

GUÍA HACIA EL AUTOEMPLEO

Manual de apoyo para la mujer emprendedora

Describir lo pensado

Conocer lo desconocido

Decidir lo importante

Planificar la totalidad

Pensar y desarrollar

Hacer y actuar



Guía hacia el autoempleo - Manual de apoyo para la mujer emprendedora

Edita:

COEC

Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena
c/ Carlos III – 30201 Cartagena
www.coec.es

Coordina:

Justa Gómez García

COEC. Departamento de Orientación.

Desarrollo de contenidos:

Consultores CSA (www.consultorescsa.es)

Javier Sierra Rodríguez (dirección)
Miguel Ángel Espinosa Portillo
Mojca Hramec
Francisco José Roldán Navarro

Depósito Legal: MU-2223-2008

Cartagena, septiembre de 2008



GUÍA HACIA EL AUTOEMPLEO

Manual de apoyo para la mujer emprendedora

-

SUMARIO

1. Presentación	7
2. Nuestra Confederación	8
3. Las primeras reflexiones y el Plan de Empresa	10
3.1. El análisis inicial	10
3.2. ¿Qué es el Plan de Empresa?	11
3.3. Contenidos mínimos del Plan de Empresa	12
3.4. Redacción del Plan de Empresa	13
3.5. Referencias adicionales sobre los Planes de Empresa	14
4. ¿Cómo obtener información para elaborar el Plan de Empresa?	15
4.1. Técnicas de Investigación de Mercados	15
4.2. Fuentes de información primaria	16
4.3. Fuentes de información secundaria	17
5. Describir lo pensado	18
5.1. Descripción de la idea empresarial	19
5.2. Currículum de las personas que van a emprender	19
6. Conocer lo desconocido	20
6.1. El entorno empresarial	21
6.2. Los clientes	22
6.3. La competencia	22
7. Decidir lo importante	23
7.1. Denominación legal y nombre comercial	24
7.2. Forma jurídica que adoptará la empresa	25
8. Planificar la totalidad	27
8.1. Nuevas tecnologías en la empresa	28
8.2. Recursos humanos	28
8.3. Previsiones económicas	30
8.4. Previsiones de financiación	31
8.5. Obligaciones laborales y régimen de la seguridad social	32
8.6. Principales obligaciones fiscales y contables	33
9. Pensar y desarrollar	34
9.1. Puntos fuertes y débiles de tu proyecto empresarial	35
9.2. Estrategias y objetivos de la empresa	35
9.3. Producto/servicio	36
9.4. Precio y condicionantes del mismo	36
9.5. Distribución	36
9.6. Promoción	36

10. Hacer y actuar	37
10.1. Altas como autónomo	37
10.2. Creación de sociedades	38
10.3. PAIT	39
10.4. Lugares para realizar trámites para la creación de empresas	40
11. Subvenciones y recursos para la mujer emprendedora	41
12. Principales direcciones de interés para obtener información y asesoramiento	42

1. Presentación

Os presentamos, esta guía de apoyo para la mujer emprendedora, con la que podrás llevar a cabo el desarrollo de tu idea de negocio y poner en marcha tu propia empresa.

Esta guía representa un esfuerzo más, de los que desde la **Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena**, hacemos a diario para que la independencia laboral, el emprendedurismo, sea una opción más de empleo para todas las mujeres interesadas de la Comarca de Cartagena.

Desde hace años uno de nuestros objetivos principales es favorecer el impulso económico y social de Cartagena. Desde **COEC** estamos convencidos de que este estímulo viene dado en gran medida por la capacidad de cada ciudad, comarca o región para la creación de empleo y este pasa inexorablemente por la puesta en marcha y la apertura de nuevas empresas.

Pretendemos que esta Agenda sea una herramienta útil de trabajo para todas las mujeres que se han decidido a dar el paso decisivo hacia la aventura de emprender. Es nuestro deseo que cada día tengamos más tejido empresarial aportando ideas, compartiendo ilusiones y trabajando en aras del desarrollo de nuestra Comarca. Por ello os facilitamos este documento práctico, sintético y cercano, que os servirá con seguridad en la planificación inicial de vuestro proyecto empresarial y, en definitiva, para hacer realidad el mismo: **CREAR VUESTRA PROPIA EMPRESA.**

Desde la Confederación os queremos animar a iniciar esta aventura de emprender, haceros saber también que no estaréis solas en este recorrido y que contáis con el apoyo de una organización respaldada por centenares de empresas ya consolidadas y que hace años decidieron dar el paso que tú vas a dar hoy.



Diego Illán Barceló
Presidente de COEC

2. Nuestra Confederación

2.1. ¿Qué es COEC?

