyo capital social está dividido en participaciones sociales cubiertas por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Su regulación se recoge en la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Se constituye a través de escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil, momento en el que adquiere personalidad jurídica plena.

En la denominación de la compañía deberá figurar necesariamente «Sociedad de Responsabilidad Limitada» o «Sociedad Limitada», o sus siglas «S.R.L.» o «S.L.».

El capital social totalmente suscrito y desembolsado no podrá ser inferior a 3.005,06 euros.

Sólo se podrán aportar bienes o deudas patrimoniales susceptibles de valoración económica. En ningún caso podrán ser objeto de aportaciones el trabajo o los servicios.

Será obligatoria la confección de unos estatutos, en los que al menos debe hacerse constar:

- Denominación de la Sociedad.
- Objeto social, con la determinación de sus actividades.
- Fecha de cierre de cada ejercicio.
- Domicilio social.
- Capital social, participaciones en que se divide, su valor nominal y su numeración.
- Modo de organizar la administración de la sociedad.

La sociedad se rige por dos órganos, que son:

- a) **La junta general:** Está compuesta por los socios y tiene una serie de competencias, entre las que cabe destacar la aprobación de las cuentas anuales, el nombramiento o separación de los administradores, la modificación de los estatutos, etc.
- b) **Administradores:** Puede haber uno o varios administradores, o un Consejo de administración, para regentar la sociedad.

El nombramiento de los órganos de administración corresponde a la junta general. Los administradores desempeñarán el

cargo con la diligencia de un ordenado empresario al asumir la representación legal.

Además, los administradores no podrán ejercer la misma o similar actividad a la que constituya el objeto social de la sociedad de que son responsables.

Si la sociedad la constituye un único socio la denominación que adquiere es la de «Sociedad Unipersonal de Responsabilidad Limitada», pero esta denominación también puede ser sobrevenida para sociedades que se constituyan por dos o más socios cuando todas las participaciones pasen a propiedad de un único socio.

Los trámites necesarios para la constitución de una Sociedad de Responsabilidad Limitada son:

- Obtención de la Certificación Negativa de Denominación del Registro Mercantil.
- Obtención de certificado de depósito bancario del capital social mínimo.
- Redacción de los estatutos.
- Escritura notarial de constitución social.
- Obtención del Número de Identificación Fiscal (provisional).
- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Obtención del Número de Identificación Fiscal (definitivo).

*Ventajas*

- Responsabilidad limitada de los socios.
- Órganos de gestión simples.
- Idónea para sociedades pequeñas con escaso número de socios y poca inversión.

*Inconvenientes*

- Se exige el desembolso total del capital social.
- La transmisión de las participaciones resulta compleja y está llena de formalismos.
- Hay pocas posibilidades de captación de capital ajeno.

**f) SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA**

Ésta es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada y tiene por objeto facilitar la creación de nuevas empresas restando, sobre todo, burocracia en la tramitación del otorgamiento e inscripción de la escritura de constitución.

Se incorporó a la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada a través de la Ley 7/2003, de 1 de abril, y la encontramos regulada en los artículos 130 y 144 de la Ley 2/1995, de 23 de marzo.

Su denominación social estará formada por los dos apellidos y el nombre de uno de los socios fundadores seguido de un código alfanumérico que permite la identificación de la sociedad de manera única e inequívoca.

En la denominación de la compañía deberá figurar necesariamente la indicación «Sociedad Limitada Nueva Empresa», o su abreviatura «S.L.N.E.».

Se requerirá para su válida constitución escritura pública, que se inscribirá en el Registro Mercantil correspondiente.

Esta constitución podrá ser telemática, contactando con los PAIT (Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación, recogidos al final de esta Guía en el anexo «Direcciones de interés»), o presencial. Los PAIT permiten reservar un dominio de internet (.es) para la creación por parte de la empresa de una página web.

Sólo podrán ser socios de la Sociedad Nueva Empresa las personas físicas, y no podrán superar el número de cinco los socios que la integren al tiempo de su constitución.

El capital social no podrá ser inferior a 3.012 euros ni superior a 120.200 euros. Además la cifra del capital mínimo sólo podrá ser desembolsada mediante aportaciones dinerarias.

Los órganos sociales de la empresa los componen la junta general y el órgano de administración. En ambos casos y con carácter general se asimila su regulación a la de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

La tributación al Impuesto de Sociedades será, con carácter general, al tipo impositivo del 35%, y para las empresas de reducida dimensión del 30%.

### *Principales ventajas*

- Tramitación en un único documento electrónico.
- Responsabilidad limitada de los socios.

- Rapidez en la tramitación.
- No necesita libro de socios.
- Posee ciertos aspectos fiscales diferenciadores.

*Inconvenientes*

- La denominación de la sociedad no es libre, aunque podrá variar una vez constituido.
- Sólo pueden ser socios personas físicas.
- Se establecen límites a la transmisión de participaciones.
- Hay, asimismo, límites en la modificación de los estatutos.

g) **SOCIEDAD LABORAL**

La sociedad laboral se puede definir como aquella sociedad, anónima o de responsabilidad limitada, en la que la mayoría del capital social es propiedad de trabajadores que prestan en ella servicios retribuidos en forma personal y directa, y cuya relación laboral es por tiempo indefinido.

Está regulada en la Ley 4/1997, de 24 de marzo.

La competencia para dar la calificación de laboral a una sociedad será de la Administración competente (con carácter general la Comunidad Autónoma de residencia).

En la denominación de la sociedad deberá figurar la indicación de «Sociedad Anónima Laboral» o bien de «Sociedad de

Responsabilidad Limitada Laboral», o sus abreviaturas «S.A.L.» o «S.L.L.».

La sociedad tendrá personalidad jurídica plena desde su inscripción en el Registro Mercantil.

Las acciones y participaciones pueden ser de dos clases:

1. Las que sean propiedad de los trabajadores cuya relación laboral sea por tiempo indefinido. A estas se les denomina de «clase laboral».
2. El resto de acciones y participaciones, que se denominarán de «clase general».

El régimen tributario, al igual que en otras sociedades, se someterá al Impuesto de Sociedades al tipo impositivo general del 35%.

No obstante, obtendrán beneficios fiscales en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, y siempre que reúnan determinados requisitos, quienes, además de obtener la calificación de «Sociedad Laboral», destinen al denominado Fondo Especial de Reserva al menos el 25% de los beneficios líquidos de cada ejercicio.

Para el resto de los aspectos estudiados en sociedades anteriores, tales como órganos, constitución, etc. y que no vinieran recogidos expresamente en la Ley 4/1997, habrá que acudir a la Ley de Sociedades Anónimas o a la de Sociedades Responsabilidad Limitada y ajustarse a lo que allí se disponga.

A la hora de tramitar la constitución de una sociedad laboral, puesto que éstas son sociedades anónimas o de responsabi-

alidad limitada, deberán realizarse los trámites necesarios para la constitución de este tipo de sociedades, citados en apartados anteriores, además de los siguientes:

- Obtención del otorgamiento de la calificación de sociedad laboral.
- Inscripción en el Registro Administrativo de Sociedades Laborales.

*Principales ventajas*

- Responsabilidad limitada de los socios.
- Permite la capitalización de la prestación de desempleo.

*Inconvenientes*

- Limitaciones en cuanto a la participación de los socios en el capital social.
- Límites en la contratación indefinida de trabajadores ajenos a la sociedad.

## h) SOCIEDAD COOPERATIVA

Se puede decir que ésta es una sociedad que está constituida por personas que se asocian en régimen de libre adhesión y baja voluntaria para la realización de actividades empresariales, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democráticos,

conforme a los principios formulados por la Alianza Cooperativa Internacional.

En definitiva, se trata de una asociación de personas que se unen voluntariamente para satisfacer una serie de necesidades y aspiraciones económicas mediante una empresa de propiedad conjunta.

La mayoría de las Comunidades Autónomas tienen legislación propia que regula el régimen de cooperativas. En el caso de Castilla y León es a través de la Ley 4/2002, de 11 de abril.

En la denominación de sociedad se incluirán necesariamente las palabras «Sociedad Cooperativa» o su abreviatura «S. Coop.».

El capital social mínimo no podrá ser inferior a 2.000 euros, cuyo desembolso deberá efectuarse en el momento de la constitución de la sociedad. En cuanto al número mínimo de socios para su formación la ley nos dice que si son de primer grado se integrarán como mínimo por tres socios, mientras que si son de segundo grado el mínimo será de dos.

La sociedad cooperativa se constituirá mediante escritura pública, que deberá estar inscrita en el Registro de Sociedades Cooperativas respectivo. Con esta inscripción se adquiere la personalidad jurídica.

Se procederá entonces a la redacción de estatutos, en la que como mínimo deberán figurar entre otros aspectos la denominación, el domicilio social, la duración de la sociedad, el objetivo social, el capital social mínimo, el ámbito territorial de

actuación y las aportaciones obligatorias mínimas, además de todos aquellos que se considere oportuno.

Pueden ser socios en las cooperativas de primer grado tanto las personas físicas como jurídicas, públicas o privadas, y las comunidades de bienes (con ciertas salvedades).

Los órganos de la sociedad son:

- *La Asamblea General*: Es el órgano supremo, y sus acuerdos son obligatorios para todos los socios.
- *El Consejo Rector*: Se encarga de la gestión y representación de la sociedad.
- *La Intervención*: Son interventores aquellos socios elegidos por la Asamblea General para fiscalización y censura de las cuentas.

La responsabilidad del socio por las deudas sociales está limitada a las aportaciones del capital social que hubiera suscrito, estén o no desembolsadas en su totalidad.

Seguidamente citamos las clases de cooperativas existentes tanto de primer y como de segundo grado:

### 1. *Cooperativas de trabajadores*

Son aquellas que proporcionan trabajo a sus socios trabajadores, y pueden ser:

- De trabajo.
- De explotación comunitaria de tierra y/o del ganado.
- De enseñanza.

## **2. Cooperativas de servicios a los socios**

Son aquellas cuya principal función es la prestación de bienes, servicios o suministros a sus socios, y son:

- Agrarias.
- De transportistas.
- De industriales o de profesionales.

## **3. Cooperativas de consumo**

Su objeto fundamental es la prestación de un bien o servicio a sus usuarios y pueden ser:

- De viviendas.
- De crédito y seguros.
- De consumidores y usuarios.

La constitución de una cooperativa comprende tres fases:

### **1.<sup>a</sup> Actos preparatorios:**

- Solicitud de Certificación Negativa de Denominación en el Registro de Sociedades Cooperativas.

### **2.<sup>a</sup> Proceso constituyente:**

- Constitución de la Asamblea Constituyente.
- Procedimiento abreviado. No será necesaria la celebración de la Asamblea constituyente cuando la escritura pública de constitución sea otorgada por la totalidad de los promotores.

- Solicitud de Calificación Previa de los Estatutos por los representantes o promotores de la cooperativa en constitución ante el Registro de Sociedades Cooperativas, si bien éste es un trámite voluntario.
- Escritura notarial de constitución.

3.<sup>a</sup> *Inscripción de la Cooperativa:*

- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, aunque las sociedades cooperativas protegidas se encuentran exentas del pago de este impuesto.
- Inscripción en el Registro de Sociedades Cooperativas.
- Solicitud del Número de Identificación Fiscal.

*Principales ventajas*

---

- Responsabilidad limitada de los socios.
- Proporciona un puesto de trabajo a los socios.
- Permite la capitalización de la prestación de desempleo.
- Beneficios fiscales.

*Inconvenientes*

---

- Compleja administración y organización.

- Limitaciones en cuanto a la participación de los socios en el capital social.
- Límites en la contratación de trabajadores ajenos a la sociedad.

### **3. CUADROS RESUMEN**

---

En este apartado trataremos de resumir todas las características que se han reproducido en cada una de las formas jurídicas que se han explicado a lo largo de este capítulo.

Como ya hemos comentado, la elección de la forma jurídica debe ser objeto de un detenido estudio, con el fin de elegir aquella que mejor se adapte a nuestro proyecto.

Dependiendo del tipo de actividad que vayamos a ejercer, el número de promotores, la responsabilidad que estemos dispuestos a asumir, las necesidades económicas y los aspectos fiscales deberemos elegir de entre alguna de las formas jurídicas vistas anteriormente.

Por ello se incluyen a continuación dos esquemas que nos ayudarán, sin duda, en la elección de la forma jurídica más adecuada a nuestro proyecto.

Principales características de las distintas formas jurídicas

Personalidad jurídica	Empresario individual	Comunidad de Bienes	Sociedad de Responsabilidad Limitada, «S.R.L.» o «S.L.»	Sociedad Anónima	Sociedad Limitada Nueva Empresa, «S.L.N.E.»	Sociedad Laboral «S.L.L.» o «S.A.L.»	Sociedad Cooperativa
Aportaciones sociales	La del titular. Capital y trabajo por parte del titular.	La de cada uno de los comuneros. Capital y/o trabajo.	Propia. Capital mínimo 3.005,06 euros.	Propia. Capital mínimo de 60.101,21 euros.	Propia. Capital mínimo de 3.012 euros y máximo de 120.202 euros.	Propia. El de la S.L. o S.A. (según proceda).	Propia. Capital mínimo 2.000 euros.
Desembolso fundacional	Ilimitado.	Ilimitado.	La totalidad.	Al menos 2% del capital.	La totalidad.	Igual que en la S.L. o S.A. (según proceda).	La totalidad.
Número de socios	El titular.	Al menos 2.	Al menos 1.	Al menos de 1.	Entre 1 y 5 (ambos inclusive).	Al menos 3 (2 de los cuales trabajadores).	Al menos 3 (todos ellos cooperativistas).
Toma de acuerdos sociales	Por el titular.	Por unanimidad o mayoría.	Por mayoría.	Por mayoría.	Por mayoría.	Por mayoría.	Por mayoría.
Responsabilidad frente a terceros	Personal, limitada, solidaria y mancomunada del titular.	Personal, limitada, solidaria y mancomunada de los comuneros.	Limitada a las aportaciones sociales.	Limitada a las aportaciones sociales.	Limitada a las aportaciones sociales.	Limitada a las aportaciones sociales.	Limitada a las aportaciones sociales.
Regulación legal	Código de Comercio.	Código Civil (arts. 392 a 406 y 1.665 a 1.708).	– Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada. – Código de Comercio. – RD 1874/1996, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil.	– RD Leg. 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. – Código de Comercio. – RD 1874/1996, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil.	– Ley 7/2003, de 1 de abril, por la que se modifica la L. 2/1995, por la que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. – RD 1874/1996, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil.	– Ley 4/1997, de 24 de marzo, de Sociedades Laborales. – Ley 2/1995 de Sociedades Limitadas. – RD Leg. 1564/1989, texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. – Código de Comercio.	– Ley 4/2002, de 11 de abril, de Cooperativas de la Comunidad de Castilla y León.
Utilidad	Pequeñas empresas familiares o personalizadas.	Empresas de escaso volumen para trabajadores autónomos.	Pequeñas y medianas empresas, de capital reducido e integrada por pocos socios.	Medianas y grandes empresas sin límite de capital o socios. Su capital está dividido en acciones de fácil transmisión.	Pequeñas y medianas empresas, de capital reducido e integrada por pocos socios.	Empresas cuya participación de socios trabajadores es mayoritaria o total.	Socios que persiguen un objetivo común.
Seguridad Social	Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.	Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (socios comuneros).	Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, Régimen General o como asimilados.	Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, Régimen General o como asimilados.			Régimen Especial de Trabajadores Autónomos / Régimen General.
Tributación	I.R.P.F. Tipo de gravamen entre el 15% y el 45%.	I.R.P.F. Individualizado para cada comunero.	Impuesto de sociedades: Hasta 120.202,41 euros, el 30% del beneficio; el resto del beneficio, el 35%.	Impuesto sociedades: 20% y 10% en las especialmente protegidas.			Impuesto sobre Sociedades al tipo reducido del 20%.

**Ventajas e inconvenientes de las distintas formas jurídicas**

<b>Formas jurídicas</b>	<b>Principales ventajas</b>	<b>Inconvenientes</b>
a) <b>EMPRESARIO INDIVIDUAL</b>	Simplicidad en la tramitación.	Responsabilidad ilimitada personal.
b) <b>COMUNIDAD DE BIENES</b>	Simplicidad y rapidez en su constitución. Reparto de las cargas fiscales entre sus comuneros.	Inseguridad jurídica al no existir una Ley específica que las regule. Responsabilidad ilimitada de cada uno de los comuneros. Falta de personalidad jurídica.
c) <b>SOCIEDAD ANÓNIMA</b>	Responsabilidad limitada de los socios. Variadas posibilidades de financiación y obtención de capital. Forma idónea para grandes sociedades con muchos accionistas.	Alto capital social. Compleja organización y administración social. Altos costes de constitución. No resulta recomendable para pequeñas o medianas sociedades familiares por las dificultades de gestión que ofrece y su poca adaptabilidad a cambios financieros bruscos.
d) <b>SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA</b>	Responsabilidad limitada de los socios. Órganos de gestión simples. Idónea para sociedades pequeñas con escaso número de socios y poca inversión.	Se exige el desembolso total del capital social. La transmisión de las participaciones resulta compleja y está llena de formalismos. Hay pocas posibilidades de captación de capital ajeno.
e) <b>SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA</b>	Tramitación en un único documento electrónico. Responsabilidad limitada de los socios. Rapidez en la tramitación. No necesita libro de socios. Posee ciertos aspectos fiscales diferenciadores.	La denominación de la sociedad no es libre aunque podrá variar una vez constituida. Sólo pueden ser socios personas físicas. Se establecen límites a la transmisión de participaciones. Hay, asimismo, límites en la modificación de los estatutos.
f) <b>SOCIEDAD LABORAL</b>	Responsabilidad limitada de los socios. Permite la capitalización de la prestación de desempleo.	Limitaciones en cuanto a la participación de los socios en el capital social. Límites en la contratación indefinida de trabajadores ajenos a la sociedad.
g) <b>SOCIEDAD COOPERATIVA</b>	Responsabilidad limitada de los socios. Proporciona un puesto de trabajo a los socios. Permite la capitalización de la prestación de desempleo. Beneficios fiscales.	Compleja administración y organización. Limitaciones en cuanto a la participación de los socios en el capital social. Límites en la contratación de trabajadores ajenos a la sociedad.

#### 4. TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

En el momento que hemos elegido la forma jurídica que más nos conviene para la constitución de nuestra empresa tendremos que realizar diversos trámites antes de iniciar la actividad.

Éstos pueden estar directamente relacionados con la actividad que vamos a desempeñar, y por lo tanto estar sometidos a una legislación concreta, o por el contrario ser más generales, de manera que, sin estar vinculados al tipo de actividad que se va a desarrollar, deben realizarse en algún momento antes de comenzar a funcionar la empresa.

A continuación relacionamos los organismos competentes comúnmente implicados en cada uno de estos trámites de carácter general.

##### *Ayuntamiento*

- Licencia de obras (mayores o menores).
- Licencia ambiental de actividad e instalaciones.
- Comunicación de actividad.
- Cambio de titularidad de actividad o instalación.

##### *Agencia Estatal de la Administración Tributaria*

- Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Declaración Censal de Alta, Modificación y Baja en el Censo de Obligados Tributarios.
- Código de Identificación Fiscal.

***Tesorería General de la Seguridad Social***

- Afiliación a la Seguridad Social (alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos y/o en el Régimen General de la Seguridad Social).
- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
- Código de cuenta de cotización y cobertura de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales.

***Oficinas del Servicio Público de Empleo (ECyL)***

- Formalización de los contratos de trabajo.

***Oficina Territorial de Trabajo (Junta de Castilla y León)***

- Apertura del centro de trabajo.

***Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social***

- Libro de Visitas.

***Registro de la Propiedad***

- Compras o arrendamientos de locales.

***Oficina Española de Patentes y Marcas***


- Derechos de la Propiedad Industrial.

***Entidades de Gestión Colectiva de Derechos de la Propiedad Intelectual***

- Derechos de la Propiedad Intelectual.

*Registro Mercantil*

- Certificación negativa de nombre.
- Inscripción de la escritura pública de constitución.
- Legalización de libros.
- Depósito y publicación de Cuentas Anuales.



**CAPÍTULO 3**

**PLAN DE EMPRESA**



# Índice

---

	<i>Página</i>
1. INTRODUCCIÓN .....	61
2. CARACTERÍSTICAS .....	62
3. ESTRUCTURA .....	63



## 1. **INTRODUCCIÓN**

---

Una vez se decide crear una empresa es necesario desarrollar un análisis y una planificación que nos permita determinar si el proyecto que vamos a empezar es viable o no lo es, y si tenemos bien estructurada la empresa. A todo este proceso se le denomina «plan de empresa».

El plan de empresa permite al emprendedor llevar a cabo un estudio detallado de las variables que afectarán a la marcha de la empresa. Por tanto es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examinando con él la viabilidad técnica, económica y financiera, además de utilizarse para evaluar la marcha de la empresa, analizando y comparando las previsiones estimadas con los resultados reales.

Además, no podemos olvidar que el plan de empresa tiene un gran valor de cara al exterior, como por ejemplo cuando se presenta el proyecto a terceras personas (a quienes se trata de convencer para que apoyen financieramente el negocio), a entidades financieras (para conseguir financiación) o a organismos públicos (para conseguir ayudas o subvenciones).

## 2. CARACTERÍSTICAS

El contenido de un plan de empresa puede variar de un proyecto a otro; esto es, dependiendo de la actividad que queramos llevar a cabo así será nuestro plan.

En cada caso concreto tendremos que definir el contenido y ver detalladamente los apartados más importantes para incidir sobre ellos.

No obstante, un plan de empresa deberá recoger con carácter general los siguientes parámetros:

### *Objetivos:*

Los que se persiguen con la creación de la empresa, por supuesto detallando las estrategias que se deben seguir para conseguir esos objetivos. En concreto, debe servirnos de guía de planificación empresarial, de instrumento de búsqueda de financiación y para el desarrollo de nuevas estrategias y actividades.

Asimismo, estos objetivos deben permitirnos realizar un análisis exhaustivo de los aspectos que puedan afectar al proyecto.

### *Descripción del negocio:*

Tenemos que describir el negocio que queremos llevar a cabo en todas sus dimensiones: técnicas, productivas, comerciales, financieras, etc.

***Viabilidad real:***

Debemos ser conscientes de lo que en realidad queremos o podemos alcanzar, pues una mala previsión daría al traste con el negocio.

***Poder de convicción:***

Los argumentos que se transcriban en el plan de empresa deben ser suficientemente convincentes para su destinatario, puesto que de ello va a depender o no conseguir los propósitos deseados.

Debe tenerse siempre en cuenta que entre otros destinatarios importantes estarán organismos administrativos y agentes financieros.

### **3. ESTRUCTURA**

---

La estructura de un plan de empresa no ha de considerarse como única para todos, sino que cada Plan tendrá una estructura diferente, dependiendo de lo que quiera reflejar el emprendedor.

Lo primero que se debe abordar, es lo que podemos denominar puntos débiles y puntos fuertes del negocio, corrigiendo los primeros y potenciando los segundos.

Dentro de la estructura debemos hacer una clasificación de parámetros para completar de una manera total el plan de empresa. Algunos de ellos, como veremos a continuación, ya se

han mencionado y han sido objeto de análisis en otros capítulos de este libro.

Vamos a resumir, en el siguiente cuadro, la estructura que con carácter general debería tener un plan de empresa:

### ESTRUCTURA DE UN PLAN DE EMPRESA

1. ***Objetivos del proyecto:***

- Dar a conocer el proyecto empresarial a otras personas.
- Resumir sus principales características.

2. ***Descripción de la actividad que se ejerce en la empresa:***

- Idea fundamental.
- Factores que motivan la idea.
- Producto o servicio que se prestará.

3. ***Estudio de mercado (estudio detallado del mercado donde nos vamos a mover):***

- Identificación del mercado.
- Fijación de objetivos.
- Estudio de la competencia.
- Previsión de ventas y costes.

4. ***Plan de marketing:***

- Producto o servicio (*descripción de lo que vamos a ofrecer a nuestros clientes*).
- Precio (*tarifas, descuentos, etc.*).
- Distribución:
  - Interna.
  - A través de distribuidores.
  - Otros posibles canales.
- Promoción:
  - Métodos para contactar con los clientes (*vendedores, comerciales, telemárketing, publicidad, etc.*).

5. ***Plan de producción*** (*detallar cómo se van a vender los productos*):

- Medios técnicos.
- Gestión de compras.
- Gestión de almacén.

6. ***Recursos humanos*** (*fijar la cantidad de personal que se necesita para el proyecto*):

- Equipo cualificado:
  - Definición de tareas.
  - Definición de competencias.
  - Formación continua.

7. *Estudio económico financiero* (presupuesto de inversión):

— Financiación:

- Propia (*recursos propios*).
- Ajena (*bancos y cajas de ahorro, ayudas administrativas, etc.*).

— Plan financiero (*viabilidad económica del proyecto según las previsiones realizadas*).

— Cuenta de previsión de tesorería.



**CAPÍTULO 4**

**PLAN DE MARKETING**



# Índice

---

	<i>Página</i>
1. INTRODUCCIÓN .....	71
a) EL CONCEPTO DE MARKETING .....	71
b) PRODUCTO, SERVICIO Y MERCADO .....	72
c) ACTIVIDAD ECONÓMICA. LA CNAE-93 .....	73
d) EL PLAN DE MARKETING .....	73
2. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN .....	74
a) ANÁLISIS EXTERNO .....	75
b) ANÁLISIS INTERNO .....	76
3. OBJETIVOS .....	77
4. ACCIONES ESTRATÉGICAS .....	79
a) EL PRODUCTO .....	79
b) EL PRECIO .....	80
c) LA DISTRIBUCIÓN .....	80
d) LA PROMOCIÓN .....	81
5. CONCEPTOS LIGADOS AL PLAN DE MARKETING ....	82
a) PUBLICIDAD .....	82
b) PROMOCIÓN DE VENTAS .....	82

c)	<b>MARKETING DIRECTO</b> .....	82
d)	<b>RELACIONES PÚBLICAS</b> .....	83
e)	<b>ESPONSORIZACIÓN O PATROCINIO</b> .....	83
f)	<b>FERIAS Y EXPOSICIONES</b> .....	83

## 1. **INTRODUCCIÓN**

---

### a) **EL CONCEPTO DE MARKETING**

Existen multitud de definiciones sobre la palabra marketing. Sin duda la que encontramos en el Diccionario de la Real Academia Española (no como marketing, que es término inglés, sino como mercadotecnia), es la más breve de todas: *«conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda»*.