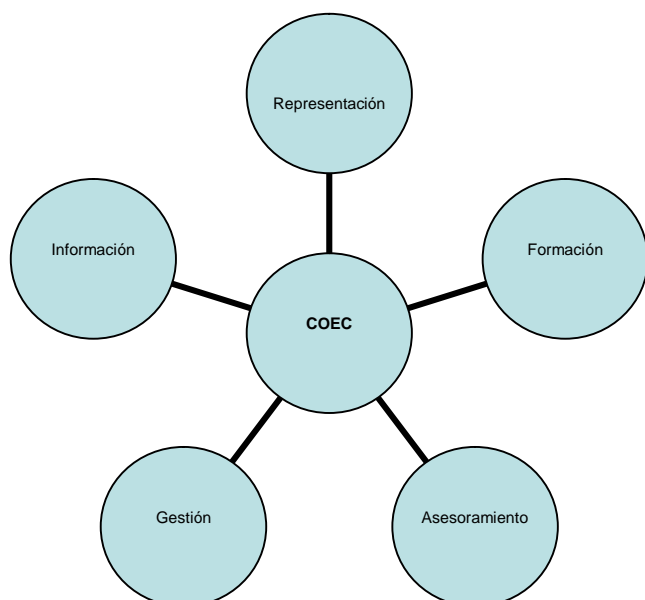
C.O.E.C. es la Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena y representa la unión de todas las empresas de dicha comarca. COEC se presenta hoy en día como una asociación fuertemente consolidada y representativa del tejido empresarial cartagenero, como un agente aglutinador de intereses comunes, pero respetuoso a la vez con la individualidad y diversidad de sus asociados/as.

Pertenecer a COEC es hacer que se oiga tu voz como parte del empresariado; es tener acceso a una formación e información práctica y de calidad, que ayudará a adaptar tú empresa a los continuos cambios del mercado. Podrás disponer de salas de reuniones y de un lugar donde desarrollar tú actividad profesional.

En COEC tienes a tu disposición, un departamento de orientación profesional y bolsa de empleo, además de los departamentos de formación, asesoramiento en materia jurídica, tributaria, laboral y medioambiental.

2.2. Servicios para el emprendizaje

Entre los diferentes servicios que ofrece COEC, algunos de ellos son de especial interés para las personas que comienzan la aventura de emprender. Estos servicios son:



- Servicios de **Representación**:

Si eres autónomo, tienes una Pyme o una gran empresa, puedes formar parte de COEC y encontrar toda la representación que necesites para participar activamente en la toma de decisiones que afectan a tu empresa y a las empresas de la Comarca de Cartagena.

COEC cuenta con representación en distintas áreas de la Administración Pública y en las principales Organizaciones Empresariales tanto regionales como nacionales, lo que le permite hacer oír de una manera muy amplia los intereses comunes de sus asociados/as.

- Servicios de **Formación**:

Trabajar con un personal con la mejor cualificación posible es una de las garantías que te asegurarán la buena marcha de tu empresa y la hará más competitiva. Es por esto que en COEC, pone a disposición de sus socios y socias cursos de formación para empresarios/as, trabajadores/as y usuarios/as en general.

- Servicios de **Asesoramiento:**

COEC pone a tu disposición un servicio gratuito de asesoramiento y consultoría en materia laboral, fiscal, medioambiental, etc. Esta ayuda te facilitará y agilizará la resolución de los trámites derivados de tu actividad empresarial. También disponen de un Departamento de Orientación Profesional-Bolsa de Trabajo.

- Servicios de **Gestión e información:**

Como persona que forma parte de COEC estarás informada de todo lo que sucede en el ámbito empresarial y económico, tanto de Cartagena como de la Región de Murcia. Te informarán de las ayudas y subvenciones de las que tu empresa se pueda beneficiar para darle ese impulso inicial.



- **RECUERDA.** Te esperan en la **Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena.**



COEC

C/ Carlos III, 1 entlo. – 30201 Cartagena

Tel. 968 533 130

www.coec.es

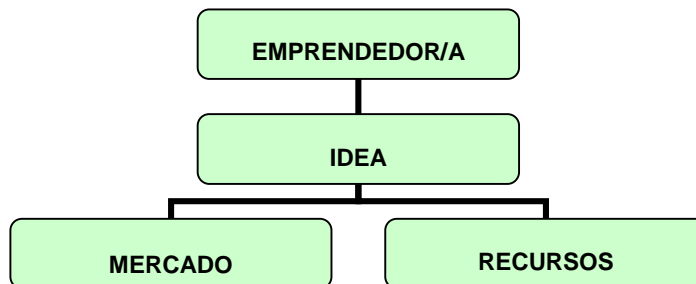
3. Las primeras reflexiones y el Plan de Empresa

3.1. El análisis inicial

Todas las empresas nacen siempre gracias a una o a varias personas que han tomado la decisión de establecerse por su cuenta y riesgo. Unas personas que han decidido dar ese difícil paso que llamamos **emprender** y partiendo de unos recursos (normalmente limitados), deciden poner en marcha una idea de negocio.

El camino de emprender es difícil y no está exento de riesgos. Por este motivo COEC desea apoyar a la iniciativa emprendedora, facilitándote las claves para la puesta en marcha de tu proyecto y poniendo a tu disposición el mejor asesoramiento posible.

El esquema que a continuación te presentamos resume en cuatro elementos el primer análisis que hay que realizar para saber si nuestro proyecto es factible.



Los 4 elementos del análisis inicial.

- 1º. La **persona emprendedora**. Debemos analizar nuestras cualidades, la formación de la que disponemos o la experiencia adquirida en el desarrollo de una actividad profesional durante años.
- 2º. La **idea**, la cual puede surgir observando nuestro entorno, las nuevas necesidades que surgen en base a cambios estructurales, tendencias sociales, etc.
- 3º. A continuación debemos saber los **recursos iniciales** con los que contamos y a los que tenemos opción (recursos propios o ajenos).
- 4º. Y por último conocer el **mercado** al que nos vamos a dirigir y saber si existe oportunidad de negocio.

3.2. ¿Qué es el Plan de Empresa?

Hay un principio básico y fundamental “**antes de invertir dinero hay que invertir tiempo**”. Aunque el emprendedor/a disponga del dinero suficiente para la puesta en marcha de su negocio, antes de invertirlo tiene que saber cómo y dónde.

Esta inversión en tiempo la dedicaremos al denominado **Plan de Empresa**, que es la creación sobre el papel de una empresa. Su finalidad principal es:

- Definir al máximo tu idea de negocio, tú proyecto empresarial.
- Conocer el entorno en el que te vas a desenvolver, tus potenciales clientes, tus competidores directos, así como las posibles problemáticas con las que te puedas encontrar.
- Saber los recursos técnicos y humanos que vas a necesitar.
- Conocer la estructura financiera de la empresa.
- Optar a subvenciones y ayudas que anualmente concede la Administración Pública.
- Elegir la forma jurídica que más convenga según nuestra actividad.
- Saber el nivel de viabilidad del proyecto.



- Para iniciar la puesta en marcha, es necesario redactar un Plan de Empresa.
- El Plan de Empresa viene a ser un documento en el que se plasman las ideas y características del negocio, te ayudará a pensar sobre cosas que no tenías previstas y te ayudará a planificar.

El Plan de Empresa debe tener una serie de características:

- **Comprensible:** el lenguaje empleado así como la forma, han de ser comprensibles para todos nuestros lectores (bancos, inversores, socios, etc.)
- **Global:** debe abarcar todos los ámbitos de nuestra empresa.
- **Claridad:** la información y redacción del documento deber ser clara y veraz.
- **Actualidad:** los datos recogidos han de ser recientes.

El principal destinatario del Plan de Empresa es la persona emprendedora, aunque debe redactarse de tal forma que se adapte a todo tipo de lectores, porque nos puede servir para incorporar socios al proyecto, buscar inversores o presentarlo ante un banco o caja para conseguir financiación.

Los futuros inversores o las entidades financieras desean seguridad y a través de la lectura de nuestro Proyecto Empresarial podrán comprobar la solidez de nuestra idea, nuestro conocimiento del sector, así como la futura rentabilidad de nuestro negocio.

3.3. Contenidos mínimos del Plan de Empresa

En un Plan de Empresa deben contemplarse unos contenidos mínimos que abarcarán la planificación de la actividad empresarial durante su puesta en marcha y el primer año de funcionamiento.

Los contenidos son:

1. Aspectos preliminares

- Descripción genérica del proyecto empresarial
- Currículo de las personas que van a montar la empresa

2. Marketing y comercialización

- Situación del entorno empresarial en el que va a funcionar la empresa (macroentorno)
- El mercado cercano
- Los clientes potenciales
- La competencia
- Puntos fuertes y débiles (DAFO)
- Estrategias y objetivos
- Marca o nombre comercial
- Productos y servicios de la empresa
- Precio de los productos y servicios
- Forma de distribución de los productos y servicios
- Fórmulas de promoción

3. Nuevas tecnologías en la empresa

- Presencia de tecnologías de la información y comunicación en la empresa
- Descripción del Hardware y el Software

4. Recursos Humanos

- Puestos de trabajo necesarios
- Descripción de funciones de los puestos de trabajo
- Previsión de gastos de personal
- Obligaciones Laborales y Régimen de la Seguridad Social