Pero no es esta definición la que más nos interesa, puesto que lo que buscamos es algo que favorezca nuestro entendimiento sobre el tema. Así, por ejemplo, se entiende por marketing «una forma de hacer negocios a través de satisfacer las necesidades y los requerimientos de los clientes y los consumidores», o «un conjunto de operaciones enlazadas entre sí que den como resultado las ventas de un producto o un servicio».

Una vez descritas varias definiciones de marketing, nos centraremos en el desarrollo que esta palabra conlleva para un nuevo empresario.

Sea cual sea nuestro negocio, no tendrá ningún sentido si no podemos hacer llegar nuestro producto al cliente. ¿Qué

vender?, ¿a quién?, ¿a qué precio?, ¿con qué medios?; todas estas preguntas quedarán respondidas con lo que se denomina el Plan de Marketing, que posteriormente analizaremos.

## b) PRODUCTO, SERVICIO Y MERCADO

La empresa va a dedicarse a la producción o a los servicios con carácter general, por ello debemos saber qué se entiende por producto y qué por servicio.

Denominamos **producto** a «*cualquier bien material dotado de un valor para el consumidor o usuario, capaz de satisfacerle una necesidad o proporcionarle una utilidad*». Los productos pueden ser de *consumo* (automóvil) o *industriales* (materia prima).

Por otra parte, entendemos por **servicio** la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas, animales u objetos. Al igual que en el producto, existen *servicios de consumo* (consulta médica) y *servicios industriales* (servicios de investigación).

Para seguir avanzando en este tema, tenemos que definir otro parámetro que está totalmente vinculado al marketing, que no es otro que el **mercado**.

*El mercado es el lugar físico o virtual donde se produce la relación de intercambio de productos y/o servicios*

Entendemos por mercado el lugar físico o virtual donde se produce la relación de intercambio de productos y /o servicios. Lo definimos así de una manera amplia para que tengan cabida todas las personas físicas y jurídicas que sienten la necesidad de disponer de un producto o servicio determinado.

La localización del mercado y sus características nos va a ofrecer la posibilidad de incluir nuestros productos o servicios en un área restringida (la de nuestro sector) y potencialmente llena de clientes que demandan nuestros productos. Muy importante a este respecto es ser conscientes de las nuevas vías de conexión que van apareciendo tanto para conocer como para comprar, como por ejemplo Internet.

### **c) ACTIVIDAD ECONÓMICA. LA CNAE-93**

Antes de comenzar a poner en marcha una empresa es muy importante definir con exactitud la actividad que vamos a desarrollar. Sea cual sea, la actividad deberá estar recogida en la «Clasificación Nacional de Actividades Económicas», denominada CNAE-93 y que fue aprobada por el Real Decreto 1560/1992, de 18 de diciembre y en la que se encuentran todas las actividades que pueden desarrollarse por una empresa.

### **d) EL PLAN DE MARKETING**

Una vez que hemos analizado las principales figuras que acompañan a este apartado vamos a pasar a hablar del plan de marketing de una empresa.

Su elaboración es fundamental para una realización correcta de las acciones que se quieren llevar a cabo, sobre todo porque nos dará una visión clara del objetivo final y de los diferentes pasos que hay que dar para conseguirlo.

Plan de marketing es un concepto muy amplio, y por ello debemos hacer un planteamiento muy bien estructurado para llevarlo a cabo. A continuación daremos una clasificación orde-

nada para su correcta realización, que estudiaremos pormenorizadamente en los apartados específicos de este capítulo.

1.º *Análisis y diagnóstico de la situación.*

- Análisis de mercado, sector, competencia, etc.
- Análisis interno: recursos y capacidades.

2.º *Objetivos.*

- ¿A dónde queremos llegar?

3.º *Acciones estratégicas.*

- ¿Cómo llegar?
- Desarrollo.

Como vemos, hay que realizar un examen exhaustivo de varias materias para llegar a confeccionar un buen plan de marketing. Seguidamente explicaremos cada uno de los epígrafes reseñados anteriormente.

## 2. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

---

*El análisis de mercado nos permite ver las oportunidades y amenazas del entorno y establecer unos objetivos y unas estrategias*

En este apartado vamos a estudiar la importancia que tiene el plan de marketing como herramienta de gestión. Para ello tenemos que analizar dos tipos de situaciones, la externa (del entorno) y la interna (de la empresa).

## a) ANÁLISIS EXTERNO

Se trata de organizar y sistematizar la información necesaria para completar el conocimiento del negocio. El elemento más relevante es el *análisis del mercado*, esto es, su evolución, tendencias de futuro, etc. Con toda esta información podremos ver las oportunidades y amenazas del entorno para establecer así unos objetivos y unas estrategias.

Dentro de este análisis externo tenemos que tener en cuenta algunos elementos que, con su conocimiento, nos ayudarán a obtener un mejor resultado para nuestra empresa, como por ejemplo la *demanda*.

A través de la *demanda* vamos a conocer la necesidad del consumidor que pretende satisfacer el producto o servicio, incluyendo el tipo o grupo de personas que intervienen en dicha demanda.

*A través de la demanda vamos a conocer la necesidad del consumidor que pretende satisfacer el producto o servicio*

Ahora bien, una vez detectada la demanda del producto o servicio debemos tener en cuenta el volumen, la localización y características del mercado, el ciclo de vida útil que pueda tener el producto, el potencial cliente a quien nos dirigimos y la competencia con que nos enfrentamos.

De todos estos elementos mencionados anteriormente cabe destacar sobre todo dos, por su repercusión en el resultado final.

- *La localización del mercado y sus características* nos van a ofrecer la posibilidad de incluir nuestros productos o servicios en un área restringida (la de nuestro sector) y potencialmente llena de clientes que demandan nuestros productos. Muy importante a este respecto es conocer las

nuevas vías de conexión que van apareciendo, tanto para conocer como para comprar, como por ejemplo Internet.

- Asimismo, *el conocimiento de la competencia* de nuestro sector nos facilitará identificar a nuestros competidores actuales y futuros, conocer sus objetivos y saber cuáles son sus puntos fuertes y débiles.

## b) ANÁLISIS INTERNO

Una vez que hemos sido capaces de analizar el entorno y los competidores con los que nos enfrentamos, identificando las amenazas y las oportunidades existentes, debemos contrastarlos con nosotros mismos.

Este proceso nos hará determinar cuáles son nuestros puntos fuertes (*ventaja competitiva*) y cuáles nuestros puntos débiles (*riesgo o amenaza*).

Se trata, por tanto, de definir la postura que adoptará la empresa, lo que quiere hacer y los medios que va a utilizar para ello.

Dos tipos de recursos sobresalen por encima de otros para conseguir nuestros objetivos: los recursos humanos (necesidades de personal) y los financieros, que se analizarán en sus respectivos apartados.

El último apartado que vamos a analizar es el *diagnóstico de la situación*. Para ello nos vamos a fijar en el estudio de los puntos fuertes y débiles de la empresa y en las oportunidades y amenazas con las que nos vamos a encontrar al realizar la actividad. Este análisis, llamado DAFO, podemos verlo representado en el siguiente cuadro.

Debilidades	Fortalezas
Amenazas	Oportunidades

**Debilidades:** Son aquellos aspectos que suponen una desventaja frente a las empresas competidoras.

**Amenazas:** Situaciones que, si no se afrontan adecuadamente, pueden situar a la empresa en peor situación competitiva.

**Fortalezas:** Son aspectos de la empresa que suponen una ventaja frente a los demás competidores del sector.

**Oportunidades:** Situaciones que permiten mejorar la situación competitiva de la empresa.

### 3. **OBJETIVOS**

---

Con el análisis anterior ya tenemos claro cuál debe ser la situación de partida:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Cuáles son nuestros puntos fuertes y débiles?
- ¿Cuáles son las amenazas y las oportunidades?
- ¿Cuál es nuestro mercado?
- Etc.

Por lo tanto podemos definir como objetivos las finalidades que pretendemos conseguir con el plan de marketing.

*Debemos contrastar el análisis del entorno y la competencia con nosotros mismos*

Estos objetivos deben ser:

- adecuados,
- claros,
- medibles,
- viables,
- etc.

Tenemos que intentar a partir de ahora llegar a conseguir todos y cada uno de los objetivos, y esto puede hacerse de varias formas:

- a) Incrementando las ventas en el mercado que ya estamos trabajando, aumentando nuestra cuota de mercado. Para ello tenemos que invitar a los compradores a utilizar o consumir más nuestro producto.
- b) Innovar con nuevos productos o mejorar los que ya tenemos. Para ello podemos añadir nuevas funciones o características al producto, o ampliar la gama de los ya existentes.
- c) Abrir nuevos mercados, bien a través de una expansión geográfica, bien utilizando otros canales de distribución.

Saber cuantificar los objetivos, estableciendo el volumen de ventas que se prevé conseguir, su rentabilidad, etc., es una tarea muy importante para la empresa, aunque también es cierto que existen otros objetivos que son de imposible o muy difícil cuantificación, como son la posición de la empresa que queremos alcanzar, la imagen, la calidad, etc.

## 4. ACCIONES ESTRATÉGICAS

---

Una vez que ya hemos establecido los objetivos que queremos alcanzar es necesario que definamos qué estrategia de marketing vamos a seguir, con el fin de que estas acciones estratégicas desarrollen las ventajas competitivas para conseguir los objetivos.

Para el desarrollo de las acciones estratégicas hay que utilizar una serie de herramientas conocidas, como por ejemplo el *marketing-mix* (políticas de marketing).

Cuatro elementos son los que vamos a estudiar para entender y desarrollar las acciones estratégicas:

### a) EL PRODUCTO

El producto lo definimos como algo que tiene que satisfacer las necesidades del consumidor. Una descripción detallada de las líneas de productos que ofrecemos es fundamental para conseguir nuestro objetivo.

*El producto tiene que satisfacer las necesidades del consumidor*

Es muy importante conocer las prestaciones que ofrece nuestro producto para poder compararlas con las que ofrecen nuestros competidores. Una vez que conozcamos dichas diferencias podremos mejorar y perfeccionar nuestro producto y así ser capaces de ofrecer al consumidor las ventajas que tenemos con respecto de nuestros competidores.

## b) EL PRECIO

Podemos definir «precio», entre otras, de varias formas:

- Valor monetario asignado a un bien o servicio.
- Tarifa que paga el consumidor final.
- Valor pecuniario de una cosa.

*El precio no tiene que ser igual al valor del producto o servicio*

El precio no tiene que ser igual al valor del producto o servicio, ya que existen factores que pueden condicionarlo (oferta y demanda, vías de comercialización, etc.).

Fijar los precios puede constituir uno de nuestros principales problemas. Para hacerlo debemos tener en cuenta algunos parámetros que nos ayudarán:

- Hay que seguir una política de precios coherente.
- No fijaremos un precio sólo en función del coste.
- No debemos fijarnos siempre en la competencia para asignar un precio.
- Los precios deben estar vinculados con la estrategia de marketing.

## c) LA DISTRIBUCIÓN

Entendemos por distribución el uso de aquellos canales que hacen llegar nuestro producto al mercado.

Lo que debemos tener en cuenta principalmente es si la distribución la va a hacer nuestra empresa directamente o por el

contrario necesitaremos distribuidores para hacer llegar el producto al cliente.

Hay diferencias sustanciales si decidimos una forma u otra de distribuir. Así, por ejemplo, variarían los costes, el tiempo de llegada y la logística. Estos factores tienen gran importancia sobre todo en productos que necesitan una distribución especial debido a su rápida caducidad.

*La logística tiene gran importancia en productos de rápida caducidad*

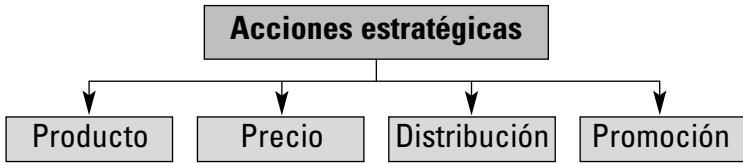
#### d) **LA PROMOCIÓN**

Dar a conocer nuestro producto al mercado es fundamental para comunicar a nuestro cliente las ventajas y los beneficios que reporta adquirir nuestro producto, y es en este punto donde la promoción centra su objetivo.

Para su realización debemos tener en cuenta los métodos que se van a utilizar para contactar con el cliente, el seguimiento que se va a hacer, las campañas de publicidad, las relaciones públicas, etc. Todos ellos son importantes cuando al cliente le llega la información de nuestro producto, pues para que se adquiera dependemos en parte de cómo le llegue la información a los destinatarios finales.

Por último nos vamos a referir al presupuesto del plan de marketing, que está directamente vinculado con la previsión de ventas y con lo que va a suponer en términos económicos dicho plan, si ponemos en marcha todas las acciones en él recogidas.

*El plan de marketing está directamente vinculado con la previsión de ventas*



## 5. **CONCEPTOS LIGADOS AL PLAN DE MARKETING**

---

### a) **PUBLICIDAD**

Herramienta que se utiliza en las empresas para realizar comunicaciones persuasivas a un público objetivo, a través de diversos medios, con el objetivo de influir en la adquisición o aceptación de los productos o servicios ofertados.

Los medios más comunes son: propaganda, revistas, radio, periódicos, teléfono, etc.

### b) **PROMOCIÓN DE VENTAS**

Incentivos que tienen por objeto estimular la demanda a corto plazo a través de diferentes medios.

A modo de ejemplo nos encontramos con: muestras gratuitas, vales descuento, regalos, sorteos, etc.

### c) **MARKETING DIRECTO**

Sistema que utiliza uno o más medios de publicidad con el objeto de conseguir una respuesta medible. Por ejemplo el correo electrónico, los catálogos, etc.

**d) RELACIONES PÚBLICAS**

Conjunto de acciones encaminadas a establecer relaciones de confianza con el público objeto de la empresa. Ejemplos: noticias, conferencias, acontecimientos, etc.

**e) ESPONSORIZACIÓN O PATROCINIO**

Consiste en que una empresa financia eventos de forma total o parcial para obtener popularidad.

**f) FERIAS Y EXPOSICIONES**

Herramientas de comunicación donde se puede alquilar un espacio en el que mostrar los productos o servicios de una empresa a un público previamente interesado.





**CAPÍTULO 5**

**PLAN DE RECURSOS HUMANOS**



# Índice

---

	<i>Página</i>
1. INTRODUCCIÓN .....	89
2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL .....	90
3. CONTRATACIÓN .....	93
4. POLÍTICA SALARIAL .....	95



## 1. INTRODUCCIÓN

---

El *plan de recursos humanos* constituye el procedimiento por el que se trata de analizar y determinar los elementos relacionados con la política de personal.

Algunos de estos elementos serían:

- La definición de capacidades.
- La organización funcional.
- La selección, contratación y formación del personal.
- Etc.

En el momento de crear la empresa este aspecto tiene gran importancia, puesto que la selección o gestión del personal puede ser un elemento esencial para el éxito o el fracaso del negocio.

Además los costes laborales suelen ser una de las cargas más pesadas para la empresa que comienza su andadura.

*Los costes laborales suelen ser una de las cargas más pesadas para el negocio*

El equipo humano de una empresa es la parte fundamental de ésta, por lo tanto, a la hora de definir el perfil de un empleado, debemos tener en cuenta muchos factores, tales como experiencia, formación, etc.

Por último destacaremos que, para desarrollar un buen plan de recursos humanos, debemos tener en cuenta lo siguiente:

- Tendremos un organigrama de la empresa.
- Se determinará el número de personas que son necesarias.
- Se definirán las funciones, tareas y responsabilidades de cada puesto.
- Se calcularán los costes salariales.

Aunque sean parámetros muy generales, en los apartados siguientes trataremos de explicar con más detalle alguno de ellos.

## 2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

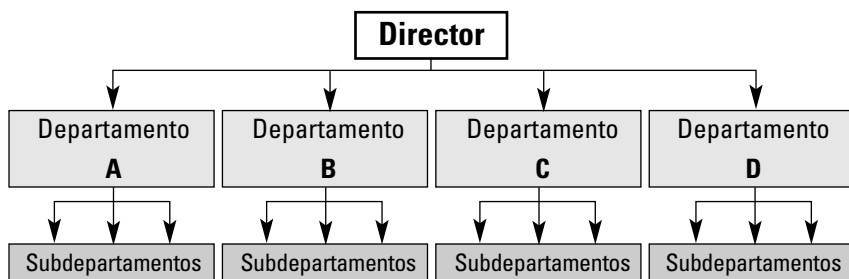
---

A través de ella trataremos de estructurar de forma adecuada los recursos humanos y, además, integrarlos con los recursos materiales y financieros, para poder aplicar eficazmente los medios disponibles y conseguir así los objetivos propuestos.

*El organigrama de una empresa tiene con carácter general forma piramidal*

El organigrama de una empresa tiene con carácter general forma piramidal, y la clasificación de sus departamentos dependerá de la forma jurídica que tenga la empresa.

Esta organización funcional debe seguir una estructura lógica que podría ser la que se muestra en el siguiente recuadro:



El esquema anterior corresponde a una empresa convencional.

En la cúspide encontramos al Director, que también puede denominarse Gerente, Director General, etc.

Hay que tener en cuenta que el Director en muchas empresas tiene que dar cuenta al Consejo de Administración.

Por debajo del Director encontramos los diferentes departamentos que puede tener la empresa aunque, sobre todo en pequeñas empresas, las funciones de varios departamentos están agrupadas en uno solo.

Con carácter general, y a modo de ejemplo, los departamentos y subdepartamentos de una empresa pueden dividirse según sus funciones como se presenta en el siguiente cuadro.

Departamento A	➔ Marketing	{ Diseño Proyectos
Departamento B	➔ Financiero	

Departamento C	→	Producción	}	Compras
				Almacén
Departamento D	→	Recursos Humanos		
Departamento E	→	Informática	}	Desarrollo
				Aplicaciones
Departamento F	→	Otros		

Como apuntamos anteriormente, este cuadro se expone a modo de ejemplo, y siempre podríamos determinar más o menos apartados y/o subapartados. Lo que sí es una realidad es que para hacer un organigrama debemos tener muy claros los siguientes parámetros:

- a) *Las áreas o departamentos en que vamos a organizar la empresa, y dentro de ellos la jerarquía y dependencia que se debe seguir.*
- b) *Las tareas que los empleados tienen que realizar, puesto que así podremos definir el número de tareas que hace falta realizar y también en su caso el número de empleados que necesitaremos para realizar dichas tareas.*
- c) *Se establecerá la importancia de las tareas en comparación con el resto para poder estructurar el espacio físico asequible a cada persona, la clasificación de las categorías profesionales, etc.*

En definitiva, y para concluir este apartado, diremos que lo más importante es planificar «antes de» para adecuar «después de».

### 3. **CONTRATACIÓN**

---

Con el plan de contratación se define el tipo de vinculación laboral que tendrá cada una de las personas que trabajan en la empresa, las condiciones de su relación laboral y el coste que ello puede suponer.

No todas las personas que trabajan en la empresa deben tener el mismo vínculo contractual.

En general los contratos se conciertan a tiempo completo, aunque cada vez es más frecuente contratar trabajadores a tiempo parcial. Otra forma de relación laboral es aquella en la que no es necesario estar físicamente en el centro de trabajo. A este tipo de trabajadores se les denomina *freelancers* o trabajadores *freelance*, lo que significa que trabajan fuera de la empresa (en su domicilio generalmente) y se les reconoce como colaboradores.

En algunas empresas es también muy frecuente encontrarse con grandes cargas de trabajo durante un tiempo muy concreto; en estos casos puede ser de gran utilidad contratar a través de las empresas de trabajo temporal (ETT). La cualidad de éstas reside en que se hacen cargo de toda la tramitación (contratos, seguros sociales, etc.) y a cambio la empresa paga un precio por sus servicios, que puede ser por hora, día, semana o mes.

Existen actualmente varios tipos de contrato, aunque los más usuales son:

- Contrato indefinido.
- Contrato de obra o servicio determinado.
- Contrato eventual por circunstancias de la producción.

- Contrato de interinidad.
- Contrato para la formación.
- Contrato en prácticas.

No obstante, antes de determinar el tipo de contrato no debemos olvidar que hay muchos más tipos y que están en constante evolución, ajustándose a las necesidades sociales y del mercado.

Definidos los aspectos anteriores debemos tener en cuenta otros elementos que son también de suma importancia, tales como la *jornada de trabajo* o los *costes de personal*, donde se incluyen los salarios.

***Las empresas prefieren plantillas con un alto nivel de preparación***

Parte fundamental en este proceso de contratación es la selección del personal. La tendencia actual es seleccionar a personas cualificadas, tanto para puestos de trabajo que así lo requieran como para los que no, prefiriéndose plantillas con un alto nivel de preparación.

Para hacer la selección hemos de tener en cuenta el tipo de trabajo que se va a desarrollar y las características del puesto de trabajo.

Si dicha selección requiere un puesto muy cualificado es aconsejable utilizar los servicios de empresas especializadas, puesto que de no hacerlo podríamos contratar a alguien que luego no desarrollaría correctamente su trabajo, con el transtorno que puede suponer para ambas partes.

Muchas empresas utilizan a las ETT para hacer la selección y contratación; esto es, el empresario comunica las nece-

sidades que tiene (auxiliar, técnico, etc.) y el perfil que desea, y la ETT se encarga de preseleccionar a la o las personas apropiadas para ocupar el puesto a cubrir, entregando a la empresa solicitante los currículos que más se ajustan a sus necesidades.

Además de los recursos que nos pueden ofrecer las distintas empresas privadas, no debemos olvidarnos de que existen numerosos canales de contratación públicos, dentro de los que destacaríamos al Ectl en nuestra Comunidad Autónoma (con competencias transferidas del Servicio Estatal de Empleo, INEM).

Otro medio muy utilizado para la contratación es Internet, desde donde, bien a través de los portales de empleo de las distintas administraciones, o bien a través de los sitios web de diferentes empresas privadas dedicadas a estos temas, se puede localizar el candidato idóneo a partir del perfil marcado.

#### **4. POLÍTICA SALARIAL**

---

Lo más destacable en la política salarial es establecer una serie de salarios para cada categoría, y para ello debe tenerse en cuenta sobre todo el trabajo que se desarrolle y el grado de cualificación preferente requerido para cada puesto.

Salvo algunas excepciones, todas las actividades empresariales están sujetas a convenios colectivos que pueden ser de ámbito nacional, provincial, de empresa, etc.; es en ellos donde se reflejan las diferentes categorías que se establecen para esa actividad.

Debemos elegir muy bien la categoría que se asigna a cada trabajador, puesto que de ella depende el salario que éste perciba y los gastos de Seguridad Social que supondrá dicha categoría.

Asimismo, debe tenerse en cuenta que independientemente del salario del convenio pueden determinarse a veces los llamados «incentivos», que suelen ser variables en función de la producción, de las ventas, etc.

El empresario debe tener en cuenta que satisfacer mensualmente el salario del trabajador y la cuota correspondiente a la Seguridad Social es su obligación más prioritaria, y que deberá organizar su contabilidad para evitar retrasos o incumplimientos de ningún tipo.

The background of the page is a grayscale, high-contrast image of several 500 Euro banknotes. The notes are crumpled and overlapping, with the number '500' and the word 'EURO' clearly visible in various orientations. The overall tone is professional and financial.

## **CAPÍTULO 6**

# **FINANCIACIÓN**



# Índice

---

	<i>Página</i>
1. INTRODUCCIÓN .....	101
2. SELECCIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN .....	102
3. COSTE DE LA FINANCIACIÓN .....	104
a) EL TIPO DE INTERÉS .....	104
b) LAS COMISIONES .....	106
c) OTROS GASTOS .....	106
4. FINANCIACIÓN BANCARIA A LARGO PLAZO .....	107
a) INTRODUCCIÓN .....	107
b) EL PRÉSTAMO BANCARIO .....	107
c) EL LEASING .....	109
d) EL RENTING .....	113
5. LA FINANCIACIÓN BANCARIA A CORTO PLAZO .....	115
a) INTRODUCCIÓN .....	115
b) LA PÓLIZA DE CRÉDITO .....	115
c) EL DESCUENTO DE EFECTOS .....	118
d) EL FACTORING .....	119
e) EL CONFIRMING .....	121
f) EL FORFAITING .....	124

6. AVALES .....	125
7. SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO .....	126
8. AYUDAS .....	129

## 1. INTRODUCCIÓN

---

Uno de los principales problemas que deben afrontar las pequeñas y medianas empresas es la obtención de los fondos necesarios para desarrollar sus proyectos, sobre todo en las etapas iniciales de la vida de la empresa.

La financiación es una herramienta fundamental, cuyo conocimiento es imprescindible a la hora de iniciar el nuevo proyecto. La óptima utilización de los productos financieros al alcance del empresario incide en la rentabilidad del negocio, por lo que es muy importante conocer las características, ventajas e inconvenientes de las diversas formas de financiación.

De forma general, los recursos financieros llegan a la empresa de alguna de las siguientes formas:

- ***La deuda***, recursos prestados por terceros, ajenos a la empresa, con los que se pacta una determinada retribución, en forma de interés, y un programa de devolución de dichos recursos.
- ***El capital*** es el conjunto de recursos propios y representa la propiedad de la empresa. Suma todos aquellos recursos que nosotros, y en su caso nuestros socios,

hemos aportado para crear y hacer funcionar nuestra empresa.

- La **autofinanciación** es la disponibilidad de fondos o recursos financieros generados por la propia actividad de la empresa (generalmente beneficios no distribuidos); no provienen, por tanto, de aportaciones exteriores y se utilizan para financiar las operaciones e inversiones de la sociedad, con lo que se evita el endeudamiento con terceros.
- **Subvenciones y ayudas.**

## 2. SELECCIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN

---

La elección de una u otra fuente de financiación depende de varios **factores**:

- *Cantidad máxima a financiar.*
- *Plazo de amortización.* Período en el cual es posible la devolución de las cantidades exigibles.
- *Existencia o no de un período de carencia.* Plazo inicial en el que no se nos exige la deuda.
- *Coste.* Es uno de los factores que más influyen. En el coste suelen incluirse tanto el tipo de interés como las comisiones (de estudio, de apertura...) y otros gastos (gastos de formalización, de cancelación de la operación...).
- *Período de tramitación.* Desde la inmediatez hasta períodos de varios meses para la concesión de la financiación,

- el plazo podrá ser en muchas ocasiones decisivo a la hora de optar por las diversas fuentes de financiación.
- *Riesgo*. Se refiere a la mayor o menor probabilidad de devolución de los fondos obtenidos en las fechas convenidas y a las consecuencias que la no devolución acarrearía.
  - *Garantías exigidas*. Pueden ser de diverso tipo: real, personal, mixta.
  - *Variabilidad de la ganancia*.
  - *Incidencia en la imagen de la empresa*.
  - Otras circunstancias.