5. Estructura Financiera

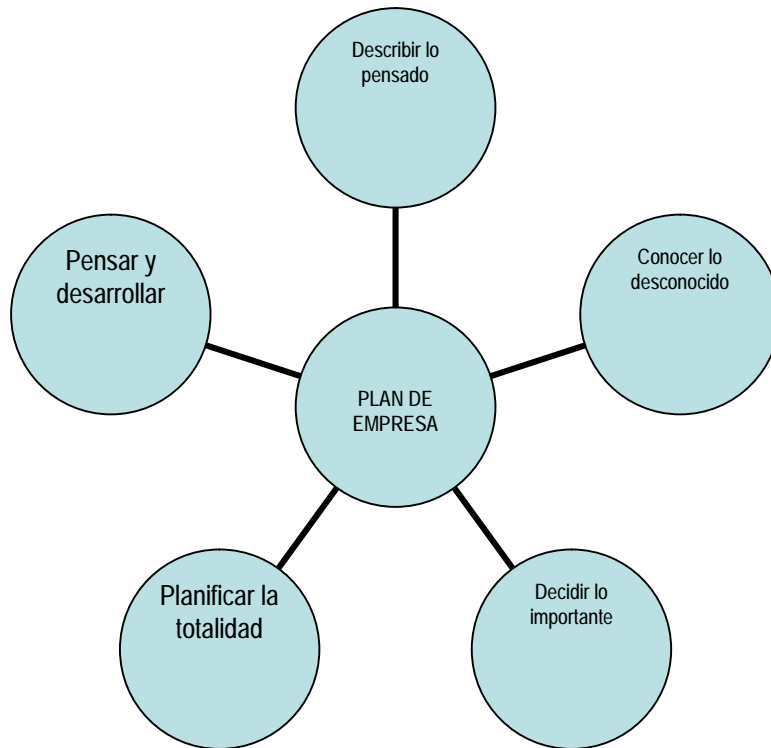
- Previsión de gastos e Ingresos en el primer año
- Necesidades de financiación y previsiones de inversión

6. Estructura Legal

- Forma jurídica que adoptará la empresa
- Régimen fiscal que tendrá la empresa

3.4. Redacción del Plan de Empresa

A partir de esta estructura, hay que dedicarse a pensar en cada uno de los epígrafes del Plan de Empresa para poder escribir lo que sea aplicable a nuestra idea. Para ello en muchas ocasiones será necesario investigar, buscar información y preguntar, y por ello en las siguientes páginas se desarrollan algunas indicaciones que te darán pistas para facilitarte el trabajo.



3.5. Referencias adicionales sobre los Planes de Empresa

Aparte de lo que consta en esta guía, te damos a continuación algunas direcciones en las que puedes encontrar modelos de Planes de Empresa y explicaciones adicionales:

- **Modelos de Plan de Empresa. Red PuntoPyme:**
www.redpuntopyme.com (apartado estudios/asesoramiento emprendedores)
- **Plan de Empresa. Dirección General de Política de la Pyme:**
servicios.ipyme.org/planempresa
- **Programa Murcia Empresa:**
www.murciaempresa.com

También existen numerosas guías y materiales complementarios que se pueden solicitar a diversas entidades presentes en la Región de Murcia:

- **AJE Cartagena y Comarca:** www.ajecartagena.com
 - Guía para emprender, Cartagena, 2006
- **AJE Región de Murcia:** www.ajemurcia.com
 - La vuelta a tu mundo en 80 días, Murcia, 2007.
 - Cinco Mitos del emprendedor, Murcia, 2006
 - Plano del Emprendedor, La Aventura de Aprender a Emprender, Murcia 2005
 - Equipaje aventura, Murcia, 2006.
- **Ayuntamiento de Cartagena. Agencia de Desarrollo Local y Empleo:** www.cartagena.es
 - Agenda de recursos y pasos para el autoempleo, Agencia de Desarrollo Local y Empleo, Cartagena, 2007
- **Ayuntamiento de Murcia:**
 - Guía para emprender, Proyecto e-micro, Murcia, 2004. Disponible en: www.croem.es
- **Instituto de Fomento de la Región de Murcia. Red PuntoPyme:**
Disponibles en www.redpuntopyme.org
 - Guía de procedimientos para el asesoramiento a PYMES y emprendedores, Murcia, 2008.
 - Guía de recursos y metodología unificada para la elaboración de Planes de Empresa, Red PuntoPyme, Murcia, 2007.

4. ¿Cómo obtener información para elaborar el Plan de Empresa?

Para desarrollar algunos epígrafes será necesario que te informes, indagues y amplíes el conocimiento que tienes sobre el mercado, clientes, competencia, etc. Para algunas cosas te bastará leer revistas, buscar en Internet, preguntar o visitar, aunque para tener un conocimiento más profundo, será necesario que utilices las denominadas **técnicas de investigación de mercados**.



4.1. Técnicas de Investigación de Mercados

Para obtener información de nuestra competencia, clientes y situación del mercado es necesario realizar una investigación previa para conocer aspectos como el nivel de precios, servicios que se prestan, características de los productos, calidad en la atención, demandas habituales de la clientela, entre otros.



- Las técnicas de investigación de mercados te ayudan a conocer diversos ámbitos de la empresa como los clientes potenciales, la competencia o el entorno.
- Gracias a la información que obtengas podrás formular estrategias, bien porque se te ocurran a través de la información aportada o porque imites el funcionamiento de otras empresas.

Esta investigación de mercado se puede hacer por los propios medios de la persona que emprende, pero también se puede encargar a empresas especializadas. Como los recursos de los que disponen las personas emprendedoras al inicio de su actividad son limitados, vamos a proponer algunas técnicas de investigación que puedes realizar por ti misma.

Fuentes de información primarias:

- Entrevistas/encuestas a clientes y proveedores del sector
- Entrevistas/encuestas a empresas de la competencia
- Entrevistas/encuestas a expertos y profesionales del sector
- Visitas de Cliente Misterioso o simulaciones de compra
- Observación directa

Fuentes de información secundarias:

- Revistas especializadas del sector
- Blogs y directorios de Internet
- Rastreo y visitas a las páginas Web de empresas del sector y de la competencia



- La manera más habitual de conocer a clientes, competencia y mercado es la lectura de documentación y revistas sobre el sector.
- También se puede hablar (entrevistar) con proveedores, profesionales y clientes.
- Cuando se analiza la competencia, es habitual visitar sus establecimientos para conocer como funcionan, lo que ofrecen y cómo lo hacen.

4.2. Fuentes de información primaria

Se denominan técnicas de investigación primaria porque la fuente de información es directa, las más habituales son la entrevista, la encuesta y el cliente misterioso.

En **las encuestas** tenemos que lograr detectar información sobre unos puntos básicos, estos son:

- Lo que más valora la clientela respecto al mismo producto/servicio que vamos a ofrecer
- Deficiencias observadas por la clientela sobre el mismo producto/servicio
- Principales necesidades de nuestro cliente objetivo
- Canales de información a través de los cuales les llega la publicidad
- Opinión de las empresas del sector sobre la situación del mercado

Las entrevistas son distintas de las encuestas, no se busca una respuesta cerrada a preguntas, sino dejar hablar a las personas entrevistadas para que nos den pistas o comentarios sobre aquello que no teníamos previsto. Para hacer las entrevistas es necesario elaborar una lista de temas (no preguntas) y tratar todos y cada uno de ellos. Algunos de ellos serán:

- Estado actual del mercado
- Perspectivas del sector
- Tipología o perfil del cliente
- Hábitos de compra
- Marketing utilizado



- Un emprendedora puede hacer entrevistas con sus propios medios, no hace falta que sea una entrevista formal, **la información es igualmente válida si se obtiene tomando un café con una persona profesional del sector o hablando en la calle con un cliente potencial.**
- El cliente misterioso consiste en simular ser un potencial cliente de una empresa y con esa excusa visitar y analizar la situación de la competencia.

El Cliente Misterioso supone visitar a empresas de la competencia en la que nos haremos pasar por un cliente y así podremos observar su modo de trabajar, sus precios, su atención al público, servicios que ofrecen, etc. Esta es una técnica muy sencilla con la que podemos obtener información de forma directa además de “coger” nuevas ideas y adaptarlas (no copiarlas) o implantarlas mejor en nuestra empresa.