## LA AUTOFINANCIACIÓN

La financiación propia es la más económica y la que origina menores dificultades de obtención, ya que la empresa recurre a una reestructuración de sus activos.

La autofinanciación consiste en la utilización de fondos o recursos financieros generados en el interior de la propia empresa (generalmente beneficios no distribuidos), no provenientes de aportaciones exteriores y utilizados para financiar las operaciones e inversiones de la sociedad; con ello se evita el recurso al endeudamiento con terceros o a los accionistas. Es por todo ello un tipo de financiación interna.

***La autofinanciación consiste en la utilización de fondos o recursos generados en la propia empresa***

Se puede distinguir entre:

- *Autofinanciación de mantenimiento*, constituida por fondos de amortización. Amortizar un activo es «guar-

dar» cada año unos fondos equivalentes a su depreciación, de manera que cuando éste ya no sirva por obsoleto podamos comprar uno nuevo utilizando el dinero que hemos ido guardando durante la vida útil del activo.

- *Autofinanciación por expansión*, formada por beneficios retenidos, lo que supone un incremento del neto patrimonial y consiguientemente un aumento de la capacidad de producción de la empresa.

### 3. **COSTE DE LA FINANCIACIÓN**

---

Una de las variables más importantes que tenemos que valorar a la hora de escoger una alternativa de financiación es el coste que tendrá.

El coste de la financiación viene determinado por:

- El tipo de interés que se nos aplique.
- Otro tipo de gastos y comisiones que configuran el coste total.

#### a) **EL TIPO DE INTERÉS**

A la hora de valorar el tipo de interés debemos tener en cuenta dos cosas: la elección de un tipo fijo o variable y determinar cada cuánto liquidaremos intereses, es decir la periodificación.

## 1. *Interés de tipo fijo*

Si hablamos de un tipo fijo sabemos que los pagos siempre van a ser constantes. A diferencia de los préstamos con interés variable, no existe incertidumbre sobre los importes de las cuotas futuras.

Por otro lado, debido a que el cliente no asume el riesgo de incremento del tipo de interés del mercado, el tipo de interés de las operaciones a tipo fijo suele ser superior al de las operaciones a tipo variable. Además, a mayor plazo del préstamo, el tipo de interés suele ser mayor.

## 2. *Interés variable*

Los tipos variables se calculan añadiendo un margen a un tipo de referencia. Los tipos de referencia más comunes son el EURIBOR y el IRPH.

- El EURIBOR es un promedio de los tipos a que un determinado grupo de bancos europeos intercambian dinero entre ellos.
- El IRPH es el índice de referencia de los préstamos hipotecarios, y es el promedio de los tipos a los que los bancos o cajas formalizan los préstamos de vivienda libre.

El tipo de referencia es importante a la hora de buscar estabilidad o minimización del coste. Los tipos referenciados al EURIBOR son más fluctuantes, puesto que reflejan el mercado directamente; en cambio los tipos referenciados al IRPH, por

*El tipo de referencia es importante a la hora de buscar estabilidad o minimización del coste*

ser éste más estable, tardan más en trasladar las oscilaciones del mercado.

## b) LAS COMISIONES

Las comisiones habituales son las de estudio, apertura, no disponibilidad y cancelación anticipada del préstamo.

Tenemos que tener en cuenta que todas ellas son negociables, aunque nuestro poder de negociación quedará limitado por la importancia que tengamos para el banco y lo buena que sea la operación que les presentemos.

## c) OTROS GASTOS

Estos gastos dependerán del tipo de operación; algunos de ellos son: honorarios del fedatario público, gastos registrales, gastos ocasionados por los avales que nos hayan pedido, impuestos, primas de seguro, tasación de inmuebles...

*La Tasa Anual Equivalente incluye todos aquellos gastos financieros derivados de la operación*

Existen muchos factores que afectan al coste inicial de la operación. La herramienta que permite comparar las diferentes alternativas es la TAE (Tasa Anual Equivalente) y los bancos se ven obligados por el Banco de España a especificar en cada contrato cuál es la de cada operación.

Dentro de este valor están incluidos todos aquellos gastos financieros derivados de la operación y, por tanto, nos servirá como herramienta de comparación.

## 4. FINANCIACIÓN BANCARIA A LARGO PLAZO

### a) INTRODUCCIÓN

Las entidades financieras ponen a nuestra disposición diferentes instrumentos financieros para conseguir financiar nuestras necesidades. Estos instrumentos son diferentes en función de la utilización que de ellos hagamos: podemos diferenciar entre una utilización de planteamiento y una utilización de funcionamiento.

*Los instrumentos bancarios a largo plazo están ligados a las cuestiones de planteamiento, mientras que los instrumentos a corto plazo lo están a las de funcionamiento*

Los instrumentos bancarios a largo plazo están ligados a las cuestiones de planteamiento, mientras que los instrumentos bancarios a corto plazo lo están a las cuestiones de funcionamiento.

Las cuestiones de planteamiento son aquellas que comportan decisiones estables en el tiempo y que son importantes en el desarrollo estratégico de nuestra empresa. Son decisiones relativas al inmovilizado y a su financiación.

Se trata de decisiones a largo plazo, y requieren un equilibrio entre los recursos y las inversiones. Los instrumentos financieros deben ser por tanto instrumentos a largo plazo que, junto con la autofinanciación a través de capital, configuran lo que se llaman los recursos permanentes de la empresa.

### B) EL PRÉSTAMO BANCARIO

El préstamo bancario es una de las diferentes modalidades de conseguir financiación que las entidades financieras ponen a nuestra disposición.

Consiste en un contrato por el cual la entidad financiera pone a nuestra disposición, en su totalidad, una determinada cantidad de dinero, y nosotros nos obligamos al cabo de un plazo establecido a restituir dicha cantidad más los intereses devengados.

Al tratarse de una operación bilateral cabe hablar de *dos partes*:

1. *El prestamista* es el que entrega la cantidad de dinero y tiene derecho a su devolución y al cobro de unos intereses. Suele ser una entidad financiera.
2. *El prestatario* es el que recibe la suma de dinero y se obliga a su devolución y al abono de los correspondientes intereses.

A la hora de solicitar un préstamo bancario, además de considerar el coste de la operación es importante saber que por regla general los bancos nos solicitarán *garantías*.

Generalmente para los pequeños empresarios es difícil conseguir préstamos sin garantías, y en caso de poder hacerlo tendrán tipos de interés más elevados, con los que tendrán que compensar el riesgo que las entidades asumen.

Tipos de garantías:

- *Garantías reales*: prenda o hipoteca.
- *Garantías personales*: ligadas a la solvencia moral y material del beneficiario.

### ***Plazo del préstamo***

Con carácter general, cabe señalar que existe libertad de pactos con relación al plazo de amortización de un préstamo, si bien suelen distinguirse las siguientes modalidades:

- *Mediante cuota fija o constante*: La cuota no varía, varían los sumandos.
- *Mediante cuota decreciente*: Permanece constante la porción de cuota que se refiere al capital. Decrece la porción referida a intereses y también el total de la cuota.

### **Carencia**

En algunos préstamos se pacta un período inicial de carencia con el que se pretende conceder al prestatario un plazo para que la inversión que ha financiado con dicho préstamo comience a generar ingresos con los que poder hacer frente a la amortización.

El período de carencia puede ser de dos tipos:

- *Carencia en la amortización del capital*, aunque haciendo frente al pago de intereses.
- *Carencia total*. El prestatario no realiza ningún pago durante este período.

Los préstamos pueden formalizarse en escritura pública, condición que es indispensable si existe una garantía hipotecaria. Este tipo de formalización resulta conveniente en el caso de operaciones de gran volumen o complejidad.

Los principales riesgos del préstamo se refieren al no reembolso, con el subsiguiente peligro, caso de estar garantizado con un bien, de pérdida de la prenda o del bien hipotecado.

### **c) EL LEASING**

El leasing es un contrato de arrendamiento financiero de un bien mueble o inmueble que posee la particularidad de

*El leasing es un contrato de arrendamiento financiero*

que se puede optar por la compra al finalizar el período contratado. Su principal uso es la obtención de financiación a largo plazo por parte de la pequeña y mediana empresa y así evitar realizar un desembolso para adquirir un bien necesario.

La operación suele incluir tres partes: Un *proveedor* que vende el bien (mueble o inmueble), una *entidad de leasing* que lo pone en alquiler y un *cliente* que lo disfrutará pagando la cuota correspondiente.

Al final del período se ofrece al cliente la posibilidad de comprar el bien, hasta ese momento arrendado.

### *¿En qué consiste?*

Se trata de una modalidad de financiación de activos empresariales que permite a la empresa disponer de un determinado bien, mueble o inmueble, y explotarlo, a través del pago de unas cuotas periódicas, pudiendo acceder a la propiedad de éste al final del contrato. Esta opción de compra es precisamente lo que diferencia al leasing del alquiler simple.

*Las cuotas podrán ser constantes o crecientes pero nunca decrecientes o variables*

La Ley establece que las cuotas podrán ser constantes o crecientes pero que nunca podrán ser decrecientes o variables, y, además, que se deberá diferenciar de la cuota

la parte que corresponde a intereses de la que corresponde a la amortización del bien, quedando éste totalmente amortizado al final de la operación.

### *Ventajas del leasing frente al préstamo hipotecario*

Para pequeñas empresas y empresarios autónomos, que a veces encuentran dificultades para acceder a financiación bancaria a largo plazo, el leasing ofrece una serie de ventajas que lo hacen especialmente atractivo:

1. A diferencia de alguna otra fuente de financiación, el leasing *permite la financiación del 100% del bien.*
2. *No se suelen pedir garantías para la formalización* de una operación de leasing, dado que la entidad de leasing es titular del bien, aunque suele solicitarse el depósito de una o dos cuotas.
3. *No es necesario realizar un desembolso inicial*, con lo que la empresa no sufre una disminución del activo circulante.
4. *El plazo legal mínimo para el leasing mobiliario es de 2 años, y para los leasing inmobiliarios de 10 años.* No existen plazos máximos, aunque es habitual no superar los 5/7 años en bienes de equipo y los 15 en inmuebles.
5. Ventajas fiscales. *Todas las cargas financieras son fiscalmente deducibles.* La peculiaridad más notable en cuanto al tratamiento fiscal del leasing se refiere a la posibilidad de amortización acelerada del bien a voluntad de la empresa. Ello lo hace especialmente útil para empresas muy solventes y para usuarios de bienes de tecnología avanzada, pues les permite minimizar el riesgo de obsolescencia.

En las operaciones de leasing la entidad financiera actúa como mero intermediario financiero.

<i>Costes</i>	Costes de concesión: comisión de estudio, comisión de apertura, fedatario público y gestoría.
<i>Alquiler</i>	Seguro: normalmente, la entidad de leasing obliga a la suscripción de un seguro a su favor contra el riesgo de pérdida accidental del bien. Costes del ejercicio de la opción de compra: normalmente incluirán gastos de notaría, gestoría, inscripción en el Registro de la Propiedad, impuestos...
<i>Formalización /finalización</i>	Formalización: Por mandato nuestro, la entidad compra el activo y después lo pone a nuestra disposición. Nosotros corremos con todos los riesgos técnicos y de obsolescencia que tenga el bien, así como con todos los gastos de reparación y mantenimiento. Finalización: Una vez vencido el plazo de arrendamiento establecido, se puede elegir entre tres opciones: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Adquirir el bien, pagando una última cuota de valor residual preestablecido.</li><li>2. Renovar el contrato de arrendamiento.</li><li>3. No ejercer la opción de compra, entregando el bien al arrendador.</li></ol>

d) **EL RENTING**

El renting es un instrumento de financiación que se utiliza para determinados bienes que se quedan obsoletos muy rápidamente y no interesa tener en propiedad.

Similar al leasing, el renting es un servicio de alquiler a largo plazo pero no tiene opción de compra.

El renting lo pueden ofrecer tanto entidades financieras como los propios fabricantes.

*El renting es un instrumento de financiación que se utiliza para bienes que se quedan obsoletos muy rápidamente*

*Ventajas del renting*

1. Es un producto cerrado, en el sentido de que  *fija el coste del uso de un determinado bien por un período determinado de tiempo*. Una de las señas de identidad propias del renting estriba en el hecho de que no suele existir otro coste que el de la cuota de alquiler. Lo cierto es que la cuota engloba:
  - amortización del bien más los correspondientes intereses;
  - cuantos servicios hayan sido concertados para asegurar el buen funcionamiento del bien.
2.  *Ofrece un paquete de servicios que va más allá de la mera financiación*, ya que nos garantiza el mantenimiento del bien y cubre los posibles riesgos, liberándonos además de trámites como la negociación de la compra con el

fabricante, la realización del mantenimiento y la gestión de los contratos de mantenimiento, seguros, etc.

3. Tiene ventajas fiscales, puesto que *la cuota pagada es un gasto fiscalmente deducible en su totalidad*. También evita cualquier controversia acerca de la amortización del equipo, ya que no es propiedad del arrendatario.
4. *No afecta al balance de nuestra empresa*. No es ningún activo que tenga que aparecer en el balance y, por tanto, no afecta a las ratios de solvencia de nuestra empresa.
5. Tiene ventajas económicas, ya que nos *permite disfrutar del bien sin realizar un desembolso ni una inversión*. Nos da la posibilidad de adaptarnos a la evolución tecnológica de los equipos existentes en el mercado.

### ¿Cómo se hace?

Se paga una cuota periódica a la entidad financiera, y se incluye en ella el derecho al uso del equipo, el mantenimiento y un seguro sobre posibles siniestros. Mantenimiento, reparaciones y riesgos corren de cuenta de la compañía del renting, que nos lo repercute a través de la cuota de alquiler.

***Si se interrumpe el contrato de renting sin haber llegado al término pactado se suele establecer una penalización***

Si se interrumpe el contrato de renting sin haber llegado al término pactado se suele establecer una penalización para el arrendatario/usuario.

Más allá de la fianza de una o dos cuotas que en concepto de depósito sin interés suele solicitarse al arrendatario no existen en general otras garantías para la formali-

zación de este contrato. La fianza suele aplicarse al pago de las últimas cuotas.

## 5. **LA FINANCIACIÓN BANCARIA A CORTO PLAZO**

---

### a) **INTRODUCCIÓN**

En nuestro negocio a menudo hemos de poder responder a cuestiones de funcionamiento en las que las decisiones están ligadas a la evolución por posibles estacionalidades o por cualquier otra cuestión de tipo operativo.

Para solucionar estos problemas contamos con los instrumentos financieros a corto plazo.

### b) **LA PÓLIZA DE CRÉDITO**

Es un instrumento de financiación a corto plazo mucho más flexible que el préstamo.

Un contrato de crédito de cuenta corriente es aquel en el que la entidad financiera se obliga a poner a nuestra disposición fondos hasta un límite determinado y un plazo prefijado, percibiéndose periódicamente los intereses sobre las cantidades dispuestas.

Por lo tanto, podemos disponer de la cantidad de recursos que necesitemos sin tener que pagar intereses sobre el límite total ni tener que estar pendientes de unas cuotas de amortización preestablecidas.

Las pólizas de crédito, o créditos, suelen formalizarse para períodos de un año, pudiéndose permitir su renovación si fuera necesario.

*Las pólizas de crédito suelen formalizarse para períodos de un año*

### *Principales diferencias entre operaciones de préstamo y de crédito*

En el préstamo la entrega del dinero es simultánea a la firma del contrato, mientras que en las operaciones de crédito lo que se reconoce por el prestamista es un compromiso de entrega de dinero hasta un límite máximo mediante la disposición por parte del prestatario en la cuenta corriente abierta al efecto.

Cuando lo que se quiere financiar es circulante o para procesos largos de inversión, normalmente se solicitan créditos en cuenta corriente.

En ambos es práctica habitual la formalización con fedatario público, y la mayoría se formalizan en póliza. En algunos casos es obligatoria la escritura pública, como en el supuesto de que existan garantías hipotecarias, cuando sean operaciones complejas o de elevado importe.

#### *¿Cómo se hace?*

La formalización requiere la intervención de un fedatario público.

Se instrumentalizan en una cuenta corriente de crédito, con la que podemos disponer y reembolsar el dinero ajustándolo a nuestras necesidades, reduciendo así el coste de la financiación. Lo conveniente es operar habitualmente con esa cuenta corriente de crédito.

*Las entidades suelen pedir algún tipo de aval personal*

En general, las entidades suelen pedir algún tipo de aval personal puesto que asumen mayor riesgo que en la concesión de un préstamo. También se pueden hacer pó-

lizas de crédito con garantía hipotecaria; en este caso habrá que formalizarlo en escritura pública.

### *Desventajas*

El crédito no siempre resulta más barato que otro tipo de financiación, puesto que:

1. Las entidades son más reacias a concederlos, porque no saben qué uso le vamos a dar al dinero y les supone mayor gestión, con lo que los tipos que se aplican suelen ser más altos.
2. Las entidades suelen cobrar una comisión de disponibilidad ya que, al poner a nuestra disposición una cantidad de dinero en forma de límite, ellos no pueden utilizar estos fondos.

### *Destinatarios potenciales*

Como producto diseñado para atender las necesidades financieras del día a día del negocio empresarial está destinado a aquellas *empresas que* en su operativa de cobros y pagos *necesitan un producto que además de financiación les aporte las ventajas de una cuenta corriente*, unificando así los flujos de tesorería.

Es un producto especialmente ventajoso para las empresas que trabajen con proveedores que en su política comercial no contemplen financiación comercial o den condiciones por pronto pago superiores a los costes del crédito.

También pueden beneficiarse aquellas empresas que presentan cierta estacionalidad en los ingresos obtenidos a través

de su negocio, o aquellas que necesiten fondos ajenos a corto plazo para el período que media entre su fase de producción y los ingresos obtenidos por la venta de sus productos finales.

### c) EL DESCUENTO DE EFECTOS

*Con el descuento la entidad financiera avanza al cliente el importe de facturas pendientes de cobro*

Con el descuento la entidad financiera avanza al cliente el importe de facturas pendientes de cobro, respaldadas por letras de cambio, pagarés u otros efectos comerciales.

Es ésta una manera de obtener anticipos de cobros y, por tanto, de obtener financiación a corto plazo.

Se trata del abono anticipado de fondos que normalmente una entidad financiera efectúa a favor de sus clientes con cargo a créditos no vencidos que estos últimos tienen contra sus respectivos deudores. La cantidad abonada por la entidad financiera a su cliente es igual al monto de la deuda, una vez descontados los intereses y gastos en concepto del tiempo que media entre anticipo y el momento de vencimiento de los créditos.

Suele instrumentarse no como una operación aislada sino como una línea de descuento que la entidad abre a favor de su cliente, en atención a una pluralidad de efectos que se desea descontar.

Hay empresas que, como instrumentos de pago, utilizan los recibos o las letras, que son documentos que confirman tanto el importe como la fecha de pago.

La utilización del descuento consiste en llevar al banco remesas de esos documentos conforme nuestro cliente nos va a

pagar en una fecha previa al vencimiento de esos cobros, y así solicitar un anticipo de éstos.

### *¿Cómo se hace?*

Se negocia con la entidad financiera para poder disponer de una determinada línea de descuento para unos determinados clientes y con unos costes concretos, entregando al banco las remesas de efectos que nos irá abonando si lo necesitamos, hasta alcanzar el máximo de la línea de descuento.

Las entidades bancarias también ofrecen la posibilidad de la gestión del cobro. En este caso no nos adelantan el importe de los efectos, sino que solamente gestionan el cobro con una comisión menor.

El cobro a través del banco tiene la ventaja de que la empresa entrega los recibos al banco y se despreocupa de su seguimiento, sólo debe preocuparse de los impagados.

Esta fórmula es recomendable cuando en momentos puntuales necesitamos liquidez, siempre y cuando nuestros clientes sean solventes.

*El cobro a través del banco tiene la ventaja de que la empresa entrega los recibos al banco y se despreocupa de su seguimiento*

Los efectos deben ir extendidos en papel timbrado y tributan por el Impuesto de Actos Jurídicos Documentados.

### d) **EL FACTORING**

Este tipo de operación consiste en la cesión de la cartera de cobro de los clientes de un titular a una firma especializada

en este tipo de transacciones que convierte las ventas a corto plazo en ventas al contado, asumiendo el riesgo de insolvencia del titular y encargándose de su contabilización y cobro.

*El factoring es adecuado, sobre todo, para empresas cuya situación no les permitiría soportar una línea de crédito.*

Las operaciones de factoring pueden ser realizadas por entidades de financiación o por entidades de crédito, como bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito.

### ***Servicios que ofrece el factoring***

- Gestión del cobro.
- Cobertura del riesgo por impago de facturas. Quedan exentos de esa cobertura los impagos que obedezcan a razones de tipo comercial, diferencias en los precios acordados, falta de descuentos o razones técnicas, material proporcionado no correcto...
- Financiación.

### ***Ventajas de este tipo de financiación***

- Ahorro de tiempo y gastos y precisión de la obtención de informes.
- Permite la máxima movilidad de la cartera de deudores y garantiza el cobro de todos ellos.
- Simplifica la contabilidad, ya que mediante el contrato de factoring pasamos a tener un solo cliente que paga al contado.

- Sanea la cartera de clientes, cubriéndonos de la eventual insolvencia de nuestros clientes.
- No nos endeudamos, mantenemos nuestra capacidad de asumir créditos para decisiones más importantes y estratégicas.

### *¿Cómo se hace?*

*Se formaliza mediante un contrato con una entidad financiera.*

*Debemos comunicar a nuestros clientes que hemos establecido un acuerdo de este tipo con una entidad financiera, informándoles de que a partir de ese momento, todas aquellas facturas que lleven un endoso indicativo de que han sido cedidas se deben abonar a una cuenta cuyo beneficiario es la entidad de crédito.*

### e) **EL CONFIRMING**

El confirming es un servicio administrativo-financiero desarrollado por entidades financieras mediante el cual obtenemos ventajas tanto nosotros como nuestros proveedores. Es un servicio de gestión de pagos y no un servicio de gestión de deudas.

*El confirming es un servicio de gestión de pagos y no un servicio de gestión de deudas*

Es un servicio mixto que nos ofrece gestionar los pagos a los proveedores de nuestra empresa, ofreciéndoles la posibilidad de cobrar las facturas que nos emiten con anterioridad a la fecha de vencimiento.

*La entidad financiera actúa como intermediario con nuestros proveedores, gestionando los pagos que le corresponden. Por lo tanto, es un servicio donde se encuentran involucrados tanto el cliente (nosotros), como el proveedor y la entidad financiera, de manera que ésta asume toda la tarea administrativa relativa al pago.*

Se denomina confirming porque nosotros somos los que enviamos las remesas de facturas de proveedores, conformadas por nosotros como buenas para pagar, a la entidad financiera.

### ***Usuarios potenciales***

- Empresas que tengan diversificados a sus proveedores.
- Empresas que tengan un sistema de pagos complejo.
- Empresas que desean alargar el plazo de pago a proveedores, o mejorar sus condiciones de compra.

### ***Utilidad del confirming***

Podemos utilizar el confirming como una herramienta para negociar mejores condiciones con nuestros proveedores, puesto que con este sistema les aseguramos el cobro de sus facturas en su vencimiento y se les ofrece la posibilidad de obtener financiación.

También podemos negociar con la entidad financiera el reparto del beneficio que obtiene de nuestros proveedores cuando éstos adelantan el cobro, puesto que no sólo obtiene ese beneficio, sino que también tiene acceso a posibles nuevos clientes a los que puede ofrecer no sólo anticipar el cobro sino también cualquier otro producto.

### *Ventajas del confirming*

#### *Para los proveedores:*

- Pueden cobrar sus facturas al contado, previo descuento de los costes financieros, eliminando completamente el riesgo de impago.
- Obtienen la concesión de una línea de crédito sin límite y sin consumir su propio crédito.
- Evitan el cobro de timbres al gestionar los cobros a través de traspasos o transferencias.

#### *Para el cliente:*

- Mejora su imagen ante sus proveedores al estar avalados sus pagos por una institución financiera.
- Evita costes de emisión de pagarés y cheques o manipulación de letras de cambio.
- Evita las incidencias que se producen en las domiciliaciones de recibos.
- Evita llamadas telefónicas de proveedores para informarse sobre la situación de sus facturas.
- Evita el seguimiento de distintas cuentas corrientes para conciliar los cargos de letras, pagarés o cheques.
- La empresa mantiene la iniciativa de pago.
- Obtiene información de gran ayuda en la gestión de las compras.

### *¿Cómo se hace?*

- Se instrumentaliza a través de un contrato con la entidad financiera.

- Debemos facilitar toda la información básica relativa a cada factura: importe, fecha de emisión, vencimiento, número de factura, NIF del proveedor...
- Generalmente se utiliza un soporte informático para hacer llegar las remesas de facturas a la entidad financiera.
- La entidad hace llegar al proveedor una notificación con una lista de facturas que cobrará a su vencimiento. En esa notificación se le ofrece la posibilidad de o bien esperar al vencimiento para cobrarlas, o bien obtener un anticipo en unas determinadas condiciones.

#### f) EL FORFAITING

*Esta figura supone la compra de cualquier forma de promesa de pago, instrumentada en divisas*

Esta figura supone la compra de letras de cambio aceptadas, créditos documentarios o cualquier otra forma de promesa de pago, instrumentada en divisas.

El adquirente de los efectos renuncia de forma explícita a su derecho legal de demanda frente a los anteriores proveedores de la deuda mediante cláusula sin recurso.

El forfaiting es una solución sencilla y barata frente a otras alternativas para penetrar en mercados como los de Europa del Este, India, Marruecos o cualquier otro mercado considerado como país de riesgo.