4.3. Fuentes de información secundaria

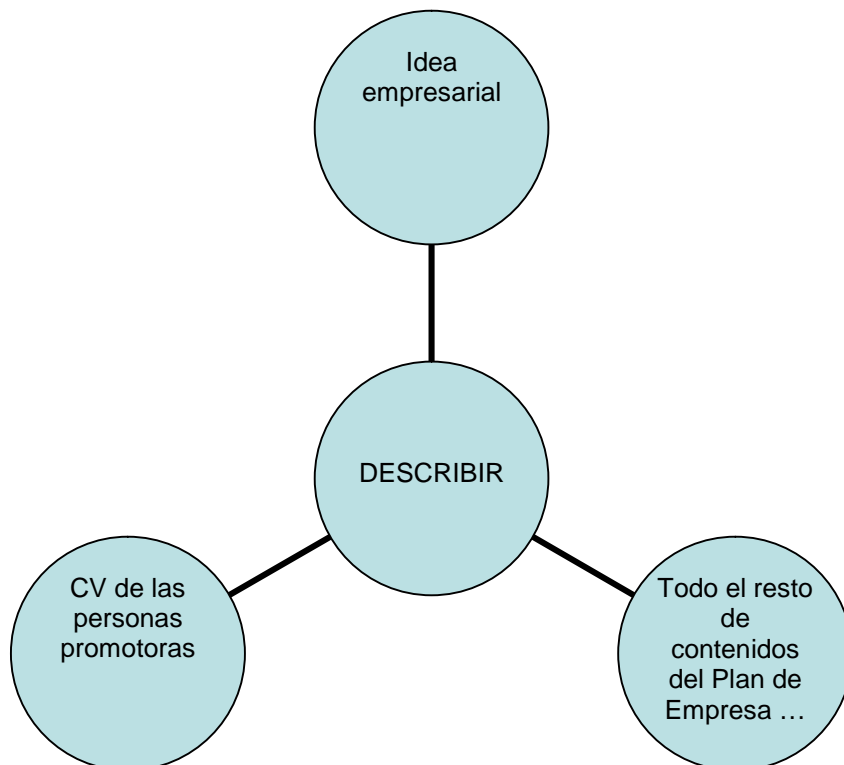
Estas fuentes de información son muy abundantes además de accesibles. Son fuentes secundarias porque proceden del trabajo de otras personas y no se han tomado directamente. Entre ellas podemos destacar:

- Páginas web del sector o sobre productos/servicios similares.
- Revistas especializadas, además de artículos en suplementos o periódicos.
- Libros o artículos sobre el sector.



5. Describir lo pensado

Por supuesto tendrás que describir todos los apartados del Plan de Empresa, pero hay algunos que suponemos que ya tienes pensados y planificados, por lo que sólo tendrás que redactarlos de la manera más clara posible.



5.1. Descripción de la idea empresarial

Contar de forma sintética las principales ideas que componen el proyecto empresarial:

- Cómo se inició la idea.
- Planteamiento de la idea.
- Actividad/Sector en que estará.
- Servicios/ Productos que ofrecerá.
- Ámbito territorial que abarcará.

Es habitual que conforme vayas desarrollando el resto de apartados del Plan de Empresa recapacites y cambies la descripción de la idea empresarial, eso es síntoma de estar haciendo correctamente el Plan de Empresa porque estarás perfilando más el proyecto y te dará más posibilidades de éxito.

5.2. Currículum de las personas que van a emprender

Exponer el perfil de las personas que van a actuar como socias en la aventura empresarial:

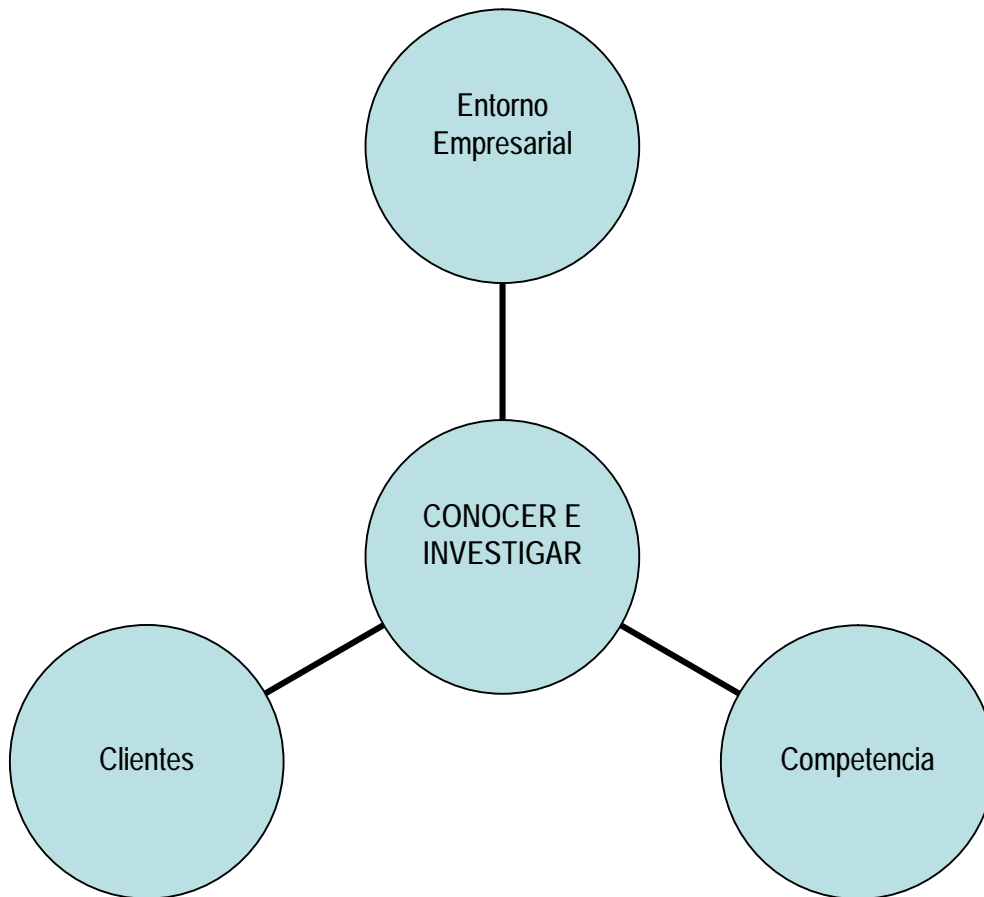
- Datos personales.
- Formación.
- Experiencia profesional adquirida.
- Aptitudes y cualidades.