#### *Ventajas de un contrato de forfaiting*

- El exportador mejora su liquidez al cobrar al contado, no alterando su capacidad de endeudamiento.

- Elimina tanto los riesgos políticos y administrativos futuros, como el comercial y de tipos de cambio de las divisas involucradas, permitiendo conocer *a priori* el coste de la operación a un tipo de interés fijo.
- Ahorra costes de administración y gestión de cobros.
- Permite financiar el 100% del importe de la operación.

### *Inconvenientes*

- La principal desventaja reside en los altos tipos de interés, los controles de cambio y administrativos que tienen algunos países..., aspectos todos ellos de los que los bancos y cajas de ahorro pueden informarnos.

## 6. **AVALES**

---

Un aval es un documento por el que una persona se responsabiliza subsidiariamente de las obligaciones contraídas por otra.

Conceder financiación a pequeñas y medianas empresas supone un riesgo elevado a las entidades financieras. Ese riesgo se traduce en la exigencia de una garantía adicional, el aval. Por lo tanto, la persona que avala, *el avalista*, *asegura a la entidad que concede el préstamo que se hará cargo de la obligación de la persona que recibe el préstamo*, en caso de que ésta no cumpla con ella.

Hace unos años se autorizó la creación de Sociedades de Garantía Recíproca (SGR), cuyo objetivo es la prestación de avales y el asesoramiento financiero a fin de facilitar el acceso a los préstamos a mayor plazo.

El objetivo fundamental de las Sociedades de Garantía Recíproca es el apoyo financiero a la pequeña y mediana empresa. Concede avales que sirven de garantía a la deuda que la empresa contraerá con la entidad bancaria, empresa franquiciadora, los proveedores o la Administración Pública. Su misión no es prestar dinero, sino, tras el estudio de la viabilidad del proyecto, avalar a la empresa y realizar una labor de intermediación. La SGR negociará las mejores condiciones para sus socios, les proporcionará servicios de consultoría, asesoramiento financiero y gestión de ayudas públicas para la empresa.

## 7. SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO

La financiación de la actividad productiva de la pequeña y mediana empresa se enfrenta a tres grandes problemas: acceso difícil a la financiación ajena, alta dependencia bancaria y costes financieros de los recursos ajenos más elevados que en las empresas de mayor tamaño.

*Las entidades de capital riesgo son sociedades que se dedican a invertir los fondos que gestionan en la toma de participación temporal y minoritaria de empresas*

El capital riesgo es una actividad financiera cuyo objetivo es suministrar capitales permanentes a pequeñas y medianas empresas innovadoras y con un elevado potencial de desarrollo.

Las entidades de capital riesgo son sociedades que se dedican a invertir los fondos que gestionan en la toma de participación temporal y minoritaria de empresas, en busca de una rentabilidad. Además, como

actividad complementaria realizan tareas de asesoramiento a las empresas vinculadas con ellas.

La inversión va destinada, fundamentalmente, hacia empresas que se encuentran en fase de crecimiento o arranque. La sociedad inversora asume unos riesgos mayores de los que normalmente está dispuesta a asumir una entidad crediticia.

Para los inversores en capital riesgo la contrapartida básica de este tipo de inversiones es la obtención de elevadas plusvalías por la venta de la participación que detenta la sociedad inversora, lo que se conoce como proceso de desinversión o salida de la sociedad participada.

Los aspectos que las sociedades de capital riesgo valoran para considerar una participación en una empresa son múltiples. Algunos de ellos son:

- La empresa ha de tener un tamaño mínimo.
- Se ha de tratar de un proyecto empresarial de larga duración y viable.
- El equipo directivo ha de ser competente y se ha de implicar con aportación de capital.
- La organización ha de dar importancia al capital humano.
- La estructura financiera ha de ser equilibrada.
- Se ha de admitir una participación temporal con una salida en el medio o largo plazo.

Las empresas de capital riesgo analizan muchos proyectos, de los cuales muy pocos se formalizan.

### *Fases habituales del proceso de selección*

1. *Contactos previos.* En esta primera fase se trata de determinar si la empresa de capital riesgo está interesada en el sector y en el proyecto que le podemos ofrecer, así como si nosotros estamos dispuestos a aceptar las condiciones que nos ofrece.
2. *Petición de un informe básico de la oferta.* La empresa de capital riesgo querrá tener un resumen de nuestra propuesta con una breve descripción del proyecto, recursos, plazo de la inversión y perspectivas de desarrollo.
3. *Petición de un informe detallado.* La propuesta se debe plasmar en un detallado plan de negocio, marcando objetivos, recursos necesarios...
4. *Realización de la «Due Diligence».* La empresa de capital riesgo analizará el plan de negocio, la bondad y veracidad de los datos sobre los que basamos el plan de negocio, el mercado y el producto, y para ello consultará a clientes y proveedores.
5. *Aprobación de la operación y negociación de condiciones.* Este es uno de los puntos más difíciles, ya que deberemos fijar la forma de participación de la sociedad inversora en nuestro proyecto.

Ello conlleva un proceso de negociación complejo, ya que nosotros tenderemos a sobrevalorar el valor de nuestra empresa y la sociedad de capital riesgo querrá obtener la máxima participación al menor precio.

Las condiciones acordadas se plasman en un documento que se llama protocolo de entrada. A partir de aquí, la empresa de capital riesgo realizará un seguimiento de su inversión.

## 8. AYUDAS

---

No es fácil para la pequeña y mediana empresa, ya sea como persona física (empresario individual) o como persona jurídica, bajo cualquier tipo de forma societaria, acceder a financiación, sobre todo a largo plazo. Por ello existen organismos autónomos, estatales y europeos, que ofrecen ayudas para conseguir esa financiación.

Estas ayudas se formalizan generalmente a través de créditos a un tipo de interés más barato que el que ofrecen los bancos. Son los llamados «créditos blandos». Pueden subvencionar parte de los intereses soportados al acceder a la financiación ajena y/o los costes de formalización y mantenimiento del préstamo o crédito. Además de la labor de intermediación con la entidad bancaria, la Administración puede ofrecer asesoramiento financiero y aval.

Los objetivos de estas ayudas son la promoción empresarial, la creación de empleo, el desarrollo tecnológico...

Además de estas ayudas a través de líneas de crédito existen otras ayudas, como son las subvenciones y las desgravaciones fiscales.

*Las ayudas se formalizan generalmente a través de «créditos blandos»*





**CAPÍTULO 7**

**LAS OBLIGACIONES DEL EMPRESARIO**



# Índice

---

	<i>Página</i>
1. INTRODUCCIÓN .....	135
2. OBLIGACIONES FISCALES .....	136
a) <b>IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES</b> .....	137
b) <b>IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS</b> .....	139
c) <b>IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO</b> .....	142
3. OBLIGACIONES CONTABLES .....	144
a) <b>IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES</b> .....	146
b) <b>SUJETOS PASIVOS DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS</b> .....	147
c) <b>SUJETOS PASIVOS DEL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO</b> .....	148
4. OBLIGACIONES LABORALES Y DE SEGURIDAD SOCIAL. ....	148
a) <b>TRÁMITES</b> .....	149
b) <b>AFILIACIÓN, ALTAS, BAJAS Y VARIACIONES DE DATOS DE TRABAJADORES</b> .....	154
c) <b>COTIZACIÓN</b> .....	155
d) <b>CONTRATACIÓN</b> .....	158



## 1. INTRODUCCIÓN

---

Cuando ponemos en funcionamiento una empresa debemos ser conscientes de que son muchas las obligaciones que debemos cumplir.

Es necesario conocer las obligaciones que tiene el empresario para luego evitar trastornos (sobre todo económicos) que pongan en peligro la actividad a la que nos dedicamos.

No es necesario conocer a fondo estas obligaciones, entre otras cosas porque no precisamos ser unos expertos (para eso están los asesores), pero sí debemos conocer las consecuencias que podemos sufrir en caso de no cumplirlas.

*Debemos conocer las consecuencias que podemos sufrir en caso de no cumplir con nuestras obligaciones*

En los apartados siguientes analizaremos cada una de estas obligaciones, que hemos dividido en:

- Fiscales.
- Contables.
- Laborales.

Se estudiarán así de forma muy general los pasos que debemos dar para el cumplimiento de todas ellas.

## 2. OBLIGACIONES FISCALES

---

Una vez que iniciamos la actividad empresarial debemos ser conscientes de que es nuestra obligación pagar impuestos por los beneficios obtenidos, y que esto se realiza generalmente a través de tres impuestos: el Impuesto de Sociedades, el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y el Impuesto sobre el Valor Añadido.

Antes de entrar a analizar cada uno de los impuestos que gravan la actividad empresarial debemos hacer mención de un trámite que aunque para muchos es administrativo para otros no deja de ser tributario; nos referimos a la *Declaración Censal*. Con ella se ingresa en un censo de contribuyentes que pretende tener controlados a todos los sujetos pasivos que tienen obligaciones formales que cumplir. Deben realizar esta declaración las personas o entidades que desarrollen actividades empresariales o profesionales o que satisfagan rendimientos sometidos a retención.

Se presenta a través del modelo 036 y deberá presentarse con anterioridad al comienzo ejecutivo de la actividad bien presencialmente, bien por internet, siempre que se disponga de firma electrónica.

Los datos principales que deberán hacerse constar en el modelo son:

- Nombre y apellidos o razón social completa.
- NIF.
- Domicilio fiscal en España.

- Las declaraciones o declaraciones-liquidaciones que está obligado a presentar por ser empresario o profesional, o porque satisface rentas que estén sometidas a retención o ingreso a cuenta.

El lugar de presentación será con carácter general la Delegación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria que corresponda al domicilio social.

En el caso de la Sociedad Limitada Nueva Empresa la *Declaración Censal* de alta (modelo 036) se sustituye con el DUE (Documento Único Electrónico) que obtendremos en el PAIT (Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación). Véase el apartado de direcciones y teléfonos de interés al final de esta Guía.

Otro trámite que hay que cumplir es darse de alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas, aunque el pago de este impuesto no es obligatorio desde el año 2003. El modelo a cumplimentar es el 840 y el plazo de presentación acaba un mes después del inicio de la actividad, debiéndose presentar una declaración separada para cada actividad.

Las sociedades que quieran ejercer actividad empresarial o profesional deberán solicitar un código de identificación fiscal.

A continuación pasamos a estudiar de forma pormenorizada los impuestos que antes aludimos.

#### **a) IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES**

El Impuesto sobre Sociedades es un impuesto de carácter directo y personal. Se encuentra regulado en el Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo.

Este impuesto grava la renta de las sociedades y demás entidades jurídicas no sometidas al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

Para determinar el rendimiento debemos tomar el resultado contable de la empresa y aplicarle una serie de parámetros que vienen recogidos en la ley, tales como deducciones, bonificaciones, amortizaciones, pago de intereses, etc., que restarán, en función de lo que la normativa determine, una parte del total inicial. Es decir, con carácter general se tributa por los rendimientos obtenidos, restando los gastos originados.

*El tipo de gravamen depende de la forma jurídica que adopte la sociedad*

En el Impuesto sobre Sociedades es muy importante conocer el tipo de gravamen que se tiene que aplicar, y que va a depender en gran medida de la forma jurídica que adopte la sociedad.

Los tipos de gravamen más comunes son:

1. El tipo de gravamen del 35% es el utilizado con carácter general, aunque existen bonificaciones e incentivos fiscales (empresas de reducida dimensión) contemplados en la ley que, dependiendo de la cifra de negocios alcanzada, pueden reducir este tipo de gravamen. (Por ejemplo, a empresas cuya cifra de negocio sea inferior a 8.000.000 de euros se les aplicará el tipo del 30%).
2. Tributarán al 25% las sociedades de garantía recíproca, los colegios profesionales, etc.
3. Tributarán al 20% las sociedades cooperativas.

Existen otros tipos de gravamen que no incluimos por ser aplicables a tipos sociales poco habituales.

Las entidades que satisfagan o abonen rentas sujetas a este impuesto están obligadas a retener o a ingresar a cuenta, así como los empresarios individuales y los profesionales.

En cuanto a la declaración-liquidación, el plazo de presentación de la declaración es de 25 días naturales después de transcurridos los seis meses posteriores a la conclusión del período impositivo. Es decir, para las sociedades en que el ejercicio económico coincida con el ejercicio natural el plazo será del 1 al 25 de julio.

El pago fraccionado de este impuesto debe realizarse los primeros 20 días naturales de los meses de abril, octubre y diciembre.

Para la *declaración anual*, con carácter general, se cumplimentará el *modelo 200*, mientras que para los *pagos fraccionados* se utilizará el *modelo 202*.

## b) **IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS**

Es éste un impuesto de carácter directo y de naturaleza personal y subjetiva que grava la renta de las personas físicas o entidades en atribución de rentas.

Está regulado en el Real Decreto Legislativo 3/2004, de 5 de marzo, que aprobó el texto refundido en vigor.

Constituye la renta del sujeto pasivo la totalidad de sus rendimientos, ganancias y pérdidas patrimoniales. Estos rendimien-

*Constituye la renta del sujeto pasivo la totalidad de sus rendimientos, ganancias y pérdidas patrimoniales*

tos pueden provenir del trabajo personal, de rentas del capital o de actividades empresariales o profesionales.

Con la definición dada anteriormente nos encontramos que el empresario individual deberá tributar en este impuesto por los rendimientos que obtenga a través de su negocio o empresa.

Existen dos regímenes de determinación del rendimiento en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, y su aplicación dependerá de la actividad que lleve a cabo la empresa, de su cifra de negocios o de lo que pueda elegir el propio empresario.

Estos son:

1. ***Régimen de estimación directa.*** Se aplica a los empresarios y profesionales no sujetos al régimen de estimación objetiva y tiene dos modalidades:

a) *Directa normal*

Para establecer el rendimiento neto de las actividades empresariales o profesionales serán de aplicación las normas del Impuesto sobre Sociedades con alguna especialidad.

Con carácter general podemos decir que dicho rendimiento neto se obtendrá de la diferencia de ingresos y gastos necesarios para su obtención.

b) *Directa simplificada*

Para acogerse a esta estimación se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Que su actividad no sea susceptible de acogerse a estimación objetiva.
- Que el importe neto de la cifra de negocios no supere los 600.000 euros.
- Que no se renuncie a esta modalidad.

El rendimiento se obtiene también por la diferencia entre ingresos y gastos, pero con ciertas peculiaridades.

## 2. *Régimen de estimación objetiva*

En este régimen el rendimiento no se obtiene restando de los ingresos los gastos que se produzcan en el desarrollo de su actividad, sino que se calcula a partir de unos parámetros objetivos fijados cada año por el Ministerio de Economía y Hacienda (Orden Ministerial que publica los signos, índices y módulos).

Para determinar el rendimiento neto se aplican unos módulos para cada actividad (personal empleado, superficie del local, consumo de energía, etc.) que la norma detalla.

Este sistema se aplicará conjuntamente con los regímenes especiales del IVA.

La liquidación de cualquiera de estos sistemas se hace en la fecha señalada en la propia ley y a través de los modelos oficiales, que son los siguientes:

- Modelo 130 para la Estimación Directa.
- Modelo 131 para la Estimación Objetiva.

Las fechas de ingreso serán los días 1 a 20 de los meses de abril, julio y octubre y 1 a 30 de enero.

### c) **IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO**

El Impuesto sobre el Valor Añadido es un impuesto indirecto, instantáneo y objetivo, que grava el consumo en las distintas fases de producción de bienes y servicios y está regulado por la Ley 37/1992, de 28 de diciembre.

Este impuesto lo soportan directamente los consumidores finales de bienes y servicios, y el empresario actúa de intermediario, puesto que éste paga el IVA a los proveedores y el que cobra a los clientes será el que tenga que ingresar a Hacienda.

Los tipos impositivos dependen de la naturaleza de la operación gravada y son:

- Tipo general: 16%.
- Tipo reducido: 7% (hostelería, espectáculos, vivienda, etc.).
- Tipo superreducido: 4% (libros, material escolar, etc.).

Al margen del régimen general, y según el tipo de actividad que se desarrolle, existen varios regímenes especiales con características propias cuyo desarrollo puede verse en la ley.

### *Regímenes especiales.*

A su vez se dividen en regímenes opcionales y obligatorios.

#### 1. *Opcionales:*

- Régimen simplificado.
- Régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca.
- Régimen especial de los bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección.

#### 2. *Obligatorios:*

- Régimen especial aplicable a las operaciones con oro de inversión.
- Régimen especial de las agencias de viajes.
- Régimen especial del recargo de equivalencia.
- Régimen especial aplicable a los servicios prestados por vía electrónica.

En este impuesto, los empresarios y profesionales están obligados a expedir y entregar una factura por cada entrega de bienes o prestaciones de servicios que realicen.

Por último debemos reseñar el apartado de la liquidación del impuesto, es decir, cuándo se tiene que ingresar el IVA cobrado al consumidor final o cuándo se podrá pedir una compensación o devolución de las cuotas pagadas a la Administración, puesto que se puede dar el caso de que al hacer la liquidación el resultado sea negativo, en cuyo caso sería la Administración la que abonaría la diferencia al contribuyente.

## CUADRO RESUMEN DE LA LIQUIDACIÓN DEL IVA EN LOS RÉGIMENES MÁS COMUNES

Régimen general	Modelo 300	El ingreso se realizará entre los días 1 y 20 de los meses de abril, julio y octubre y entre los días 1 y 30 de enero.
Régimen simplificado	Modelo 310	Ingreso entre los días 1 y 20 de abril, julio y octubre.
	Modelo 311	Ingreso entre los días 1 y 30 de enero.
Resumen anual	Modelo 390	Entrega entre los días 1 y 30 de enero.
Declaración anual operaciones con terceros	Modelo 347	Hasta el día 31 de marzo

### 3. OBLIGACIONES CONTABLES

Una empresa, un profesional o un comerciante necesita saber qué tiene, qué debe, qué ingresa, qué gasta y cuánto gana.

La contabilidad es la herramienta que nos da la información necesaria para la adecuada gestión del negocio, para rendir cuentas a los socios, para dar publicidad ante terceros interesados y para que la Administración pueda controlar los beneficios de la empresa.

Según la ley, todos los empresarios tienen que llevar una contabilidad ordenada, adecuada a la actividad que desarrolla y

que permita el seguimiento cronológico de las operaciones realizadas por la empresa. Esta obligación es aplicable a todas las empresas con independencia de su tamaño y de su forma jurídica.

Por tanto, la contabilidad consiste en el registro ordenado de las fechas con relevancia económica, de acuerdo con unas normas y reglas. La principal norma aplicable a la contabilidad es el Real Decreto 1643/1990, de 20 de diciembre, que aprueba el «Plan General de Contabilidad» y que es la referencia obligada para llevar la contabilidad de una empresa, cualquiera que sea su forma jurídica individual o societaria. Los libros de contabilidad son el soporte físico de las fechas económicas que ocurren en ella.

*La contabilidad consiste en el registro ordenado de las fechas con relevancia económica*

Las cuentas anuales recogen un conjunto de documentos que reflejan los distintos aspectos económicos de una sociedad. Comprenden:

- ***El balance:*** debe reflejar el *activo* (bienes y derechos) y el *pasivo* (obligaciones y fondos propios) de la empresa.
- ***La cuenta de pérdidas y ganancias:*** también llamada cuenta de resultados; en ella se reflejan globalmente los ingresos y los gastos realizados por la sociedad a lo largo del ejercicio.
- ***La memoria anual:*** su objetivo es completar, ampliar y comentar la información que se contiene en el balance y en la cuenta de pérdidas y ganancias.

A continuación exponemos, de manera esquemática, los libros que deben llevar las empresas obligatoriamente, con especificación de los propios de cada forma jurídica adoptada.

## a) **IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES**

### 1. *Para empresas*

*Libros contables:*

- Inventarios y cuentas anuales:
  - Libro Inventario.
  - Libro Diario.
  - Balance.
  - Cuenta de pérdidas y ganancias.
  - Memoria anual.
- Diario.

*Libros societarios:*

- Libro de actas.
- Libro de acciones nominativas (para sociedades anónimas).
- Libro de registro de socios (para sociedades limitadas).
- Libro de registro de contratos (para sociedades unipersonales).

### 2. *En el caso de las cooperativas*

- Libro registro de socios.
- Libro registro de aportaciones al capital social.

- Libro de actas de la Asamblea General.
- Libro registro de actas del Consejo Rector, y en su caso de liquidadores, comité de recursos y juntas preparatorias.

**b) SUJETOS PASIVOS DEL IMPUESTO  
SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS**

Las obligaciones contables y de registro de los contribuyentes, dependiendo del tipo de actividad y del régimen de estimación del IRPF, son las siguientes:

**1. *Régimen de estimación directa normal***

- Para empresas cuya actividad empresarial tenga carácter mercantil:
  - Contabilidad ajustada a lo dispuesto en el Código de Comercio (Libro Diario, Libro Inventario y cuentas anuales).
- Para empresas cuya actividad no tenga carácter mercantil:
  - Libro registro de ventas e ingresos.
  - Libro registro de compras y gastos.
  - Libro registro de bienes de inversión.

**2. *Régimen de estimación directa simplificada***

- Registro de ventas e ingresos.
- Registro de compras y gastos.
- Registro de bienes de inversión.

### 3. *Régimen de estimación objetiva*

- Libro registro de ventas e ingresos (cuando se desarrolle la actividad agraria, ganadera o forestal).

Deberán asimismo conservarse las facturas emitidas y recibidas y los justificantes de los módulos aplicados.

- Registro de bienes de inversión. Para los casos en los que se apliquen deducciones de amortizaciones.

### c) **SUJETOS PASIVOS DEL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO**

#### *Libros obligatorios*

- Libro registro de facturas emitidas.
- Libro registro de facturas recibidas.
- Libro registro de bienes de inversión.

## 4. **OBLIGACIONES LABORALES Y DE SEGURIDAD SOCIAL**

Dada su importante incidencia posterior, antes de iniciar la actividad deben conocerse de forma pormenorizada todos los aspectos de carácter laboral que van a afectar de alguna manera a nuestro proyecto.

*Las obligaciones laborales están específicamente reguladas*

Las obligaciones laborales nacen como consecuencia de la relación que se establece entre el empleador y los trabajadores que le prestan sus servicios, y están reguladas específicamente por la normativa espa-

ñola que resulte de aplicación en el ámbito laboral: Estatuto de los Trabajadores, Ley General de la Seguridad Social, Ley de Prevención de Riesgos Laborales, etc., y, en su caso, por el convenio colectivo que corresponda al ámbito del ejercicio y a la actividad desarrollada.

## a) TRÁMITES

Antes de proceder a la apertura de un centro de trabajo hay que cumplir los requisitos siguientes:

### 1. *Comunicación de la apertura del centro de trabajo*

El autónomo, el empresario o su representante social está obligado a comunicar a la autoridad laboral la *apertura* del centro de trabajo en que va a desarrollar la actividad, así como la *reanudación* de la actividad después de llevar a cabo cualquier transformación relevante. Únicamente quedan exentos de esta obligación los trabajadores autónomos que no tienen trabajadores contratados.

La documentación deberá presentarse ante la autoridad laboral dentro de los 30 días siguientes a la apertura del centro de trabajo o reanudación de la actividad, y se realizará por cuadruplicado en el modelo oficial correspondiente consignándose los siguientes datos:

Datos de la actividad:

- Nombre o razón social, domicilio, municipio, provincia, código postal y teléfono.

*La comunicación de la apertura se realizará por cuadruplicado en el modelo oficial correspondiente*

- Identificación, DNI o NIF y, si se trata de extranjero, asilado o refugiado, pasaporte o documento sustitutivo.
- Si es de nueva creación o ya existente.
- Actividad económica.
- Entidad gestora o colaboradora de AT y EP.

Datos del centro de trabajo:

- Nombre, domicilio, municipio, provincia, código postal y teléfono, debiendo concretarse su ubicación de forma clara y precisa.
- Número de inscripción en la Seguridad Social, clase de centro, causa que ha motivado la comunicación y fecha del comienzo de la actividad.
- Número total de trabajadores ocupados en el centro de trabajo, distribuidos por sexo.
- Plan de seguridad y salud en el trabajo, cuando resulte exigido en las obras de construcción.
- Proyecto técnico y memoria descriptiva de las características de la actividad en los supuestos de actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas.

Datos de producción y/o almacenamiento del centro de trabajo:

- Potencia instalada (kW o CV).
- Especificación de maquinaria y aparatos instalados.
- Si realiza trabajos o actividades recogidas en el anexo I del Reglamento de los Servicios de Prevención, especificación de los trabajos, actividades, operaciones y agentes incluidos en él.

## 2. *Inscripción, Afiliación y Alta en el Régimen de la Seguridad Social*

El trabajador autónomo se dará de alta en el Régimen especial en la Dirección Provincial de la TGSS correspondiente o en una administración de ésta en un plazo de treinta días desde el inicio de la actividad.

Por su parte, el empresario que desee iniciar una actividad y precise contratar para ello a trabajadores ha de solicitar la inscripción en el régimen que corresponda de la Seguridad Social y afiliar y dar de alta a éstos a través de la TGSS, que asignará al mismo un número único de inscripción y un código de cuenta de cotización o varios.

En la solicitud deberá constar la Entidad gestora o Mutua de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales de la Seguridad Social por la que opta, en relación con sus trabajadores, para la protección de las contingencias profesionales y prestación económica de IT por contingencias comunes (o bien la propia empresa, si reúne los requisitos exigidos para su colaboración voluntaria en la gestión) y se acompañará de la siguiente documentación:

*En la solicitud deberá constar la Entidad gestora o Mutua por la que se opta*

- Persona física: DNI, NIF o pasaporte (exhibición o su fotocopia).
- Persona jurídica: Identificación de la persona que formula la solicitud y del título en virtud del cual actúa, así como escritura de constitución o certificado del Registro Mercantil y libro de actas en comunidades de propietarios.

La inscripción de empresas se realizará por medios electrónicos, informáticos o telemáticos.

Están obligadas a utilizar el sistema RED las empresas con reducciones, bonificaciones o cualquier otro beneficio de la Seguridad Social.