- Recuerda guardar a la hora de escribir:
 - ✓ **La máxima claridad**
 - ✓ **No olvidar ningún apartado**
 - ✓ **Considerar que va a ser leído por otras personas**
 - ✓ **Que los datos y observaciones sean lo más actuales posibles**
 - ✓ **Una presentación adecuada del documento**


6. Conocer lo desconocido

A través de las técnicas descritas en el apartado 4 de esta guía, habrá que conseguir información nueva o ampliar la que ya tenemos sobre el entorno, el mercado, los clientes potenciales y la competencia.



6.1. El entorno empresarial

En los modelos de planes de empresa se suelen hacer referencias al entorno, diferenciando entre macroentorno y microentorno. Esto viene a ser la situación del mercado y de los factores que le afectan, tanto a un nivel más inmediato y directo, como a nivel estratégico.

	<ul style="list-style-type: none">• Macroentorno: todos aquellos factores externos que sin ser directamente del sector o mercado de la empresa, pueden afectar a su desarrollo.<ul style="list-style-type: none">✓ Situación económica de la Región o País.✓ Legislación.✓ Inmigración y cambios demográficos.✓ Cambios culturales.✓ Innovaciones y nuevas tecnologías. • Microentorno: todo lo relacionado con el mercado o sector en el que se va a introducir la empresa.<ul style="list-style-type: none">✓ Situación y evolución.✓ Tendencias y características.✓ Barreras de entrada.
---	--

Conocer el **macroentorno** supone hacer un análisis de los factores externos a la empresa que pueden condicionar su funcionamiento. Algunos de estos factores a tener en cuenta son:

- Nuevas leyes o modificaciones de las ya existentes que puedan regular el sector o establezcan obligaciones nuevas para las empresas.
- Cambios demográficos que puedan alterar la tipología de clientes, tales como el envejecimiento de la población, la inmigración, entre otros.
- Nuevas tendencias y hábitos de consumo y culturales que den oportunidades a servicios y productos o por el contrario supongan el fin de un mercado.
- Cambios tecnológicos que permitan nuevos tipos de comercialización, mayor competitividad o sustitución de productos y servicios.
- Otros aspectos de cualquier ámbito como cambios políticos, situación internacional, tendencias comerciales y similares pueden incluirse en el análisis del macroentorno.

Por otra parte estaría el **microentorno o mercado cercano** y requiere delimitar y acotar el mercado al que nos vamos a dirigir y saber su estado de desarrollo:

- **Situación del mercado:** crecimiento, declive, etc.
- **Características** del mercado: si es cíclico o tiene siempre el mismo ritmo de actividad.
- **Tendencias** del mercado en cuanto a productos, servicios, cualidades, trato al cliente, entre otros.
- **Barreras de entrada:** requerimientos o situaciones que hay que superar para poder trabajar en un mercado o sector en concreto (autorizaciones, normativa, grado de desarrollo tecnológico, coste de las inversiones, etc.).

Hay otros aspectos que también habría que tener en cuenta, tales como la estacionalidad del producto o el grado de concentración del sector, así como la localización geográfica de este.

6.2. La clientela

En cuanto a la clientela hay que conocer su tipología y delimitar todo lo que pueda influir en los hábitos y decisión de compra, el tipo de cliente, si son personas o son empresas, el ámbito geográfico de las mismas, etc. En concreto hay que determinar:

- **Perfil y tipología de la clientela potencial** (edad, sexo, nivel económico, ubicación geográfica, etc.) y justificación de los criterios en caso de apostar por un tipo de clientela muy concreta.
- **Indagar sobre los criterios de decisión de compra** de la clientela.
- **Conocer sus necesidades y demandas.**