### 3. *Libro de visitas*

Todo trabajador autónomo o empresa, con independencia de la forma jurídica de constitución de ésta, tengan o no trabajadores asalariados, está obligado a tener un libro de visitas en cada centro de trabajo para que la Inspección de Trabajo, o funcionarios técnicos habilitados para el ejercicio de comprobación en materia de prevención de riesgos laborales, puedan anotar en sus visitas las diligencias oportunas. Esta obligatoriedad alcanza también a los trabajadores por cuenta propia y a los titulares de centros y establecimientos, con independencia del régimen de la Seguridad Social aplicable.

El libro de visitas podrá adquirirse en cualquier librería y deberá llevarse a diligenciar a la Inspección de Trabajo, siendo imprescindible la presentación del anterior para la habilitación del segundo y posteriores Libros que justifique el agotamiento de sus folios. En caso de destrucción o pérdida se justificará mediante declaración escrita del representante legal de la empresa indicando el motivo y presentando las pruebas de que se disponga.

Únicamente las empresas con centros de trabajo de menos de 30 días estarán exentas de tener libro de visitas, siempre que el número de trabajadores empleados en él no supere los 6, en

cuyo caso será válido el libro de visitas del centro de trabajo en el que esté domiciliada la empresa.

Previa autorización de la autoridad central de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social, podrá utilizarse un libro de visitas electrónico, siempre dentro de los requerimientos técnicos y funcionales del sistema electrónico que suministre la propia Inspección de Trabajo.

*Previa autorización  
podrá utilizarse  
un libro de visitas  
electrónico*

Los libros de visitas deberán conservarse durante un mínimo de cinco años contados a partir de la fecha de la última diligencia.

#### 4. *Plan de prevención de riesgos laborales*

La protección de la salud de los trabajadores frente a los riesgos derivados de la actividad laboral está regulada por la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, y su cumplimiento deberá ser estricto según los riesgos específicos de la actividad desarrollada, para lo que se llevarán a cabo medidas preventivas concretas.

#### 5. *Calendario laboral*

Están obligados a tener un calendario laboral los trabajadores autónomos que tengan contratados a otros trabajadores y todas las empresas; este calendario deberá exponerse en cada centro de trabajo en un lugar visible, y en él se harán constar las fiestas nacionales, autonómicas y locales, distribuyendo los días laborables de acuerdo con la jornada máxima legal.

b) **AFILIACIÓN, ALTAS, BAJAS Y VARIACIONES DE DATOS DE TRABAJADORES**

1. *Trabajadores autónomos*

El alta del trabajador autónomo será única, aunque se realicen varias actividades en el RETA, y no excluye la posibilidad de que pueda estar incluido en otros Regímenes de forma simultánea. Surtirá efectos desde el primer día del mes natural en que concurren todas las condiciones, siempre que se hubiera solicitado en plazo reglamentario. El código de cuenta coincide con su número de Seguridad Social.

***La renuncia a la IT lleva aparejada la renuncia a la protección por AT y EP***

Serán voluntarias la cobertura de la IT y la de contingencias profesionales, pudiendo el trabajador, en el momento de causar alta, acogerse o no a ellas. Cuando se acojan a la cobertura de IT la llevarán a efecto en una MATEPSS, suscribiendo el pertinente documento de adhesión y, cuando se acojan a la mejora voluntaria de contingencias profesionales, será requisito obligatorio que, previa o simultáneamente, hayan optado por incluir la prestación por IT; es decir, que la renuncia a la IT lleva aparejada la renuncia a la protección por AT y EP.

La baja se comunicará en el plazo de 6 días naturales a partir de la fecha en la que se deja de realizar la actividad económica, y tendrá efectos desde el día primero del mes siguiente.

2. *Para los trabajadores por cuenta ajena*

El cumplimiento de la obligación de comunicar el alta de sus trabajadores con anterioridad al inicio de la prestación de

servicios —y nunca antes de 60 días naturales a la fecha de inicio prevista— corresponde al empresario, quien deberá consignar su identificación, la del trabajador, la fecha de inicio, el grupo de cotización y el epígrafe correspondiente respecto de AT y EP, si bien, en determinadas situaciones excepcionales, se puede solicitar la afiliación y el alta el primer día hábil siguiente a citada prestación.

En el caso de variación de datos empresariales la comunicación a la TGSS se hará en el plazo de 6 días naturales a partir de la fecha en que se produzca, si bien, cuando afecte a cambio de entidad que cubra las contingencias profesionales y la incapacidad temporal (IT), la solicitud de la nueva opción se efectuará antes de los 10 días de producirse ésta.

La extinción de empresa o cese temporal o definitivo de actividad se deberá comunicar por el empresario a la TGSS dentro del plazo de los 6 días naturales siguientes al hecho, debiendo acompañar la comunicación de los partes de baja de los trabajadores. Idéntico plazo se establece para comunicar la sucesión de la titularidad.

Los justificantes de altas y bajas deben conservarse durante un periodo de cuatro años.

La afiliación, altas, bajas y variaciones de datos de los trabajadores se realizará a través de los medios informáticos o telemáticos habilitados al efecto.

*Los justificantes de altas y bajas deben conservarse durante un periodo de cuatro años*

### c) COTIZACIÓN

La cotización a la Seguridad Social es una obligación de todo trabajador, tanto si es por cuenta propia como ajena, y a

través de ella se contribuye al sostenimiento de los gastos públicos en materia social.

Existen dos sistemas mayoritarios de cotización a la Seguridad Social, el Régimen General, aplicable a los trabajadores por cuenta ajena salvo especialidades, y el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

***En el Régimen General el sujeto responsable del pago es el empresario***

En el Régimen General el sujeto responsable del pago o cumplimiento de la obligación de cotizar es el empresario, quien ingresará en su totalidad tanto las aportaciones propias como las de sus trabajadores, para lo cual descontará de la nómina de los trabajadores las aportaciones correspondientes.

Por su parte la obligación de cotizar que recae sobre el propio trabajador autónomo nacerá desde el día primero del mes natural en que concurren las condiciones de la inclusión en el RETA, se mantendrá mientras se desarrolle la actividad y se extinguirá el último día del mes en que se produzca el cese, siempre que se comunique la baja en tiempo y forma.

La cotización por la contingencia de IT y contingencias profesionales únicamente será obligatoria cuando se haya optado voluntariamente por acogerse a dicha protección.

Se abonará por mensualidades y se llevará a efecto mediante la presentación de los documentos de cotización, que se remitirán de forma mecanizada, ante las oficinas recaudadoras, o bien mediante su domiciliación en entidad financiera.

Las bases y tipos de cotización se fijan anualmente en los Presupuestos Generales del Estado y en su normativa de desarrollo.

Para el año 2006 son:

Bases mensuales:

Mínima: 785,70 euros. Máxima: 2.897,70 euros.

Los trabajadores que el 1 de enero de 2006 tengan cumplidos 50 o más años podrán elegir entre una base comprendida entre 809,40 y 1.509,60 euros, salvo que se trate de cónyuge superviviente con 45 o más años de edad, en cuyo caso la elección será entre 785,70 y 1.509,60 euros.

Los menores de 30 años y las mujeres de 45 o más años podrán optar por una base comprendida entre 631,20 y 2.897,70 euros.

Tipos de cotización: 29,80%, salvo si no se acoge a la cobertura de la protección por IT, en cuyo caso será del 26,50%.

Para las contingencias profesionales la cotización es opcional, y se aplicarán los porcentajes de la tarifa de primas recogida en el anejo 2 del RD 2930/1979, de 29 de diciembre.

Bonificaciones en la cotización al RETA:

- Los trabajadores mayores de 65 años y con 35 años o más cotizados quedan exentos de cotización a la Seguridad Social, excepto por IT y por contingencias profesionales.
- Las mujeres trabajadoras que hayan cesado en la actividad por maternidad y, una vez disfrutado el descanso, se reincorporen a la actividad por cuenta propia en los dos años siguientes al parto disfrutarán de una bonificación, durante un año, del 100% de la cuota por contingencias comunes, aplicable también a las cooperativas de trabajo asociado incluidas en el RETA.

- Los autónomos dedicados a las actividades de comercio, hostelería, turismo e industria, excepto agua y energía, que residan y tengan su actividad en Ceuta y Melilla, tienen derecho a una bonificación del 40% de sus aportaciones por contingencias comunes desde abril de 2006 hasta marzo de 2008, salvo prórroga o actualización.
- En caso de incorporación al régimen de trabajadores menores de 30 años (35 en caso de mujeres), 25% durante doce meses.

La cotización se realizará en todo caso mediante la solicitud de alta inicial o sucesivas y se comunicará a la Dirección General de la Tesorería General de la Seguridad Social o administración competente en cada provincia. No debemos olvidar que los requisitos son diferentes según el régimen en el que se cotice.

#### d) CONTRATACIÓN

El contrato de trabajo es un acuerdo entre empresa y trabajador mediante el cual éste presta sus servicios a cambio de una retribución. Estos contratos podrán realizarse de forma verbal o escrita, siendo de obligada forma escrita cuando el contrato sea de prácticas y para la formación, a tiempo parcial, fijo-discontinuo y de relevo, a domicilio, de obra o servicio determinado, así como los de los trabajadores contratados en España al servicio de empresas españolas en el extranjero y los firmados por tiempo determinado cuya duración sea superior a cuatro semanas, o cuando cualquiera de las partes así lo exija, incluso durante el transcurso de la relación laboral.

*El empresario podrá determinar un período de prueba al inicio de la relación laboral*

Podrá establecerse un período de prueba sujeto a los límites de duración que establezca el convenio colectivo, no pudiendo en cualquier caso exceder los límites de seis meses para los técnicos titulados ni de dos meses para el resto de los trabajadores.

Los contratos de trabajo podrán ser:

- *Indefinido*: todo contrato cuya prestación de servicio por parte del trabajador no tenga límite temporal, y
- *De duración determinada* (temporal), que podrá celebrarse siempre que se cumpla alguno de los siguientes supuestos:
  - Para la realización de una obra o servicio determinado cuya duración es limitada e incierta.
  - Cuando por circunstancias del mercado, acumulación de tareas o exceso de pedidos sea necesario.
  - Para sustituir a trabajadores que ejercen su derecho a reserva del puesto de trabajo.

Las modalidades del contrato de trabajo que el propio Estatuto de los Trabajadores establece son las siguientes:

- Trabajo en común y contrato de grupo.
- Contratos formativos.
- Contrato a tiempo parcial y contrato de relevo.
- Contrato de trabajo a domicilio.

Por último, debemos tener muy presentes las distintas ayudas existentes en materia de contratación que pueden apor-

***Debemos tener  
muy presentes  
las distintas ayudas  
a la contratación***

tar a la empresa una considerable reducción de costes en tal concepto.

Así, dentro de las medidas de fomento del empleo podemos encontrar como beneficiarios de la bonificación de cuotas empresariales a la Seguridad Social por nueva contratación indefinida, a tiempo completo o parcial, incluidos fijos-discontinuos, y por transformación de los contratos, contratación temporal y mantenimiento del empleo para los colectivos que se detallan:

Contratación indefinida a tiempo completo o parcial, con desempleados e inscritos en la Oficina de Empleo:

- Mujeres en general.
- Mujeres contratadas en los veinticuatro meses siguientes a la fecha del parto, o de la adopción o acogimiento, tanto preadoptivo como permanente.
- Mujeres que se reincorporen al empleo después de cinco años de inactividad laboral, siempre que, anteriormente a la retirada del mercado de trabajo, hubiesen estado de alta en cualquier régimen de Seguridad Social durante un mínimo de tres años.
- Mayores de cuarenta y cinco años.
- Jóvenes de dieciséis a treinta años, ambos inclusive.
- Trabajadores inscritos ininterrumpidamente como desempleados durante, al menos, seis meses.
- Discapacitados (incluidos pensionistas de la Seguridad Social que tengan reconocida una pensión por incapaci-

cidad permanente total, absoluta o gran invalidez y pensionistas de clases pasivas que tengan reconocida pensión de jubilación o de retiro por incapacidad permanente para el servicio o inutilidad).

- Situación de exclusión social.
- Víctimas de violencia de género, acreditada por la administración competente, o de violencia doméstica, sin ser necesaria la condición de estar en desempleo.

Contratación temporal:

- Discapacitados (incluidos pensionistas de la Seguridad Social que tengan reconocida una pensión por incapacidad permanente total, absoluta o gran invalidez y pensionistas de clases pasivas que tengan reconocida pensión de jubilación o de retiro por incapacidad permanente para el servicio o inutilidad).
- Situación de exclusión social.
- Víctimas de violencia de género, acreditada por la administración competente, o de violencia doméstica, sin ser necesaria la condición de estar en desempleo.

Transformación de contratos en indefinidos:

- Contratos formativos, de relevo y de sustitución por anticipación de la edad de jubilación cualquiera que sea la fecha de su celebración.
- Discapacitados (contratos temporales de fomento de empleo y contratos formativos).

- Contratos de duración determinada o temporal o a tiempo parcial de mujeres trabajadores que sean suspendidos por maternidad o por excedencia por cuidado de hijo, cuando se reincorpore efectivamente al trabajo en los dos años siguientes del inicio del permiso por maternidad y se transforme el contrato en indefinido en el momento de la reincorporación.

Mantenimiento del empleo:

- Contratos indefinidos suscritos con trabajadores de sesenta o más años y con antigüedad en la empresa de cinco o más años.
- Contratos de carácter indefinido a tiempo completo o a tiempo parcial, de mujeres trabajadoras que sean suspendidos por maternidad o por excedencia por cuidado de hijo, cuando se reincorpore efectivamente al trabajo en los dos años siguientes del inicio del permiso por maternidad.
- Conversión de empleo temporal en fijo, plazo extraordinario (contrato para el fomento de la contratación indefinida).
- Contratos de duración determinada a temporales, incluidos los contratos a tiempo parcial, formativos, de relevo y de sustitución por jubilación, celebrados antes de 1 de junio de 2006 y transformados antes de 1 de enero de 2007.

Están obligadas a utilizar el sistema RED las empresas con reducciones, bonificaciones o cualquier otro beneficio de la Seguridad Social.

Otras bonificaciones no comprendidas en el programa de fomento de empleo:

- Trabajadores de diversas actividades en Ceuta y Melilla.
- Contratos de sustitución de víctima de violencia de género.
- Trabajadores mayores de 60 años y cinco de antigüedad en la empresa.
- Trabajadores mayores de 65 años y con más de 35 años cotizados.
- Contratos en prácticas y para la formación con discapacitados.
- Contratos temporales de interinidad:
  - Sustitución del excedente por cuidado de hijo.
  - Sustitución en casos de maternidad, adopción, acogimiento o riesgo durante el embarazo.
  - Sustitución en las bajas por IT de discapacitados.
- Contratación de trabajadores en relación con la Copa América 2007.
- Becarios y personal investigador en formación.



## CAPÍTULO 8

# AYUDAS Y SERVICIOS



# Índice

---

	<i>Página</i>
ASISTENCIA TÉCNICA Y AYUDAS A LA ASISTENCIA TÉCNICA .....	171
AYUDAS A LA INVERSIÓN PRODUCTIVA .....	176
AYUDAS AL EMPLEO .....	182
FINANCIACIÓN Y BENEFICIOS FISCALES .....	188
FORMACIÓN Y AYUDAS A LA FORMACIÓN .....	191
INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO .....	196
RECONOCIMIENTOS .....	201
SENSIBILIZACIÓN .....	203



La Junta de Castilla y León ha asumido el compromiso de promover el desarrollo de la actividad económica y el sistema productivo en nuestra Comunidad Autónoma, convirtiéndose así en aliado de quienes tienen en sus manos este cometido y en promotor de la transformación y la mejora del tejido productivo existente.

De esta forma articula una política económica que busca dar respuestas a las necesidades de los profesionales y de las empresas de Castilla y León y les permita aumentar de forma sostenida sus niveles de rentabilidad y competitividad.

La plasmación más evidente de esta política económica es el compendio de ayudas y servicios que se recogen en este capítulo, que concretan los aspectos claves donde su incidencia debe resultar más significativa y que pueden entenderse como un incentivo y a la vez como un apoyo explícito a determinadas actuaciones que redundarán en una mejora del empleo y un aumento de la riqueza de Castilla y León.



## ASISTENCIA TÉCNICA Y AYUDAS A LA ASISTENCIA TÉCNICA

### CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

---

**Centro de información: *D.G. de Industrialización y Modernización (Servicio de Industrialización Agraria y Defensa de la Calidad)***

*Programas de investigación y desarrollo:* Línea 06 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Estudios y planes para empresas de transformación y comercialización de productos agrarios:* Línea 07 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Estudios y planes para PYME dedicadas a otras transformaciones agroalimentarias:* Línea 08 de las ayudas para la mejora de la

competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Productividad industrial y fomento de la calidad en empresas de transformación y comercialización de productos agrarios:* Línea 09 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Productividad industrial y fomento de la calidad en empresas de otras transformaciones agroalimentarias:* Línea 10 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Desarrollo empresarial de empresas de transformación y comercialización de productos agrarios:* Línea 11 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Desarrollo empresarial de empresas dedicadas a otras transformaciones agroalimentarias:* Línea 12 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

## CONSEJERÍA DE CULTURA Y TURISMO

---

### **Centro de información:** *D.G. de Turismo*

*Mercados de Contratación-Jornadas Comerciales.*

## CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO

---

### **Centro de información:** *Agencia de Inversiones y Servicios (ADE)*

*Apoyo para la incorporación de las Pymes a la sociedad de la información:* Línea 06, para la implantación de servicios avanzados de gestión y comunicación en las empresas de Castilla y León (RESOLUCIÓN de 14 de febrero de 2006).

*Planes de expansión empresarial:* Línea 07, para la expansión de las empresas de Castilla y León, a través de su implantación en el exterior, junto con la promoción y comercialización de sus productos.

Fomento y difusión del aprendizaje del español para extranjeros (RESOLUCIÓN de 14 de febrero de 2006).

*Mejora de la competitividad:* Línea 08, para apoyar la obtención del reconocimiento de empresas, a través de la implantación de sistemas de gestión y/o producto, por organismos competentes, y facilitar el desarrollo e implantación de mejoras de acuerdo al modelo EFQM de excelencia, Apoyar la elaboración de un plan estratégico de crecimiento y/o de apertura al exterior, y apoyar la elaboración de un Protocolo Familiar (RESOLUCIÓN de 14 de febrero de 2006).

*Trámites de constitución de una empresa SLNE y elaboración de un Plan de Empresa:* Asistencia Técnica a través de los PAIT: Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación Sociedades limitadas Nueva Empresa (SLNE).

*Centros de innovación y dinamización empresarial (CIDE's):* Dentro del Proyecto Futurinnova, una vez que se ha elaborado el plan de empresa se apoya a los emprendedores en los primeros pasos de la puesta en marcha de la empresa, mediante el alojamiento en los (CIDE's), de forma temporal, hasta la constitución de la empresa.

*Asistencia en Actividades de promoción en el exterior (internacionalización):* Apoyo en asistencia a Ferias, Misiones Directas, Misiones Inversas, Showrooms, Degustaciones, Foros, etc.

*Iniciación a la Excelencia como Sistema de Gestión:* Dentro del Plan de Excelencia de Castilla y León.

*La estrategia y la gestión basadas en el Modelo EFQM de Excelencia.*

### **Centro de información: Ente Regional de la Energía (EREN)**

*Auditorías Energéticas:* Mediciones y análisis energéticos en profundidad con el fin de reducir la factura energética, emitiendo recomendaciones sobre sustitución de equipos por otros más eficientes, aprovechamiento de energías residuales, optimización de las tarifas energéticas, aprovisionamiento energético, uso racional de la energía, etc.

*Optimización de las Tarifas Energéticas:* Estudio de los distintos conceptos de la facturación contratados (tarifa, modo, discrimina-

ción horaria, etc.) y su ajuste al consumo real, proponiendo las modificaciones a efectuar y la estimación del ahorro económico.

*Estudios Previos de Viabilidad de Proyectos Energéticos:* Realización de estudios previos de viabilidad técnica y económica para la implantación de proyectos dentro de las distintas áreas de las energías renovables (solar térmica, solar fotovoltaica, minihidráulica, biomasa, etc.), y para la implantación de procesos de ahorro y eficiencia energética.

## **CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE**

---

### **Centro de información: *D.G. de Calidad Ambiental***

*Subvenciones, programas de asistencia técnica y programas de minimización de residuos:* «Programa de Mejora de la Calidad Ambiental para las empresas de Castilla y León 2000-2003».

### **Centro de información: *D.G. del Medio Natural***

*Gestión sostenible de montes en régimen privado* (ORDEN MAM/1808/2005, de 30 de diciembre).

## AYUDAS A LA INVERSIÓN PRODUCTIVA

### CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

---

**Centro de información:** *D.G. de Industrialización y Modernización (Servicio de Industrialización Agraria y Defensa de la Calidad)*

*Ayuda a la transformación y comercialización de los productos agrarios:* Línea 01 de las ayudas a la inversión productiva, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Ayuda a las PYMES dedicadas a la transformación y comercialización de productos agrarios:* Línea 02 de las ayudas a la inversión productiva, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Ayuda a otras transformaciones agroalimentarias:* Línea 03 de las ayudas a la inversión productiva, dentro de las ayudas a la trans-

formación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Ayuda a la transformación de productos silvícolas, cofinanciada por FEOGA-orientación:* Línea 04 de las ayudas a la inversión productiva, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Ayuda a la transformación y comercialización de los productos de la pesca y la acuicultura, cofinanciada por IFOP:* Línea 05 de las ayudas a la inversión productiva, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Ayuda a las PYMES dedicadas a la transformación y comercialización de productos de la pesca y la acuicultura:* Línea 13 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

*Ayuda a la transformación y comercialización de productos de la pesca y la acuicultura:* Línea 14 de las ayudas para la mejora de la competitividad, dentro de las ayudas a la transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícolas y de la alimentación en Castilla y León (ORDEN AYG/545/2006, de 27 de marzo).

**Centro de información: *D.G. de Industrialización y Modernización (Servicio de Modernización de Explotaciones)***

*Primera instalación de agricultores jóvenes:* Línea A de las ayudas para la mejora de las estructuras de producción de las explotaciones agrarias (ORDEN AYG/257/2006, de 13 de febrero).

*Inversiones en las explotaciones agrarias mediante planes de mejora:* Línea B de las ayudas para la mejora de las estructuras de producción de las explotaciones agrarias (ORDEN AYG/257/2006, de 13 de febrero).

*Ayudas a las inversiones colectivas:* Línea I de las ayudas para la mejora de las estructuras de producción de las explotaciones agrarias (ORDEN AYG/257/2006, de 13 de febrero).

*Ayudas a los agricultores profesionales, a las explotaciones asociativas prioritarias y a las agrupaciones en los que el 50%, al menos, de sus miembros sean agricultores profesionales para la adquisición de maquinaria y equipos destinados a la prestación de servicios a terceros en la actividad agraria:* Línea P de las ayudas para la mejora de las estructuras de producción de las explotaciones agrarias (ORDEN AYG/257/2006, de 13 de febrero).

*Ayudas para titulares de explotaciones, personas físicas o jurídicas, que estén afectados por planes colectivos de mejora de regadío o sean concesionarios individuales de agua:* Línea Q de las ayudas para la mejora de las estructuras de producción de las explotaciones agrarias (ORDEN AYG/257/2006, de 13 de febrero).

## CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO

---

### **Centro de información:** *Agencia de Inversiones y Servicios (ADE)*

*Incentivos para las inversiones de Pymes:* Línea 01, para proyectos de creación de nuevos establecimientos y proyectos de ampliación de establecimientos existentes o de lanzamiento de una nueva actividad que implique un cambio fundamental en el producto o en el procedimiento de producción (RESOLUCIÓN de 14 de febrero de 2006).

*Incentivos a artesanos y talleres artesanos:* Línea 02, para proyectos de Inversión de creación de nuevos talleres artesanos y ampliación de los existentes, la realización de acciones de promoción vinculadas a la actividad artesanal (realización de catálogos de productos, logotipos, páginas web y similares, destinados a su utilización publicitaria, y la participación en ferias, exposiciones y certámenes de carácter profesional), y las acciones de perfeccionamiento profesional de los artesanos (RESOLUCIÓN de 14 de febrero de 2006).

*Emprendiendo:* Línea 03, para la creación de nuevos establecimientos que den origen a la iniciación de actividad empresarial, no realizada anteriormente (RESOLUCIÓN de 14 de febrero de 2006).

### **Centro de información:** *D.G. de Comercio*

*Inversiones y proyectos de modernización del comercio de Castilla y León:* Programa V de las subvenciones públicas destinadas a fortalecer y hacer más competitivo el Tejido Comercial de Castilla y

León, cuyo objetivo es la financiación de inversiones y proyectos que supongan la modernización del comercio de Castilla y León de acuerdo con los requisitos establecidos. Se entenderá por modernización del comercio todas aquellas actuaciones de reforma o innovación llevadas a cabo tanto en establecimientos ya existentes como en los de nueva creación, que tengan por objeto dar un mejor servicio comercial (ORDEN EYE/1679/2005, de 19 de diciembre).

**Centro de información: D.G. de Economía Social**

*Promoción del empleo autónomo de trabajadores discapacitados desempleados dirigido a financiar inversiones en capital fijo para proyectos empresariales:* Programa III de la Orden EYE/1004/2006, de 14 de junio, por la que se convocan ayudas económicas para personas con discapacidad para el año 2006 (personas con discapacidad desempleados).

**Centro de información: D.G. de Trabajo y Prevención de Riesgos Laborales**

*Subvenciones para la mejora de las condiciones de trabajo en empresas de la Comunidad Autónoma de Castilla y León destinadas a la adquisición, adaptación o renovación de máquinas y equipos de seguridad* (ORDEN EYE/1683/2005, de 19 de diciembre).

**Centro de información: Ente Regional de la Energía (EREN)**

*Subvenciones para actuaciones en ahorro, eficiencia energética, cogeneración y energías renovables* (ORDEN EYE/313/2006, de 2 de marzo).

*Subvenciones para actuaciones de energía solar térmica, energía solar fotovoltaica no conectada a red y energía eólico-fotovoltaica no conectada a red:* Dentro del marco del Plan Solar de Castilla y León (ORDEN EYE/314/2006, de 2 de marzo).

*Subvenciones para la adquisición de automóviles, furgonetas y motocicletas de propulsión eléctrica o híbrida* (ORDEN EYE/315/2006, de 2 de marzo).

## CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE

---

### **Centro de información: D.G. del Medio Natural**

*Gastos de forestación y por obras complementarias a la forestación:* Línea de ayudas dentro de las subvenciones destinadas a la forestación de tierras agrícolas (ORDEN MAM/1791/2005, de 30 de diciembre).

*Prima de mantenimiento:* Línea de ayudas dentro de las subvenciones destinadas a la forestación de tierras agrícolas (ORDEN MAM/1791/2005, de 30 de diciembre).

*Estepas Cerealistas:* Subvenciones para la campaña 2005/2006 en relación con el programa de estepas cerealistas de Castilla y León (contrato núm. 3) (ORDEN MAM/1807/2005, de 30 de diciembre).

*Gestión sostenible de montes en régimen privado* (ORDEN MAM/1808/2005, de 30 de diciembre).

## AYUDAS AL EMPLEO

### CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO

---

#### **Centro de información: *D.G. de Economía Social***

*Pago de cuotas de la Seguridad Social a los trabajadores beneficiarios de la prestación de desempleo en su modalidad de pago único* (ORDEN EYE/1006/2006, de 14 de junio).

#### **Centro de información: *ECYL***

*Subvención financiera:* Dentro de las ayudas para el fomento del autoempleo, dentro del Plan Regional de Empleo, bonificación de los intereses de los préstamos para inversiones requeridas para el establecimiento de los desempleados como trabajadores por cuenta propia (RESOLUCIÓN de 17 de diciembre de 2004).

*Renta de Subsistencia:* Dentro de las ayudas para el fomento del autoempleo, dentro del Plan Regional de Empleo, ayudas para garantizar unos ingresos mínimos durante el inicio de la actividad por cuenta propia (RESOLUCIÓN de 17 de diciembre de 2004).

*Asistencia Técnica:* Dentro de las ayudas para el fomento del autoempleo, dentro del Plan Regional de Empleo, subvención de estudios de viabilidad de asesoramiento que faciliten el empleo autonómico (RESOLUCIÓN de 17 de diciembre de 2004).

*Fomento de los nuevos yacimientos de empleo a través de fórmulas de autoempleo y del autoempleo de mujeres en profesiones u ocupaciones con menor índice de empleo femenino (para acciones que hayan tenido lugar con anterioridad al 31 de diciembre de 2005):* Programa I de las ayudas para fomentar el autoempleo en sectores de Nuevos Yacimientos de Empleo, el autoempleo de mujeres en profesiones u ocupaciones con menor índice de empleo femenino y la contratación del primer trabajador por parte de autónomos o profesionales que carezcan de trabajadores por cuenta ajena (RESOLUCIÓN de 23 de marzo de 2006).

*Fomento de la contratación del primer trabajador (para acciones que hayan tenido lugar con anterioridad al 31 de diciembre de 2005):* Programa II de las ayudas para fomentar el autoempleo en sectores de Nuevos Yacimientos de Empleo, el autoempleo de mujeres en profesiones u ocupaciones con menor índice de empleo femenino y la contratación del primer trabajador por parte de autónomos o profesionales que carezcan de trabajadores por cuenta ajena (RESOLUCIÓN de 23 de marzo de 2006).

*Conciliación de la vida laboral con la familiar de las trabajadoras que se establecen por cuenta propia:* Programa II de las subvenciones en los programas de fomento de empleo dirigidos a facilitar la conciliación de vida laboral con la familiar (RESOLUCIÓN de 1 de marzo de 2006).

*Fomento del empleo estable de jóvenes desempleados menores de veinticinco años y de mujeres desempleadas de 25 o más años:*

Programa I de las subvenciones en los programas de fomento de empleo estable para jóvenes, mujeres y colectivos que presentan especiales dificultades de acceso al mercado de trabajo (RESOLUCIÓN de 3 de marzo de 2006).

*Fomento del empleo estable de colectivos que presentan dificultades de acceso al mercado laboral:* Programa II de las subvenciones en los programas de fomento de empleo estable para jóvenes, mujeres y colectivos que presentan especiales dificultades de acceso al mercado de trabajo (RESOLUCIÓN de 3 de marzo de 2006).

*Fomento de la contratación por sustitución de horas extraordinarias:* Programa I de las subvenciones dirigidas a promover nuevas contrataciones por organización del tiempo de trabajo (RESOLUCIÓN de 23 de marzo de 2006).

*Fomento de la contratación por la reordenación de la jornada:* Programa II de las subvenciones dirigidas a promover nuevas contrataciones por organización del tiempo de trabajo (RESOLUCIÓN de 23 de marzo de 2006).

*Fomento del autoempleo en los sectores considerados como nuevos yacimientos de empleo y del autoempleo de mujeres en profesiones u ocupaciones con menor índice de empleo femenino:* Programa I de las subvenciones, con la modalidad opcional de cobro a través de entidades financieras con subsidiación de intereses, relativas al fomento del autoempleo en sectores de Nuevos Yacimientos de Empleo, fomento de autoempleo de mujeres en profesiones u ocupaciones con menor índice de empleo femenino y de la contratación del primer trabajador por parte de autónomos o profesionales que carezcan de trabajadores por cuenta ajena (RESOLUCIÓN de 31 de marzo de 2006).

*Fomento de la contratación del primer trabajador:* Programa II de las subvenciones, con la modalidad opcional de cobro a través de entidades financieras con subsidiación de intereses, relativas al fomento del autoempleo en sectores de Nuevos Yacimientos de Empleo, fomento de autoempleo de mujeres en profesiones u ocupaciones con menor índice de empleo femenino y de la contratación del primer trabajador por parte de autónomos o profesionales que carezcan de trabajadores por cuenta ajena (RESOLUCIÓN de 31 de marzo de 2006).

*Contratación indefinida de Técnicos en Prevención de Riesgos Laborales* (RESOLUCIÓN de 1 de marzo de 2006).

*Fomento de la realización de contratos formativos* (RESOLUCIÓN de 1 de marzo de 2006).

*Contratación indefinida y transformación en indefinidos de contratos de trabajadores discapacitados:* Programa I del fomento de la contratación indefinida de trabajadores con discapacidad y adaptación de sus puestos de trabajo o dotación de medios de protección personal (RESOLUCIÓN de 17 de diciembre de 2004).

*Adaptación del puesto de trabajo o dotación de medios de protección personal:* Programa II del fomento de la contratación indefinida de trabajadores con discapacidad y adaptación de sus puestos de trabajo o dotación de medios de protección personal (RESOLUCIÓN de 17 de diciembre de 2004).

*Fomento de la contratación, en régimen de interinidad, para sustituir a trabajadores en los supuestos de riesgo durante el embarazo, descanso por maternidad, adopción, acogimiento, excedencia por cuidado de hijos o familiares o reducción de jornada para cui-*

*datos de hijos o familiares. Autónomos, socios trabajadores o socios de trabajo de sociedades cooperativas en riesgo durante el embarazo, descanso por maternidad, adopción o acogimiento:* Programa I de las subvenciones de los programas de fomento del empleo dirigidos a facilitar la conciliación de vida laboral con la familiar (RESOLUCIÓN de 1 de marzo de 2006).

*Transformación de contratos formativos en indefinidos* (RESOLUCIÓN de 1 de marzo de 2006).

*Reordenación del empleo en el sector de la ayuda a domicilio de Castilla y León:* Subvenciones contenidas en el Plan Regional de Empleo de Castilla y León dirigidas a las empresas que prestan el servicio de ayuda a domicilio en la Comunidad de Castilla y León y que acuerden un incremento de la jornada de sus trabajadores, al menos hasta el 50% de la jornada pactada en el Convenio Colectivo Regional de Castilla y León para la actividad de ayuda a domicilio (RESOLUCIÓN de 23 de marzo de 2006).

*Contratación de trabajadores que hayan perdido su empleo por reestructuración o crisis de empresas* (RESOLUCIÓN de 1 de marzo de 2006).

## **CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

---

### **Centro de información: D.G. de la Juventud**

*Ayudas a jóvenes directores y dramaturgos para el montaje y producción de obras o espectáculos en el campo de las Artes Escénicas* (ORDEN FAM/110/2006, de 3 de febrero).

*Ayudas a jóvenes realizadores* (ORDEN FAM/111/2006, de 3 de febrero).

*Ayudas a jóvenes destinadas a la realización de estudios o actividades en el campo de las artes* (ORDEN FAM/109/2006, de 3 de febrero).

**Centro de información: D.G. de la Mujer**

*Fomento del ascenso profesional de la mujer en Castilla y León* (ORDEN FAM/16/2006, de 10 de enero).

*Fomento de la inserción sociolaboral de mujeres víctimas de violencia de género, dentro de las actuaciones que se incluyen en el Plan Dike* (ORDEN FAM/19/2006, de 10 de enero).

## FINANCIACIÓN Y BENEFICIOS FISCALES

### CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO

---

**Centro de información:** *Agencia de Inversiones y Servicios (ADE)*

*FON@DE: préstamos avalados:* Varias líneas de actuación:

- Línea genérica de financiación a pymes de los sectores de Turismo, Industria, Servicios y Comercio.
- Líneas específicas de financiación: Municipios mineros, Territorios declarados menos desarrollados, Jóvenes emprendedores, Empresas familiares, Mujeres empresarias y Empresas innovadoras de base tecnológica.

*CAPITAL-SEMILLA:* Mecanismo de financiación que tiene como objetivo principal facilitar la creación de pymes y micropymes, mediante la participación en el capital o a través de la concesión de préstamos participativos, estando orientada esta medida principalmente a jóvenes emprendedores y a proyectos innovadores.

*Red de Business Angels:* Alternativa de financiación consistente en la puesta en contacto de inversores individuales o Business Angels con capacidad y voluntad para invertir en proyectos innovadores con emprendedores que cuentan con estos proyectos pero que carecen de la financiación y/o los conocimientos necesarios para llevarlos a cabo.

**Centro de información: D.G. de Energía y Minas**

*FONER: programa de préstamos avalados gestionado por IBERAVAL, para el fomento de las energías renovables y el ahorro energético:* Se financian inversiones en inmovilizado nuevo (adquisición de instalaciones productoras de energías renovables) que se inicien entre el 1 de enero de 2005 y el 31 de diciembre de 2007.

**CONSEJERÍA DE HACIENDA**

---

*Beneficios de carácter fiscal: deducción propia de la Comunidad de Castilla y León en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas:* Título I: Normas tributarias; Capítulo I: Del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Artículo 6. Deducciones para el fomento del autoempleo de las mujeres y los jóvenes (desde el 1 de enero de 2006) (Ley estatal 13/2005, de 27 de diciembre).

**Centro de información: Servicio de Planificación y Coordinación de la Gestión del Tesoro (Sección de Gestión Financiera de los Recursos del Tesoro)**

*Convenio con Entidades Financieras para el anticipo y descuento de certificaciones de obra emitidas por la Comunidad Autónoma (CONVENIO de 27 de noviembre de 1996).*

**CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE**

---

**Centro de información: *D.G. del Medio Natural***

*Prima compensatoria:* Línea de ayudas dentro de las subvenciones destinadas a la forestación de tierras agrícolas (ORDEN MAM/1791/2005, de 30 de diciembre).

## **FORMACIÓN Y AYUDAS A LA FORMACIÓN**

### **CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA**

---

**Centro de información:** *D.G. de Industrialización y Modernización (Servicio de Formación Agraria e Iniciativas)*

*Cursos de incorporación a la empresa agraria:* Curso por el que se obtiene la capacitación profesional agraria adecuada para instalarse como empresario y modernizar la explotación. Si no se tiene otro tipo de capacitación agraria, dicha capacitación es imprescindible para optar a las ayudas del Servicio de Modernización de Explotaciones.

*Cursos de Formación Agraria y Agroalimentaria:* Impartidos por las Secciones de Asistencia Técnica Agraria (SATAS).

### **CONSEJERÍA DE CULTURA Y TURISMO**

---

**Centro de información:** *D.G. de Promoción e Instituciones Culturales (Servicio Promoción Cultural)*

*Talleres de formación:* Financiados a través de INTERREG III A y la Consejería de Cultura y Turismo, están previstos tres talleres con los siguientes objetivos:

- a) Apoyar la formación para conseguir que en un futuro el taller se establezca como una cooperativa privada sin necesidad de apoyo público.
- b) Conseguir la inserción de la mujer rural en el mercado laboral.

**Centro de información: D.G. de Turismo**

*Cursos de formación para el sector turístico:*

- Lote I: Cocina y Repostería.
- Lote II: Cocina Temática.
- Lote III: Servicio.
- Lote IV: Idiomas.
- Lote V: Gestión de Empresas Turísticas.
- Lote VI: Formación Específica.
- Lote VII: Formación a Distancia.

**CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO**

---

**Centro de información: Agencia de Inversiones y Servicios (ADE)**

*Curso de Creación de Empresas:* Dentro del Programa de Creación de Empresas, año 2004.

*Programa de Becas:* Dirigido a Empresas y Centros Tecnológicos que cumplen los requisitos de cada línea y a Titulados universitarios y de F.P. empadronados en Castilla y León, su OBJETO es

ayudar a las empresas a desarrollarse en las áreas de proyectos de I+D+i e internacionalización a la vez que proporcionar a los titulados una formación práctica de calidad, bajo la tutela de las empresas y Centros Tecnológicos:

- A) Becas I+D+i.
- B) Becas Internacionales.

(Proyectos: BOCyL 236 de 9 de diciembre de 2005 y BOCyL 50 de 13 de marzo de 2006).

(Becas: BOCyL 67 de 4 de abril de 2006).

*La estrategia y la gestión basadas en el Modelo EFQM de Excelencia:* Dentro del Plan de Excelencia de Castilla y León.

### **Centro de información: D.G. Trabajo y Prevención de Riesgos Laborales**

*Programa de Formación en Seguridad y Salud Laboral:* Cursos, jornadas divulgativas y jornadas técnicas.

*Subvenciones para formación en materia de seguridad y salud laboral:* Destinadas a la formación de trabajadores, empresarios, autónomos, mandos intermedios y delegados de prevención (ORDEN EYE/1682/2005, de 19 de diciembre).

*Acciones formativas en materia de prevención de riesgos laborales:* Programa I de las subvenciones destinadas a la formación en materia de prevención de riesgos laborales y para el desarrollo de medidas que tengan por objeto la seguridad y salud laboral (ORDEN EYE/1684/2005, de 19 de diciembre).

*Acciones de desarrollo de medidas que tengan por objeto la seguridad y salud laboral:* Programa II, cuyo objetivo es la financiación de acciones de desarrollo de medidas que tengan por objeto la seguridad y salud laboral y que mejoren las condiciones de trabajo en sectores concretos de actividad económica de Castilla y León (ORDEN EYE/1684/2005, de 19 de diciembre).

**Centro de información: ECYL**

*Formación profesional ocupacional:* Programa I de las subvenciones en los Programas de Formación Profesional Ocupacional incluidos en el Programa Operativo de Castilla y León (RESOLUCIÓN de 22 de diciembre de 2005).

*Programa de medidas complementarias, de acompañamiento y mejora de la formación profesional ocupacional:* Programa IV de las subvenciones en los Programas de Formación Profesional Ocupacional incluidos en el Programa Operativo de Castilla y León (RESOLUCIÓN de 22 de diciembre de 2005).

**Centro de información: Ente Regional de la Energía (EREN)**

*Cursos de formación, jornadas y seminarios de carácter innovador y de actualidad, dirigidos a implantar técnicas más eficientes e innovadoras de utilización de la energía:* Tratan temas como la cogeneración, la energía y el medio ambiente: energías renovables, el uso eficaz de la energía en todos los sectores de actividad, la optimización y tarificación eléctrica, certificación energética en edificios, etc.

## CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

---

### **Centro de información: D.G. de la Juventud**

*Programa de Formación de la Escuela de Formación Juvenil de Castilla y León.*

### **Centro de información: D.G. de la Mujer**

*CONNECT@DAS, formación en nuevas tecnologías:* Cursos de formación que fomentan el conocimiento y la utilización de las Nuevas Tecnologías entre las mujeres de las zonas rurales de Castilla y León, considerando estos nuevos recursos como una vía para la promoción de la igualdad y la inserción profesional de la mujer.

## CONSEJERÍA DE FOMENTO

---

### **Centro de información: D.G. de Telecomunicaciones**

*Programa Inici@te, formación en nuevas tecnologías:* Formación en Nuevas Tecnologías y uso inteligente de Internet a los ciudadanos, especialmente a los que tienen mayor riesgo de exclusión digital. Se imparten cursos básicos de introducción a Internet, técnicas de búsqueda de empleo, cursos de ofimática, etc., a través de la Red de Cybercentros.

## CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE

---

### **Centro de información: D.G. del Medio Natural**

*Formación Profesional ocupacional en el sector Medioambiental (ORDEN MAM/606/2005, de 6 de mayo).*

## INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO

### CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO

---

#### **Centro de información: *Agencia de Inversiones y Servicios (ADE)***

*Teléfono del emprendedor: 902 33 22 44.*

*Página web <[www.ceical.es](http://www.ceical.es)>: Información sobre: Creación de empresas, Centros de empresas, Información y servicios a empresas.*

*Página web <[www.emprendiendo.com](http://www.emprendiendo.com)>: Se ofrecen servicios y contenidos online dirigidos a fomentar la creación de empresas y las iniciativas empresariales.*

*Página web <[www.redpyme.net](http://www.redpyme.net)>: Centro global de servicios, dirigido a las empresas. Ofrece un servicio de información a través de portales con contenidos de carácter empresarial y sectorial, complementado por un servicio de asistencia empresarial de gestión y atención de consultas especializadas y personalizadas, realizadas a través del propio sistema on-line, de un teléfono gratuito de información y de una red presencial de agentes.*

*Página web <www.compralia.com>*: Centro virtual de negocios de Castilla y León, con información sobre comercio electrónico (curso básico y avanzado), y construcción de tu propia tienda virtual.

*Página web <www.ceeambiente.com>*: Servicio de Información Medioambiental consistente en un espacio virtual que pretende dar una completa información sobre el papel del medio ambiente en la actividad industrial, tanto desde un punto de vista de la legislación y trámites administrativos aplicables como desde un punto de vista técnico.

*PAIT, Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación Sociedades Limitadas Nueva Empresa (SLNE)*: Se informa sobre:

- Las características de la SLNE.
- Las ayudas públicas a la creación de empresas.
- Los regímenes de Seguridad Social aplicables al proyecto.
- Temas de interés (financiación, fiscalidad, etc.).

*Herramientas para realizar un profundo análisis previo del perfil del emprendedor, así como de la idoneidad y grado de madurez de la idea empresarial:*

- Emprendiendo® Evaluación Preliminar (análisis de la idea empresarial mediante la valoración de determinadas variables).
- Emprendiendo® Perfil (evaluación del perfil del emprendedor a través de una serie de test de razonamiento verbal, numérico, abstracto y test de personalidad, así como entrevista personal con el potencial emprendedor).
- Emprendiendo® Curriculum Vital (apoyo a la edición del curriculum del emprendedor para el análisis de su formación y experiencia).

*Información y Asesoramiento sobre internacionalización:* Se informa a través de:

- Consultas.
- Boletín de noticias.
- Revista *Castilla y León Exporta*.

**Centro de información: D.G. de Trabajo y Prevención de Riesgos Laborales**

*Página web* <[www.prevencioncastillayleon.com](http://www.prevencioncastillayleon.com)>: Se puede encontrar información sobre prevención de riesgos laborales: documentos, normativa, ayudas, herramientas, publicaciones, actividades en curso, noticias y eventos, enlaces de interés, etc.

*Revista «Prevención Castilla y León»:* Se puede encontrar información variada sobre prevención de riesgos laborales: Artículos, actividades realizadas, normativa, etc.

**Centro de información: ECYL**

*Página web* <[www.empleocastillayleon.com](http://www.empleocastillayleon.com)>: Servicio Público de Empleo de Castilla y León.

**Centro de información: Ente Regional de la Energía (EREN)**

*Programas y campañas de asesoramiento de gran difusión para orientar a los usuarios sobre el uso racional de la energía y el aprovechamiento de las energías renovables.*

*Publicaciones para divulgar el ahorro y la eficiencia energética y el aprovechamiento de los recursos energéticos renovables en Castilla y León.*

## CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

---

### **Centro de información: D.G. de la Juventud**

*Actividades de información y orientación laboral para jóvenes en materia de autoempleo:* Dentro del Programa de Apoyo a las políticas de emancipación juvenil, colaboración de la Consejería con las secciones juveniles de las organizaciones sindicales más representativas en la realización de acciones dirigidas a facilitar la emancipación de los jóvenes.

### **Centro de información: D.G. de la Mujer**

*Mentoring:* Jornadas de trabajo para trasladar la experiencia, habilidades y el saber hacer de mujeres empresarias a mujeres emprendedoras.

*Orientación presencial y telefónica sobre la Creación y Gestión de Empresas a través de las oficinas de Red Mujer Empleo:* Asesoramiento en:

- Diseño de planes de empresa.
- Fórmulas jurídicas más adecuadas.
- Legislación aplicable.
- Trámites de constitución.
- Subvenciones y ayudas a la creación de empresas.

- Líneas de financiación.
- Información sobre cursos relacionados con la gestión empresarial.

*Página web <www.redmujer.net>*: Página web de la Red Mujer Empleo, donde se puede encontrar información de interés destinada a mujeres desempleadas, mujeres que desean mejorar en su empleo actual, mujeres con iniciativas empresariales y mujeres empresarias. Dispone de manuales e información sobre autoempleo y cooperación empresarial.

## CONSEJERÍA DE FOMENTO

---

### **Centro de información:** *D.G. de Telecomunicaciones*

*Carpas Iníci@te*: «Divulgación digital», creada para que todo el mundo pueda tocar y divertirse con la tecnología con el objetivo de expandir y divulgar el conocimiento tecnológico.

## CONSEJERÍA DE HACIENDA

---

### **Centro de información:** *Servicio de Ordenación General de Pagos (Sección de Avaes)*

*Información de límites, requisitos y condiciones para la solicitud de avales de la Comunidad* [LEY 2/2006, de 3 de mayo. LEY DE PRESUPUESTOS de cada año (en el ejercicio actual Ley 14/2005, de 27 de diciembre). DECRETO 96/1987, de 24 de abril].

## RECONOCIMIENTOS

### CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO

---

#### **Centro de información: *D.G. de Comercio***

*Premios de Comercio Tradicional de la Comunidad de Castilla y León: VI edición (ORDEN EYE/640/2006, de 22 de marzo).*

#### **Centro de información: *D.G. de Trabajo y Prevención de Riesgos Laborales***

*Premios a la Prevención de Riesgos Laborales (ORDEN EYE/644/2006, de 11 de abril).*

### CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

---

*Premio Joven Empresario: VI edición (ORDEN FAM/1402/2005, de 18 de octubre).*

*Premio Joven Iniciativa Empresarial: III edición (ORDEN FAM/1402/2005, de 18 de octubre).*

**Centro de información: *D.G. de la Mujer***

*Premio «Castilla y León: mujer en la empresa»:* Cuatro modalidades (ORDEN FAM/708/2006, de 25 de abril).

**CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN**

---

*Premio «Campus Emprende»:* Dirigido a alumnos universitarios de Castilla y León.

**Centro de información: *D.G. de Planificación y Ordenación Educativa***

*Premio «Vitamina E»: Educar para emprender:* I edición. Dirigido a profesores y alumnos de la comunidad educativa (Primaria, Secundaria y Bachillerato).

**Centro de información: *D.G. de Formación Profesional***

*Premio «Aprende a Emprender»:* I edición. Dirigido a alumnos de Formación Profesional.

**CONSEJERÍA DE FOMENTO**

---

**Centro de información: *D.G. de Telecomunicaciones***

*Premio Internet 2005 Empresa:* Tiene como finalidad destacar a las empresas con domicilio social en Castilla y León que mejor hayan utilizado las técnicas de la sociedad de la información en el desarrollo estratégico de su negocio (ORDEN FOM/748/2005, de 3 de junio).

## **SENSIBILIZACIÓN**

### **CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO**

---

#### **Centro de información: *Agencia de Inversiones y Servicios (ADE)***

*Foros para potenciar el autoempleo y el asociacionismo en el medio rural:* Realización de diferentes jornadas de divulgación y encuentros en localidades de la comunidad autónoma que por su situación geográfica pueden tener más posibilidades de generar empleo y también mayores dificultades de acceso a la información, con la finalidad de potenciar el establecimiento de las diversas formas de economía social en el medio rural a través de la información y las experiencias realizadas en ésta y otras comunidades.

*Día del Emprendedor:* Valladolid, mayo de 2006.

#### **Centro de información: *D.G. de Economía Social***

*Jornadas, foros y talleres de sensibilización a iniciativas empresariales de autoempleo:* Con el objeto de promover la generación

de proyectos empresariales en la zona geográfica donde se desarrollan las jornadas, foros o talleres, informando sobre el autoempleo como una alternativa de inserción laboral.

**Centro de información: *D.G. de Trabajo y Prevención de Riesgos Laborales***

*Congreso Regional de Prevención de Riesgos Laborales de Castilla y León:* Orientado a profesionales de empresas, técnicos de prevención, responsables de servicios de prevención y mutuas de trabajo, directivos y técnicos de organización, así como trabajadores en general.

Año 2006: Segundo Congreso, Ávila, del 8 al 10 de noviembre.

**Centro de información: *ECYL***

*Feria Labora:* Valladolid, mayo de 2006. Celebración bianual.

**CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN**

---

**Centro de información: *D.G. de Formación Profesional e Innovación Educativa***

*Feria Labora:* Valladolid, mayo de 2006. Celebración bianual.

**ANEXO**

**DIRECCIONES DE INTERÉS**



Este Anexo recoge las direcciones y formas de contacto de todos aquellos organismos o centros administrativos a los que puede ser necesario recurrir para cumplimentar algún trámite o iniciar un expediente.

Las diferentes Administraciones Públicas ponen a disposición de los ciudadanos servicios de información que orientarán a los interesados sobre la forma y el orden de resolución de cada uno de los actos de obligado cumplimiento, y recurrir a ellos es la forma más sencilla de tener una guía personalizada cuando se ha abierto un procedimiento administrativo.

## **JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN**

[www.jcyl.es](http://www.jcyl.es)

### **CONSEJERÍAS**

#### **CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y ADMINISTRACIÓN TERRITORIAL**

Santiago Alba, 1. 47008 Valladolid  
Teléfono: 983 411 100

#### **CONSEJERÍA DE HACIENDA**

José Cantalapiedra, 2. 47014 Valladolid  
Teléfono: 983 414 000. Fax: 983 414 040

#### **CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO**

Jesús Rivero Meneses, 3.  
47014 Valladolid  
Teléfono: 983 414 100. Fax: 983 411 395

#### **CONSEJERÍA DE FOMENTO**

Rigoberto Cortejoso, 14.  
47014 Valladolid  
Teléfono: 983 419 000. Fax: 983 419 999

#### **CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA**

Rigoberto Cortejoso, 14.  
47014 Valladolid  
Teléfono: 983 419 500. Fax: 983 419 897

**CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE**

Rigoberto Cortejoso, 14.  
47014 Valladolid  
Teléfono: 983 419 988. Fax: 983 419 966

**CONSEJERÍA DE SANIDAD**

Paseo de Zorrilla, 1. 47007 Valladolid  
Teléfono: 983 413 600. Fax: 983 413 661

**CONSEJERÍA DE FAMILIA  
E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

Paseo de Filipinos, 1. 47007 Valladolid  
Teléfono: 983 410 900. Fax: 983 410 988

**CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN**

Monasterio de Ntra. Sra. de Prado  
Autovía Puente Colgante, s/n.  
47071 Valladolid  
Teléfono: 983 411 500. Fax: 983 411 565

**CONSEJERÍA DE CULTURA Y TURISMO**

Monasterio de Ntra. Sra. de Prado  
Autovía Puente Colgante, s/n.  
47071 Valladolid  
Teléfono: 983 411 800. Fax: 983 411 565

**DELEGACIONES TERRITORIALES****ÁVILA**

Pasaje del Císter, 1. 05001 Ávila  
Teléfono: 920 355 000. Fax: 920 355 065

**BURGOS**

Pza. de Bilbao, 3. 09006 Burgos  
Teléfonos: 947 281 528/947 281 529  
Fax: 947 226 937

**LEÓN**

Edif. Usos Administrativos  
Avda. Peregrinos, s/n. 24008 León  
Teléfono: 987 296 103. Fax: 987 296 494

**PALENCIA**

Avda. Casado del Alisal, 27.  
34001 Palencia  
Teléfono: 979 715 502. Fax: 979 715 537

**SALAMANCA**

Pza. de la Constitución, 1.  
37001 Salamanca  
Teléfonos: 923 296 001/923 296 002  
Fax: 923 296 004

**SEGOVIA**

Pza. de los Espejos, 1. 40001 Segovia  
Teléfono: 921 417 374. Fax: 921 417 323

**SORIA**

Pza. Mariano Granados, 1. 42002 Soria  
Teléfono: 975 224 415. Fax: 975 221 324

**VALLADOLID**

Duque de la Victoria, 5.  
47001 Valladolid  
Centralita: 983 414 262  
Teléfono: 983 414 260. Fax: 983 414 638

**ZAMORA**

Leopoldo Alas «Clarín», 4.  
49018 Zamora  
Centralita: 980 559 600  
Teléfono: 980 559 601. Fax: 980 519 699

**ADMINISTRACIÓN INSTITUCIONAL**

**GERENCIA REGIONAL DE SALUD**

Paseo de Zorrilla, 1. 47007 Valladolid  
Teléfono: 983 413 600. Fax: 983 413 928

**GERENCIA DE SERVICIOS SOCIALES**

Francisco Suárez, 2. 47006 Valladolid  
Teléfono: 983 413 600. Fax: 983 413 964

**SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO  
DE CASTILLA Y LEÓN (ECYL)**

Paseo del Arco de Ladrillo, 68.  
47008 Valladolid  
Teléfono: 983 410 702. Fax: 983 410 191  
www.empleocastillayleon.com

**GERENCIAS PROVINCIALES DEL ECYL**

*ÁVILA*

Segovia, 25. 05005 Ávila  
Teléfono: 920 355 915. Fax: 920 355 933

*BURGOS*

Avenida Reyes Católicos, 21, bajo.  
09005 Burgos  
Teléfono: 947 244 280. Fax: 947 229 130

*LEÓN*

Avenida Reyes Leoneses, 14, 1.ª planta  
(Edificio Europa). 24008 León  
Teléfono: 987 297 800. Fax: 987 297 801

*PALENCIA*

Doctor Cajal, 4, bajo.  
34001 Palencia  
Teléfono: 979 715 470. Fax: 979 724 203

*SALAMANCA*

Hilario Goyenechea, 2, 40.  
37008 Salamanca  
Teléfono: 923 216 709. Fax: 923 272 360

*SEGOVIA*

Plaza de la Merced, 12. 40003 Segovia  
Teléfono: 921 417 784. Fax: 921 417 447

*SORIA*

Paseo del Espolón, 10. 42001 Soria  
Teléfono: 975 239 480. Fax: 975 239 482

*VALLADOLID*

María de Molina, 7, 5.ª planta.  
47001 Valladolid  
Teléfono: 983 218 590. Fax: 983 218 600

*ZAMORA*

Avenida de Requejo, 4, 2.ª y 3.ª planta.  
49012 Zamora  
Teléfono: 980 557 444. Fax: 980 536 027

**AGENCIA DE INVERSIONES Y SERVICIOS  
DE CASTILLA Y LEÓN (ADE)**

Duque de la Victoria, 23.  
47001 Valladolid

Teléfono: 983 411 420. Fax: 983 411 010  
 E-mail: direccionade@jcy.es  
 www.jcy.es/ade  
 www.redpyme.net

GERENCIAS PROVINCIALES DE LA ADE

ÁVILA

Segovia, 25. 05005 Ávila  
 Teléfono: 920 257 340. Fax: 920 257 372  
 E-mail: ade-avila@jcy.es

BURGOS

General Sanjurjo, 35, bajo.  
 09003 Burgos  
 Teléfono: 947 275 174. Fax: 947 275 081  
 E-mail: ade-burgos@jcy.es

LEÓN

Avenida Reyes Leoneses 14, 3.º M  
 (Edificio Europa). 24008 León  
 Teléfono: 987 272 304. Fax: 987 227 150  
 E-mail: ade-leon@jcy.es

PALENCIA

Mayor, 11. 34001 Palencia  
 Teléfono: 979 751 388. Fax: 979 752 100  
 E-mail: ade-palencia@jcy.es

SALAMANCA

Avenida Mirat, 12-16. 37005 Salamanca  
 Teléfono: 923 251 700. Fax: 923 253 301  
 E-mail: ade-salamanca@jcy.es

SEGOVIA

Gobernador Fernández Jiménez, 6.  
 40002 Segovia  
 Teléfono: 921 443 858. Fax: 923 253 301  
 E-mail: ade-segovia@jcy.es

VALLADOLID

Claudio Moyano, 13.  
 47001 Valladolid  
 Teléfono: 983 214 358. Fax: 983 214 367  
 E-mail: ade-valladolid@jcy.es

ZAMORA

Leopoldo Alas «Clarín», 4, planta baja.  
 49018 Zamora  
 Teléfono: 980 670 117. Fax: 980 670 165  
 E-mail: ade-zamora@jcy.es

**ENTE PÚBLICO REGIONAL  
 DE LA ENERGÍA DE CASTILLA Y LEÓN  
 (EREN)**

Avenida Reyes Leoneses, 11.  
 Edificio EREN. 24008 León  
 Teléfono: 987 849 393. Fax: 987 849 390  
 E-mail: eren@jcy.es  
 www.jcy.es/jcyl-client/jcyl/cee/eren

**INSTITUTO TECNOLÓGICO AGRARIO  
 DE CASTILLA Y LEÓN (ITA)**

Finca Zamadueñas.  
 Ctra. de Burgos, km 119.  
 47071 Valladolid  
 Teléfono: 983 411 234. Fax: 983 412 040  
 www.itacy.es

**EMPRESAS PÚBLICAS  
Y PARTICIPADAS**

**APPACALE. AGRUPACIÓN  
DE PRODUCTORES DE PATATA  
DE SIEMBRA DE CASTILLA Y LEÓN**

Polígono Industrial Villalonquéjar  
Valle de Mena, 13. 09001 Burgos  
Teléfono: 947 298 102. Fax: 947 298 411  
[www.appacale.com](http://www.appacale.com)

**GESTURCAL, S.A.  
GESTIÓN URBANÍSTICA  
DE CASTILLA Y LEÓN, S.A.**

Constitución, 8, 3.º izda.  
47001 Valladolid  
Teléfono: 983 218 486. Fax: 983 218 487

**GICAL, S.A.  
GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURAS  
DE CASTILLA Y LEÓN, S.A.**

Juan de Juni, 1, 7.º 47006 Valladolid  
Teléfono: 983 376 268. Fax: 983 376 326  
[www.gical.es](http://www.gical.es)

**PARQUES TECNOLÓGICOS  
DE CASTILLA Y LEÓN, S.A.**

Parque Tecnológico de Boecillo  
Parcela 208. Edificio de Usos Comunes  
47151 Boecillo (Valladolid)  
Teléfono: 983 548 045. Fax: 983 548 076  
[www.jcyl.es/ptb](http://www.jcyl.es/ptb)

**SOTUR, S.A.  
SOCIEDAD PARA LA PROMOCIÓN DEL  
TURISMO DE CASTILLA Y LEÓN, S.A.**

Juan II de Castilla, 4. 47009 Valladolid  
Teléfono: 983 360 556. Fax: 983 350 205  
[www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com)

**CEICAL, S.A.  
CENTRO DE EMPRESAS E INNOVACIÓN  
DE CASTILLA Y LEÓN, S.A.**

Parque Tecnológico de Boecillo  
Edificio CEI, parcelas 137-142  
47151 Boecillo (Valladolid)  
Teléfono: 983 548 015. Fax: 983 548 057

Polígono Industrial de León  
Parcela G-8. 24231 Onzonilla (León)  
Teléfono: 987 257 000. Fax: 987 257 090  
[www.ceical.com](http://www.ceical.com)  
[www.emprendiendo.com](http://www.emprendiendo.com)  
[www.ceeiprevencion.com](http://www.ceeiprevencion.com)  
[www.ceeinforma.com](http://www.ceeinforma.com)  
[www.ceeieuropa.com](http://www.ceeieuropa.com)  
[www.ceeambiente.com](http://www.ceeambiente.com)  
[www.redpyme.net](http://www.redpyme.net)  
[www.futurinnova.com](http://www.futurinnova.com)  
[www.aprendeaemprender.com](http://www.aprendeaemprender.com)  
[www.campusemprende.com](http://www.campusemprende.com)

**EXCAL, S.A.  
EXPORTACIONES DE CASTILLA  
Y LEÓN, S.A.**

Recondo, s/n. Estación Campo Grande.  
47007 Valladolid  
Teléfono: 983 293 966. Fax: 983 217 292  
[www.excal.es](http://www.excal.es)

**IBERAVAL, S.G.R.**

Estación, 13. 47004 Valladolid.  
Teléfono: 983 217 753. Fax: 983 217 754  
www.iberaval.es

**SIEMCAL, S.A.**

**SOCIEDAD DE INVESTIGACIÓN  
Y EXPLOTACIÓN MINERA  
DE CASTILLA Y LEÓN, S.A.**

Incas, 5. 47008 Valladolid  
Teléfono: 983 475 554. Fax: 983 478 063

**SODICAL, S.A.**

**SOCIEDAD PARA EL DESARROLLO  
INDUSTRIAL DE CASTILLA Y LEÓN, S.A.**

Doctrinos, 6, 4.º 47001 Valladolid.  
Tel.: 983 343 811. Fax: 983 330 702  
www.sodical.es

**AGENCIA ESTATAL  
DE ADMINISTRACIÓN  
TRIBUTARIA (AEAT)**

www.aeat.es

**ÁVILA · 05**

Madre Soledad, 1. 05001 Ávila  
Teléfono: 920 352 640

**BURGOS · 09**

Vitoria, 39. 09004 Burgos  
Teléfono: 947 256 800

**LEÓN · 24**

Gran Vía de San Marcos, 18.  
24071 León  
Teléfono: 987 876 239

**PALENCIA · 34**

Plazuela de la Sal, 1. 34071 Palencia  
Teléfono: 979 706 637

**SALAMANCA · 37**

Rector Lucena, 12-18.  
37002 Salamanca  
Teléfono: 923 280 821

**SEGOVIA · 40**

Colón, 4. 40001 Segovia  
Teléfono: 921 466 620

**SORIA · 42**

Caballeros, 19. 42003 Soria  
Teléfono: 975 233 852

**VALLADOLID · 49**

Plaza de Madrid, 5. 47001 Valladolid  
Teléfono: 983 213 550

**ZAMORA · 49**

Plaza Castilla y León, 1. 49002 Zamora  
Teléfono: 980 509 301

**DELEGACIONES DEL INSS**

www.seg-social.es

**ÁVILA**

*CENTRO DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN URBANO*

*Núm. 1*

Claudio Sánchez Albornoz, 4.  
05001 Ávila

Teléfonos: 920 252 400 / 920 252 546  
Fax: 920 253 193

**CENTRO DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN COMARCAL**

*Núm. 1*

Puerto del Pico, 3.  
05400 Arenas de San Pedro (Ávila)  
Teléfono: 920 370 060. Fax: 920 372 389

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*

Avenida Portugal, 4. 05001 Ávila  
Teléfonos: 920 206 000. Fax: 920 206 026  
920 206 029  
920 206 030

*Tesorería General de la Seguridad Social*

Avenida de Portugal, 4. 05001 Ávila  
Teléfono: 920 206 000. Fax: 920 206 031

**BURGOS**

**CENTROS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN**

*Núm. 1*

Federico Martínez Varea, 25-27.  
09006 Burgos  
Teléfono: 947 245 186. Fax: 947 245 187  
E-mail:  
burgos.administracion1@tgss.seg-social.es

*Núm. 2*

Condado de Treviño, 29.  
09200 Miranda de Ebro (Burgos)  
Teléfono: 947 347 406. Fax: 947 347 466  
E-mail:  
burgos.administracion2@tgss.seg-social.es

*Núm. 3*

Barrio Nuevo, 30.  
09400 Aranda de Duero (Burgos)  
Teléfono: 947 511 637. Fax: 947 507 487  
E-mail:  
burgos.administracion3@tgss.seg-social.es  
Observaciones: Integrada con el INSS

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN URBANOS**

*Núm. 1*

Avenida Eladio Perlado, 12.  
09007 Burgos  
Teléfono: 947 244 545. Fax: 947 231 368

*Núm. 2*

Avenida del Vena, 11. 09005 Burgos  
Teléfono: 947 244 546. Fax: 947 242 137

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN COMARCALES**

*Núm. 1*

Barrio Nuevo, 30.  
09400 Aranda de Duero (Burgos)  
Teléfono: 947 500 113. Fax: 947 507 487  
Observaciones: Integrada con la TGSS

*Núm. 2*

Avenida de la Ronda, 16.  
09500 Medina de Pomar (Burgos)  
Teléfono: 947 190 701. Fax: 947 147 450

*Núm. 3*

C/ Condado de Treviño, 9.  
09200 Miranda de Ebro (Burgos)  
Teléfono: 947 311 712. Fax: 947 331 394

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*  
Trinidad, 4-6. 09003 Burgos  
Teléfono: 947 256 000. Fax: 947 260 834

*Tesorería General de la Seguridad Social*  
Andrés Martínez Zatorre, 15-17.  
09002 Burgos  
Teléfono: 947 259 200. Fax: 947 259 212  
E-mail: burgos.direccionprovincial@tgss.  
seg-social.es

**LEÓN**

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN URBANOS**

*Núm. 1*  
Avenida de la Facultad, 1.  
24004 León  
Teléfono: 987 218 737. Fax: 987 219 144

*Núm. 2*  
Luis S. Carmona, 11 bajo.  
24002 León  
Teléfono: 987 876 690. Fax: 987 876 691

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN COMARCALES**

*Núm. 1*  
Alcalde Carro Verdejo, 11.  
24700 Astorga (León)  
Teléfono: 987 616 223. Fax: 987 616 223

*Núm. 2*  
Doctor Palanca, 18.  
24750 La Bañeza (León)  
Teléfono: 987 641 198. Fax: 987 641 198

*Núm. 3*  
Batalla de Lepanto, 9.  
24800 Cistierna (León)  
Teléfono: 987 701 036. Fax: 987 701 036

*Núm. 4*  
General Gómez Núñez, 52.  
24400 Ponferrada (León)  
Teléfono: 987 456 245. Fax: 987 410 177

*Núm. 5*  
Plaza de San Andrés, 1.  
24200 Valencia de Don Juan (León)  
Teléfono: 987 750 098. Fax: 987 750 098

*Núm. 6*  
Omaña, 18.  
24100 Villablino (León)  
Teléfono: 987 480 456. Fax: 987 480 457

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*  
Avenida de la Facultad, 1. 24004 León  
Teléfono: 987 218 737. Fax: 987 219 147

*Tesorería General de la Seguridad Social*  
Cinco de Octubre, núm. 20.  
24002 León  
Teléfono: 987 277 800. Fax: 987 277 868

**PALENCIA**

**CENTROS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN**

*Núm. 1*  
Plaza de los Padres Dominicos, 7-13.  
34005 Palencia  
Teléfono: 979 170 760. Fax: 979 170 766

**CENTROS DE ATENCIÓN**

**E INFORMACIÓN COMARCALES**

San Roque, 10.  
34840 Cervera de Pisuerga (Palencia)  
Teléfono: 979 870 014. Fax: 979 870 768

Avenida de Ronda, 28.  
34800 Aguilar de Campoo (Palencia)  
Teléfono: 979 125 365. Fax: 979 125 161

Santa Bárbara, s/n.  
34880 Guardo (Palencia)  
Teléfono: 979 851 061. Fax: 979 850 956

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

Avenida de la Antigua Florida, 2.  
34001 Palencia  
Teléfonos: 979 168 000 / 979 168 115  
Fax: 979 168 105

**SALAMANCA**

---

**CENTROS DE ATENCIÓN**

**E INFORMACIÓN URBANOS**

*Núm. 1*

Paseo Doctor Torres Villarroel, 14.  
37005 Salamanca  
Teléfono: 923 250 121. Fax: 923 250 328

**CENTROS DE ATENCIÓN**

**E INFORMACIÓN COMARCALES**

*Núm. 1*

Ctra. Salamanca-Cáceres, 24.  
37700 Béjar (Salamanca)  
Teléfono: 923 400 665. Fax: 923 411 602

*Núm. 2*

Avenida Conde de Foxá, 1.  
37500 Ciudad Rodrigo (Salamanca)  
Teléfono: 923 460 351. Fax: 923 480 475

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*

Plaza de los Bandos, 3-4.  
37002 Salamanca  
Teléfono: 923 127 500. Fax: 923 265 936

*Tesorería General de la Seguridad Social*

Plaza de los Bandos, 3-4.  
37002 Salamanca  
Teléfono: 923 127 500. Fax: 923 127 522

**SEGOVIA**

---

**CENTROS DE ATENCIÓN**

**E INFORMACIÓN URBANOS**

*Núm. 1*

Plaza Reina Doña Juana, 1.  
40001 Segovia  
Teléfono: 921 414 400. Fax: 921 414 455

**CENTROS DE ATENCIÓN**

**E INFORMACIÓN COMARCALES**

*Núm. 1*

Nueva, 26. 40200 Cuéllar (Segovia)  
Teléfono/Fax: 921 140 010

*Núm. 2*

Mayor, 31. 40440 Santa María  
la Real de Nieva (Segovia)  
Teléfono: 921 594 030. Fax: 921 594 735

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*

Plaza Reina Doña Juana, 1.  
40001 Segovia  
Teléfono: 921 414 400. Fax: 921 414 455

*Tesorería General de la Seguridad Social*

Plaza Reina Doña Juana, 1.  
40001 Segovia  
Teléfonos: 921 414 400 / 921 414 454  
Fax: 921 414 453

**SORIA**

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN URBANOS**

*Núm. 1*

Venerable Carabantes, 1 bajo.  
42003 Soria  
Teléfono: 975 212 442. Fax: 975 225 970

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN COMARCALES**

*Núm. 1*

Gran Vía, 23-25.  
42200 Almazán (Soria)  
Teléfono: 975 300 077. Fax: 975 300 474

*Núm. 2*

San Agustín, 8. 42300 Burgo  
de Osma-Ciudad de Osma (Soria)  
Teléfono: 975 340 118. Fax: 975 341 054

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*

San Benito, 17. 42001 Soria  
Teléfono: 975 234 500. Fax: 975 234 531

*Tesorería General de la Seguridad Social*

San Benito, 17. 42001 Soria  
Teléfono: 975 234 500. Fax: 975 234 531

**VALLADOLID**

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN**

*Núm. 1*

Gamazo, 5. 47004 Valladolid  
Teléfono: 983 215 600. Fax: 983 215 648

*Núm. 2*

Paseo de Zorrilla, 113-115.  
47008 Valladolid  
Teléfono: 983 456 630. Fax: 983 456 663

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN COMARCALES**

*Núm. 1*

Rey, 1.  
47400 Medina del Campo (Valladolid)  
Teléfono: 983 800 287

*Núm. 2*

Ángel Peralta, 1.  
47800 Medina de Rioseco (Valladolid)  
Teléfono: 983 700 135. Fax: 983 720 556

*Núm. 3*

Mercado, 4.  
47300 Peñafiel (Valladolid)  
Teléfono: 983 880 086. Fax: 983 882 039

*Núm. 4*

Plaza Mayor, 2.  
47100 Tordesillas (Valladolid)  
Teléfono: 983 770 119. Fax: 983 796 234

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*

Gamazo, 5. 47004 Valladolid  
Teléfono: 983 215 600. Fax: 983 215 632

*Tesorería General de la Seguridad Social*

Gamazo, 5. 47004 Valladolid  
Teléfono: 983 215 600. Fax: 983 215 633  
E-mail: Valladolid.direccionprovincial  
@tgss.seg-social.es

**ZAMORA**

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN**

*Núm. 1*

Avenida de Requejo, 27. 49012 Zamora  
Teléfono: 980 559 529. Fax: 980 559 555

**CENTROS DE ATENCIÓN  
E INFORMACIÓN COMARCALES**

*Núm. 1*

La Mota, 16.  
49600 Benavente (Zamora)  
Teléfono: 980 630 214. Fax: 980 634 770

*Núm. 2*

Avenida de Braganza, 6.  
49300 Puebla de Sanabria (Zamora)  
Teléfono: 980 627 018. Fax: 980 627 002

*Núm. 3*

Plaza San Agustín, 29.  
49800 Toro (Zamora)  
Teléfono: 980 690 851. Fax: 980 694 725

**DIRECCIONES PROVINCIALES**

*Instituto Nacional de la Seguridad Social*

Avenida de Requejo, 23. 49012 Zamora  
Teléfono: 980 559 500. Fax: 980 559 555

*Tesorería General de la Seguridad Social*

Avenida de Requejo, 23.  
49012 Zamora  
Teléfono: 980 559 500. Fax: 980 559 555

**DIPUTACIONES PROVINCIALES**

**ÁVILA (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Plaza Corral de las Campanas s/n.  
05001 Ávila  
www.diputacionavila.es

**BURGOS (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Paseo del Espolón, 34. 09003 Burgos  
Teléfono: 947 258 600. Fax: 947 200 750  
www.diputaciondeburgos.es

**LEÓN (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Plaza de San Marcelo, 6. 24002 León  
Teléfono (centralita): 987 292 100  
www.dipuleon.com

**IPELSA**

Avenida República Argentina, 30, 1.  
24004 León  
Teléfonos: 987 258 651 / 987 202 288

**PALENCIA (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Burgos, núm. 1. 34001 Palencia  
Teléfono: 979 715 100  
www.dip-palencia.es

**SALAMANCA (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Felipe Espino, 1. 37002 Salamanca  
Teléfono: 923 293 100  
www.dipsanet.es

**SEGOVIA (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

San Agustín, 23. 40071 Segovia  
Teléfono: 921 113 300  
www.dipsegovia.es

**SORIA (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Caballeros, 17. 42002 Soria  
Teléfono: 975 101 000  
www.dipsoria.com  
E-mail: buzon@dipsoria.es

**VALLADOLID (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Angustias, s/n (Palacio de Pimentel).  
47003 Valladolid  
Teléfono: 983 427 100. Fax: 983 267 919  
www.diputaciondevalladolid.es

**SODEVA**

Avenida Ramón y Cajal, s/n (Edificio  
Hospital Viejo). 47003 Valladolid  
Teléfono: 983 427 100. Fax: 983 427 196  
www.sodeva.es  
E-mail: info@sodeva.es

**ZAMORA (DIPUTACIÓN PROVINCIAL)**

Plaza de Viriato, s/n  
Teléfono: 980 559 300. Fax: 980 533 033  
www.zamoradipu.es

**AYUNTAMIENTOS**

**ÁVILA, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Avenida Zamora, s/n. 05005 Ávila  
Teléfono: 920 257 572  
www.avila.es

**BURGOS, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Plaza Mayor, 1. 09003 Burgos  
Teléfono: 947 288 886  
www.aytoburgos.es

**LEÓN, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Avenida Ordoño II, 10. 24001 León  
Teléfono: 987 895 503  
www.aytoleon.com

**SEGOVIA, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Plaza Mayor, 1. 40001 Segovia  
Teléfono: 921 419 800  
www.segovia.es

**PALENCIA, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Mayor Principal, 7 (Edificio  
Administrativo del Ayuntamiento).  
34001 Palencia  
Teléfonos: 979 718 137 / 979 718 118  
E-mail: informacion@aytopalencia.es  
www.palencia.com/ayuntamiento

**SALAMANCA, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Plaza Mayor, 1. 37002 Salamanca  
Teléfono: 923 279 100. Fax: 923 279 114  
www.aytosalamanca.es

**SORIA, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Plaza Mayor, s/n. 42002 Soria  
Teléfono: 975 234 100. Fax: 975 233 036  
[www.ayto-soria.org](http://www.ayto-soria.org)

**VALLADOLID, EXCMO.  
AYUNTAMIENTO DE**

Plaza Mayor, 1. 47001 Valladolid  
Teléfono: 983 426 100  
[www.ava.es](http://www.ava.es)

**ZAMORA, EXCMO. AYUNTAMIENTO DE**

Plaza Mayor. 49002 Zamora  
Teléfono: 980 548 700. Fax: 980 515 977  
[www.ayto-zamora.org](http://www.ayto-zamora.org)

**ORGANIZACIONES PROFESIONALES**

**CÁMARAS DE COMERCIO  
E INDUSTRIA**

**CONSEJO REGIONAL DE CÁMARAS  
OFICIALES DE COMERCIO E INDUSTRIA  
DE CASTILLA Y LEÓN**

Plaza de San Juan Bautista de la Salle,  
2, entreplanta. 47006 Valladolid  
Teléfono: 983 374 859. Fax: 983 374 969  
E-mail: [cocicyl@cocicyl.es](mailto:cocicyl@cocicyl.es)  
[www.cocicyl.es](http://www.cocicyl.es)

**CONSEJO SUPERIOR  
DE CÁMARAS DE COMERCIO**

Ribera del Loira, 12. 28042 Madrid  
Teléfono: 902 100 096  
E-mail: [info@cscamaras.es](mailto:info@cscamaras.es)  
[www.camaras.org](http://www.camaras.org)

**ÁVILA (CÁMARA OFICIAL  
DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

Eduardo Marquina, 6. 05001 Ávila  
Teléfonos: 920 352 300 / 920 211 173  
Fax: 920 255 159  
[www.camaradeavila.com](http://www.camaradeavila.com)

**Arévalo (Cámara  
de Comercio e Industria)**

Plaza El Salvador, 2, 2.º D.  
05200 Arévalo (Ávila)  
Teléfonos/Fax: 920 300 072/920 303 723  
[www.arevalopoligono.com](http://www.arevalopoligono.com)

**LEÓN (CÁMARA OFICIAL  
DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

Avenida Padre Isla, 30. 24002 León  
Teléfono: 987 224 400  
Atención al cliente: 902 075 806  
Fax: 987 222 451  
E-mail: [ccileon@camaraleon.com](mailto:ccileon@camaraleon.com)  
[www.camaraleon.com](http://www.camaraleon.com)

**Astorga (Cámara Oficial  
de Comercio e Industria)**

Padres Redentoristas, 26.  
24700 Astorga (León)  
Teléfono: 987 602 423. Fax: 987 618 709  
E-mail: [camaraas@astorga.com](mailto:camaraas@astorga.com)  
[www.camarastorga.com](http://www.camarastorga.com)

**BURGOS (CÁMARA OFICIAL  
DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

San Carlos, 1. 09003 Burgos  
Teléfono: 947 257 420. Fax: 947 263 626  
E-mail: [scop@camaraburgos.com](mailto:scop@camaraburgos.com)  
[www.camaraburgos.com](http://www.camaraburgos.com)

***Miranda de Ebro (Cámara de Comercio e Industria)***

Ronda del Ferrocarril, 31.  
Miranda de Ebro (Burgos)  
Teléfono: 947 335 200  
E-mail: web@camaramiranda.es  
www.camaramiranda.com

***Briviesca (Cámara de Comercio e Industria)***

Medina, 2, 1.º  
09240 Briviesca (Burgos)  
Teléfonos/Fax: 947 590 243 /  
947 592 700  
E-mail: camarabriviesca@ctv.es  
www.cocicyl.es/  
e-index\_DirectorioCamaras\_Briviesca

**PALENCIA (CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

Plaza Pío XII, 7. 34005 Palencia  
Teléfono: 979 165 051  
E-mail: general@cocipa.es  
www.cocipa.es

**SALAMANCA (CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

Plaza de los Sexmeros, 2.  
37001 Salamanca  
Teléfono: 923 211 797. Fax: 923 280 146  
E-mail:  
secretaria@camarasalamanca.com  
www.camarasalamanca.com

***Béjar (Cámara de Comercio e Industria)***

Colón 33, 1.º  
37700 Béjar (Salamanca)  
Teléfono: 923 400 610. Fax: 923 403 783  
E-mail: info@camarabejar.com  
www.camarabejar.com

**SEGOVIA (CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

San Francisco, 32. 04001 Segovia  
Teléfono: 921 420 300. Fax: 921 430 563  
www.camarasegovia.org

**SORIA (CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

Venerable Carabantes, 1C - 1.  
42003 Soria  
Teléfonos: 975 213 944 / 975 213 945  
Fax: 975 228 619  
E-mail: ccisoria@camarasoria.com  
www.camarasoria.com

**VALLADOLID (CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

Avenida Ramón Pradera, s/n  
47009 Valladolid  
Teléfono: 983 370 400. Fax: 983 370 660  
E-mail:  
camaravalladolid@camaravalladolid.com

**ZAMORA (CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA)**

Pelayo, 6, 1.º 49014 Zamora  
Teléfono: 980 533 182  
Fax: 980 518 594  
E-mail: ccizamora@retemail.es  
www.camarazamora.com

**VENTANILLAS ÚNICAS  
EMPRESARIALES (VUE)**

**ÁVILA**

Eduardo Marquina, 6. 05001 Ávila  
Teléfono: 920 353 580.  
E-mail: [avila@ventanillaempresarial.org](mailto:avila@ventanillaempresarial.org)

**BURGOS**

San Carlos, 1. 09003 Burgos  
Teléfono: 947 256 750. Fax: 947 276 520  
E-mail:  
[burgos@ventanillaempresarial.org](mailto:burgos@ventanillaempresarial.org)

**Miranda de Ebro**

Ronda del Ferrocarril, 31.  
09200 Miranda de Ebro (Burgos)  
Teléfono: 947 335 200. Fax: 947 313 593  
E-mail:  
[miranda@ventanillaempresarial.org](mailto:miranda@ventanillaempresarial.org)

**SEGOVIA**

Fernán García, 1, 1.º 40009 Segovia  
Teléfono: 921 440 123. Fax: 921 440 294  
E-mail:  
[segovia@ventanillaempresarial.org](mailto:segovia@ventanillaempresarial.org)

**LEÓN**

Fajeros, 1. 24002 León  
Teléfono: 987 276 440. Fax: 987 276 441  
E-mail:  
[leon@ventanillaempresarial.org](mailto:leon@ventanillaempresarial.org)

**PALENCIA**

Los Tintes, 4. 34005 Palencia  
Teléfono: 979 165 721. Fax: 979 165 722

E-mail:  
[palencia@ventanillaempresarial.org](mailto:palencia@ventanillaempresarial.org)

**SALAMANCA**

Plaza Sexmeros, 4. 37001 Salamanca  
Teléfono: 923 280 075. Fax: 923 280 076  
E-mail:  
[salamanca@ventanillaempresarial.org](mailto:salamanca@ventanillaempresarial.org)

**SORIA**

Beato Julián de San Agustín  
(Edificio Las Moreras C). 42003 Soria  
Teléfono: 975 239 450. Fax: 975 239 451  
E-mail:  
[soria@ventanillaempresarial.org](mailto:soria@ventanillaempresarial.org)

**VALLADOLID**

Avenida Ramón Pradera, s/n.  
47008 Valladolid  
Teléfono: 983 381 434. Fax: 983 378 492  
E-mail:  
[valladolid@ventanillaempresarial.org](mailto:valladolid@ventanillaempresarial.org)

**ZAMORA**

Pelayo, 6. 49014 Zamora  
Teléfono: 980 535 896. Fax: 980 535 896  
E-mail:  
[zamora@ventanillaempresarial.org](mailto:zamora@ventanillaempresarial.org)

**CÁMARAS AGRARIAS**

**ÁVILA**

Padre Victoriano, 1, bajo. 05005 Ávila  
Teléfono: 920 352 527. Fax: 920 221 638

**BURGOS**

Parque Virgen del Manzano, 19, 1.º  
09004 Burgos  
Teléfono: 947 217 054. Fax: 947 217 451

**LEÓN**

Plaza San Marcos, 6, 1.º izda.  
24002 León  
Teléfono: 987 226 140. Fax: 987 272 840

**PALENCIA**

Avenida Manuel Rivera, 3.  
34002 Palencia  
Teléfono: 979 723 665. Fax: 979 711 102

**SALAMANCA**

Paseo de Canalejas, 92-96, bajo.  
37001 Salamanca  
Teléfono: 923 270 015. Fax: 923 270 022

**SEGOVIA**

Severo Ochoa, 4. 40002 Segovia  
Teléfono: 921 426 524. Fax: 921 427 445

**SORIA**

Paseo de San Francisco, 14. 42003 Soria  
Teléfono: 975 225 161. Fax: 975 227 017

**VALLADOLID**

La Antigua, 2. 47002 Valladolid  
Teléfono: 983 397 299. Fax: 983 397 971

**ZAMORA**

Avda. Alfonso Peña, 5. 49010 Zamora  
Teléfono: 980 521 977. Fax: 980 525 753

**ORGANIZACIONES  
PROFESIONALES AGRARIAS**

**ASOCIACIÓN AGRARIA DE JÓVENES  
AGRICULTORES DE CASTILLA Y LEÓN  
(ASAJA)**

Hípica, 1, entreplanta. 47007 Valladolid  
Teléfono: 983 472 350. Fax: 983 476 629  
www.asajanet.com

**UNIÓN DE CAMPESINOS  
DE CASTILLA Y LEÓN (COAG)**

Santa Lucía, 19, 2, entreplanta.  
47005 Valladolid  
Teléfono: 983 302 244. Fax: 983 309 627  
www.ucclcoag.com

**ASOCIACIONES EMPRESARIALES**

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA  
DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA  
EMPRESA: CEPYME**

Diego de León, 50. 28006 Madrid  
Teléfono: 91 411 61 61  
Fax: 91 564 52 69  
E-mail: cepyme@cepyme.es  
www.cepyme.es

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE  
ORGANIZACIONES EMPRESARIALES:  
CEOE**

Diego de León, 50. 28006 Madrid  
Teléfono: 91 566 34 00  
Fax: 91 562 80 23

E-mail: [ceoe@ceoe.es](mailto:ceoe@ceoe.es)  
[www.ceoe.es](http://www.ceoe.es)

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA  
DE AUTÓNOMOS: CEAT**  
[www.ceat.org.es](http://www.ceat.org.es)

**FEACYL**  
FEDERACIÓN DE AUTÓNOMOS  
DE CASTILLA Y LEÓN  
Teléfono: 983 212 020

**CEAT ÁVILA**  
ASOCIACIÓN INTERSECTORIAL  
DE AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA  
DE ÁVILA  
Teléfono: 920 251 500

**CEAT BURGOS**  
ASOCIACIÓN DE AUTÓNOMOS  
DE LA PROVINCIA DE BURGOS  
Teléfono: 947 266 142

**CEAT LEÓN**  
ASOCIACIÓN INTERSECTORIAL DE  
AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE LEÓN  
Teléfono: 987 218 250

**CEAT PALENCIA**  
ASOCIACIÓN PALENTINA  
DE EMPRESARIOS AUTÓNOMOS  
Teléfono: 979 702 528

**CEAT SALAMANCA**  
ASOCIACIÓN DE AUTÓNOMOS DEL  
SECTOR DE SERVICIOS DE SALAMANCA  
Teléfono: 923 261 626

**CEAT SEGOVIA**  
ASOCIACIÓN INTERSECTORIAL  
DE AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA  
DE SEGOVIA  
Teléfono: 921 432 212

**CEAT SORIA**  
ASOCIACIÓN INTERSECTORIAL DE  
AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SORIA  
Teléfono: 975 233 222

**CEAT VALLADOLID**  
ASOCIACIÓN VALLISOLETANA  
DE EMPRESARIOS AUTÓNOMOS  
Teléfono: 983 390 222

**CEAT ZAMORA**  
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL  
DE AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA  
DE ZAMORA  
Teléfono: 980 523 004

**EMPRESA NACIONAL  
DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA)**  
Paseo de la Castellana 216, 5.º C.  
28046 Madrid  
Teléfono: 91 570 82 00.  
Fax: 91 570 41 99  
E-mail: [enisa@enisa.es](mailto:enisa@enisa.es)  
[www.enisa.es](http://www.enisa.es)

**CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES  
EMPRESARIALES DE CASTILLA Y LEÓN  
(CECALE)**

Acera de Recoletos, 18, 1.º  
47004 Valladolid  
Teléfono: 983 212 020. Fax: 983 217 242  
E-mail: [cecale@cecale.es](mailto:cecale@cecale.es)  
[www.cecale.es](http://www.cecale.es)

**CONFEDERACIÓN ABULENSE  
DE EMPRESARIOS (CONFAE)**

Plaza Santa Ana, 7, 3.º 05001 Ávila  
Teléfono: 920 251 500. Fax: 920 213 571  
E-mail: confae@confae.org

**CONFEDERACIÓN DE ASOCIACIONES  
EMPRESARIALES DE BURGOS (FAE)**

Plaza Castilla, núm. 1, 4.º  
09003 Burgos  
Teléfono: 947 266 142. Fax: 947 273 797  
E-mail: fae@faeburgos.org

**FEDERACIÓN LEONESA  
DE EMPRESARIOS (FELE)**

Avenida Independencia, 4, 5.ª planta  
24401 León  
Teléfono: 987 218 250. Fax: 987 206 817  
E-mail: fele@fele.es

**CONFEDERACIÓN PALENTINA  
DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES  
(CPOE)**

Pza. Abilio Calderón, núm. 4, 3.ª planta.  
34001 Palencia  
Teléfono: 979 702 528. Fax: 979 702 567  
E-mail: cpoe@cpoepalencia.com

**CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES  
DE EMPRESARIOS SALMANTINOS  
(CONFAES)**

Plaza de San Román, 7.  
37001 Salamanca  
Teléfono: 923 261 626. Fax: 923 260 012  
E-mail: confaes@confaes.es

**FEDERACIÓN EMPRESARIAL  
SEGOVIANA (FES)**

Los Coches, 1, bajo. 40002 Segovia  
Teléfonos: 921 432 212 / 921 440 718  
Fax: 921 440 718  
E-mail: fes@segonet.com

**CONFEDERACIÓN VALLISOLETANA  
DE EMPRESARIOS (CVE)**

Plaza de Madrid, 4. 47001 Valladolid  
Teléfonos: 983 390 222 / 983 393 011  
Fax: 983 393 011  
E-mail: cve@cve.es

**CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES  
ZAMORANAS DE EMPRESARIOS  
(CEO-CEPYME ZAMORA)**

Plaza de Alemania, 1. 49014 Zamora  
Teléfono: 980 533 758. Fax: 980 518 482  
ceozamora@ceoecepymeza.org

**ORGANIZACIÓN DE PROFESIONALES  
Y AUTÓNOMOS (OPA)**

Serrano, 19, 6.º D. 28001 Madrid  
E-mail: opa@opa.es  
www.opa.es

*SEDE REGIONAL OPA CASTILLA Y LEÓN*

Pío del Río Horteiga, 2.  
47014 Valladolid  
Teléfono: 983 251 612  
E-mail: sede.cyl@opa.es

**UNIÓN DE PROFESIONALES Y  
TRABAJADORES AUTÓNOMOS (UPTA)**

Maudes, 51, 8.º 28003 Madrid  
Teléfono: 91 778 53 51

Fax: 91 535 44 25  
E-mail: [upta@upta.ugt.org](mailto:upta@upta.ugt.org)  
[www.upta.es](http://www.upta.es)

*UPTA - CASTILLA Y LEÓN*

Abilio Calderón, 4, 4.º  
34011 Palencia  
Teléfono: 979 706 985. Fax: 979 706 672  
E-mail: [uptacyl@upta.es](mailto:uptacyl@upta.es)  
[www.uptacyl.es](http://www.uptacyl.es)

**COLEGIOS DE NOTARIOS**

[www.notariado.org](http://www.notariado.org)

**COLEGIO NOTARIAL DE CASTILLA  
Y LEÓN. PARA LEÓN, PALENCIA,  
SALAMANCA, VALLADOLID Y ZAMORA**

Teresa Gil, 14. 47002 Valladolid  
Teléfono: 983 217 775  
Fax: 983 217 776  
E-mail: [colegio@valladolid.colnot.com](mailto:colegio@valladolid.colnot.com)  
[www.valladolid.notariado.org](http://www.valladolid.notariado.org)

**COLEGIO NOTARIAL DE CASTILLA  
Y LEÓN. PARA ÁVILA Y SEGOVIA**

Ruiz de Alarcón, 3.  
28014 Madrid  
Teléfono: 91 21 30 000  
Fax: 91 21 30 048  
E-mail: [colegio@madrid.notariado.org](mailto:colegio@madrid.notariado.org)  
[www.madrid.notariado.org](http://www.madrid.notariado.org)

**COLEGIO NOTARIAL DE CASTILLA  
Y LEÓN. PARA BURGOS Y SORIA**

Almirante Bonifaz, 18, 1.º  
09003 Burgos  
Teléfonos: 947 203 874 / 947 262 783  
Fax: 947 260 534  
E-mail: [colegio@cnotarial-burgos.com](mailto:colegio@cnotarial-burgos.com)

**REGISTROS MERCANTILES**

[www.registradores.org](http://www.registradores.org)

**ÁVILA**

Duque de Alba, 6. 05001 (Ávila)  
Teléfono: 920 352 310. Fax: 920 213 781  
E-mail: [avila@registromercantil.org](mailto:avila@registromercantil.org)

**BURGOS**

Julio Sáez de la Hoya, 8. 09005 (Burgos)  
Teléfono: 947 275 534. Fax: 947 273 198  
E-mail: [burgos@registromercantil.org](mailto:burgos@registromercantil.org)

**LEÓN**

Paseo Condesa de Sagasta, 6.  
24001 (León)  
Teléfono: 987 238 989. Fax: 987 271 580  
E-mail: [leon@registromercantil.org](mailto:leon@registromercantil.org)

**PALENCIA**

Mayor, 2. 34001 (Palencia)  
Teléfono: 979 751 958. Fax: 979 700 961  
E-mail: [palencia@registromercantil.org](mailto:palencia@registromercantil.org)

### **SALAMANCA**

Santa Brígida, 8. 37008 (Salamanca)  
Teléfono: 923 269 161. Fax: 923 210 918  
E-mail:  
salamanca@registromercantil.org

### **SEGOVIA**

Los Almendros, 3. 40002 (Segovia)  
Teléfono: 921 433 762. Fax: 921 442 563  
E-mail: segovia@registromercantil.org

### **SORIA**

Nicolás Rabal, 23B, 1.º D. 42003 (Soria)  
Teléfono: 975 211 905. Fax: 975 211 905  
E-mail: soria@registromercantil.org

### **VALLADOLID**

Gamazo, 11. 47004 (Valladolid)  
Teléfono: 983 207 922. Fax: 983 293 388  
E-mail: valladolid@registromercantil.org

### **ZAMORA**

Plaza del Cuartel Viejo, 7.  
49006 (Zamora)  
Teléfono: 980 520 097. Fax: 980 532 761  
E-mail: zamora@registromercantil.org

## **REGISTROS DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

### **OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS**

Panamá, núm. 1. 28071 Madrid.  
Teléfono: 902 157 530

E-mail: informacion@oepm.es  
www.oepm.es

### **OFICINA DE ARMONIZACIÓN DEL MERCADO INTERIOR**

Centro de Documentación, apartado  
de Correos 77, E-03080 Alicante  
Fax alternativo: 965 139 755  
E-mail: publicregister@oami.eu.int

### **OFICINA INTERNACIONAL DE PATENTES Y MARCAS**

Panamá, núm. 1. 28071 Madrid  
Teléfono: 902 157 530

## **PUNTOS DE ASESORAMIENTO E INICIO DE TRAMITACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (PAIT)**

### **ADE INVERSIONES Y SERVICIOS GERENCIA PROVINCIAL DE ÁVILA**

Segovia, 25. 05005 Ávila  
Teléfono: 920 257 440  
Fax: 920 257 372  
E-mail: ade-avila@jcyL.es

### **AYUNTAMIENTO DE ÁVILA**

Martín Carramolino 10, 2.º  
05001 Ávila  
Teléfono: 920354030  
E-mail: cvaquero@ayuntavila.com

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL DE BURGOS**

Avda. del Arlanzón 35, bajo.  
09003 Burgos  
Teléfono: 947 275 174. Fax: 947 275 081  
E-mail: ade-burgos@jcy.es

**CEEI-BURGOS**

Edificio Centro de Empresas.  
09007 Burgos  
Teléfono: 947 244 332  
E-mail: jsardignas@ceei Burgos.es

**AYUNTAMIENTO DE BURGOS**

Avda. del Cid, 3. 09004 Burgos  
Teléfono: 947 288 800  
E-mail: mlgonzalez@aytoburgos.es

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL DE LEÓN**

Reyes Leoneses 14, 3.º M  
(Edificio Europa). 24008 León  
Teléfono: 987 272 304. Fax: 987 227 150  
E-mail: ade-leon@jcy.es

**CONSEJO COMARCAL DEL BIERZO**

Edificio Minero.  
Avda. de la Minería, s/n, 1.º  
24400 Ponferrada  
Teléfono: 987 418 851  
E-mail: analaura@ccbierzo.com

**VUE LEÓN**

Avda. Padre Isla, 30. 24002 León  
Teléfono: 987 276 440. Fax: 987 276 441  
E-mail:  
emorano@leon-ventanillaunica.com

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL DE PALENCIA**

Mayor, 11. 34001 Palencia  
Teléfono: 979 751 388. Fax: 979 752 100  
E-mail: ade-palencia@jcy.es

**VUE PALENCIA**

Los Tintes, 4. 34005 Palencia  
Teléfono: 979 165 721  
E-mail:  
palencia@ventanillaempresarial.org

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL DE SALAMANCA**

Avda. Mirat, 12-16. 37005 Salamanca  
Teléfono: 923 251 700. Fax: 923 253 301  
E-mail: ade-salamanca@jcy.es

**VUE SALAMANCA**

Plaza Sexmeros, 4. 37001 Salamanca  
Teléfono: 923 280 075  
E-mail: juridica@camarasalamanca.com

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL DE SEGOVIA**

Gobernador Fernández Jiménez, 6.  
40002 Segovia  
Teléfono: 923 251 700. Fax: 923 253 301  
E-mail: ade-segovia@jcy.es

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL DE SORIA**

Caballeros, 29. 42003 Soria  
Teléfono: 975 240 667. Fax: 975 240 490  
E-mail: ade-soria@jcy.es

**VUE SORIA**

Beato Julián de San Agustín.  
42003 Soria  
Teléfono: 975 239 450. Fax: 975 239 451  
E-mail: [soria@ventanillaempresarial.org](mailto:soria@ventanillaempresarial.org)

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL  
DE VALLADOLID**

Claudio Moyano 13. 47001 Valladolid  
Teléfono: 983 214 359. Fax: 983 214 367  
E-mail: [ade-valladolid@jcyl.es](mailto:ade-valladolid@jcyl.es)

**VUE VALLADOLID**

Avda. Ramón Pradera, s/n.  
47009 Valladolid  
Teléfono: 983 381 434  
E-mail:  
[valladolid@ventanillaempresarial.org](mailto:valladolid@ventanillaempresarial.org)

**ADE INVERSIONES Y SERVICIOS  
GERENCIA PROVINCIAL DE ZAMORA**

Leopoldo Alas «Clarín», 4.  
49018 Zamora  
Teléfono: 980 670 109. Fax: 980 670 165  
E-mail: [ade-zamora@jcyl.es](mailto:ade-zamora@jcyl.es)

**OTRAS WEB DE INTERÉS**

**EMPLEO Y FORMACIÓN**

[www.redmujer.net](http://www.redmujer.net)

**PORTAL DE PREVENCIÓN  
DE RIESGOS LABORALES**

[www.prevencioncastillayleon.com](http://www.prevencioncastillayleon.com)

**INFORMACIÓN SOBRE  
LA UNIÓN EUROPEA**

[www.europa.eu](http://www.europa.eu)

## ÍNDICE ANALÍTICO



## **A**

---

Autofinanciación: 102, 103.

## **B**

---

Balance: 114, 145.

## **C**

---

Carencia: 109.

Centro de trabajo: 55, 149 y s.

Código de Identificación Fiscal (CIF):  
38, 54.

Contrato de trabajo: 158 y ss.

Convenio colectivo: 96.

Cooperativas: 33, 46 y ss.

Créditos blandos: 129.

Cuenta de pérdidas y ganancias: 145.

## **D**

---

Discapacitados: 160, 161.

Documento Único Electrónico  
(DUE): 137.

«Due Diligence»: 128.

## **E**

---

Empresario: 22, 31, 33, 34, 41, 71, 94,  
96, 101, 108, 111, 129, 135, 137, 139,  
140, 142 y ss., 149, 151, 155, 156.

Empresas de Trabajo Temporal (ETT):  
93 y ss.

Estatutos: 33, 37, 40, 41, 44, 47, 50,  
149, 159.

Euribor: 105.

## **F**

---

Fondo Especial de Reserva: 45.

*Freelance*: 93.

## **I**

---

Impuesto de Actividades Económicas:  
34, 35, 137.

Impuesto sobre el Valor Añadido: 34,  
136, 141, 142 y ss., 148.

Impuesto sobre la Renta de las Personas  
Físicas: 34, 35, 136, 139 y ss., 140,  
146 y ss.

Impuesto sobre Sociedades: 43, 136, 137  
y ss., 140, 146 y ss.

Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados: 38, 41, 45, 50, 119.

Inspección de Trabajo: 152, 153.

Internet: 25, 43, 73, 76, 95, 136.

IRPH: 105.

**L**

---

Libro de visitas: 55, 152.

Licencia de obras: 54.

**M**

---

Memoria anual: 145.

**N**

---

Número de Identificación Fiscal  
(NIF): 38, 41, 50, 124, 136

**P**

---

Plan de prevención de riesgos laborales:  
153.

Plan General de Contabilidad: 145.

Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tra-  
mitación (PAIT): 43, 137.

**R**

---

Recursos humanos: 65, 89.

Régimen Especial de Trabajadores Au-  
tónomos: 22, 32, 34, 55, 151, 154,  
156 y s.

Régimen General de la Seguridad Social:  
55, 151, 154, 156

Registro de Sociedades Cooperativas:  
47, 49, 50.

Registro Mercantil: 37, 38, 39, 41, 45, 56.

**S**

---

Sistema RED: 152, 162.

Sociedades de Garantía Recíproca  
(SGR): 125.

**T**

---

Tasa Anual Equivalente (TAE): 106.

Timbre: 123.