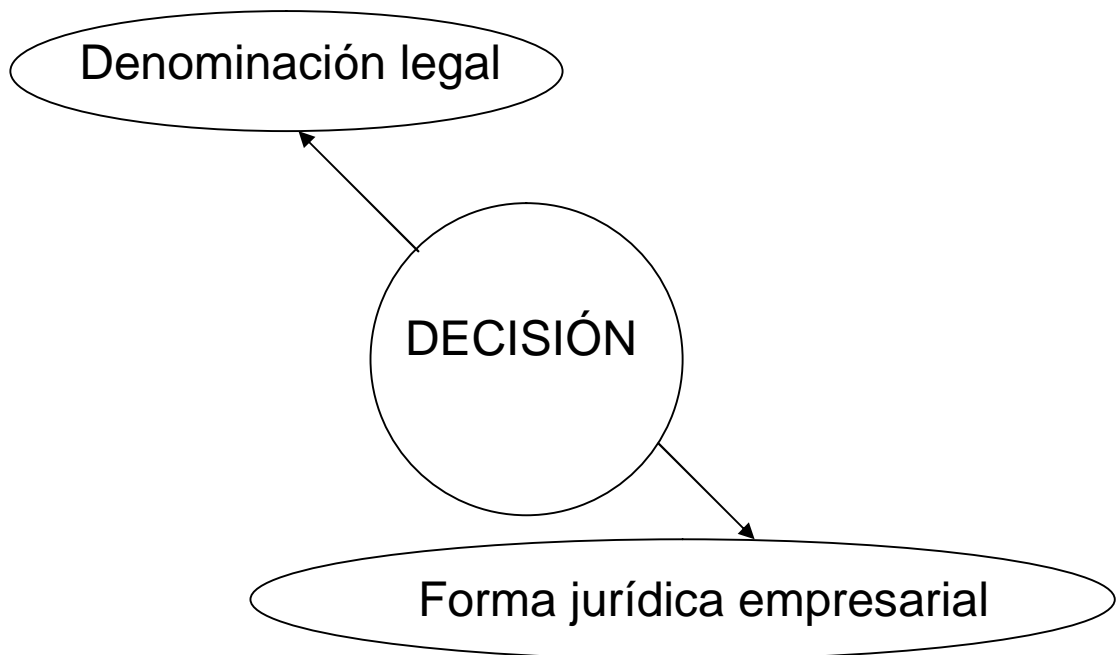
6.3. La Competencia

Las empresas que consideremos competencia son interesantes porque nos aportan una visión de su modo de funcionamiento, nos ayudan a diagnosticar la situación del mercado y nos dan ideas que podemos imitar o mejorar. Es necesario tener en cuenta diversos factores:

- Quiénes son y donde se localizan.
- Cómo son y los servicios/productos que ofrecen.
- Tamaño de las empresas y experiencia en el mercado.
- Sus objetivos y estrategias comerciales.
- Sus puntos fuertes y débiles.

7. Decidir lo importante

En todo el proceso de elaboración del Plan de Empresa tendrás que tomar muchas decisiones, aunque en este apartado exponemos los principales aspectos en los que las decisiones tendrán una gran trascendencia a lo largo de la vida de la empresa.



7.1. Denominación legal y nombre comercial

Es conveniente ir decidiendo una denominación para nuestra empresa, ya que esta dependerá de la actividad que finalmente vayamos a realizar, por lo que se deberá reflexionar sobre la denominación durante el proceso de creación de la empresa.

Hay que **diferenciar entre nombres legales y nombres comerciales**. Debido a los condicionantes de la legislación nuestra empresa quizás deba adoptar un nombre que no nos satisfaga, bien porque esté ocupado el que queríamos o porque tengamos que poner nuestro nombre y apellidos como nombre de empresa (autónomos, SLNE, entre otros).

Por este motivo debemos saber que se puede adoptar un **nombre comercial**, distinto de la denominación oficial de la empresa y utilizarlo en todos sus elementos externos: web, tarjetas, publicidad, etc.

La única diferencia es que también habrá que registrar esa nueva denominación en la **Oficina Española de Patentes y Marcas** y aun así tendremos que hacer mención del nombre real en los documentos oficiales de la empresa como facturas y comunicaciones con la Administración Pública.



- Una vez creada la empresa podemos adoptar una denominación más adecuada para nuestros fines comerciales, un nombre comercial.
- El nombre comercial debe guardar algunas características:
 - ✓ **Se pueda registrar:** no esté ocupado o se parezca mucho a otras denominaciones realizadas previamente.
 - ✓ **Sea fácil de pronunciar y genere recuerdo:** que no sean muy largos, ni utilicen términos difíciles, facilitando que se recuerde fácilmente.
 - ✓ **Tenga relación con lo que se vende:** evitando que haga falta explicar a lo que se dedica la empresa.

Para obtener más información sobre la protección de nombres comerciales:

- **Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Industrial**
www.coapi.org
- **Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)**
www.oepm.es
- **Servicio Peral de Asesoramiento sobre Patentes del INFO**
www.ifrm-murcia.es/peral/

7.2. Forma jurídica que adoptará la empresa

La empresa tendrá que elegir entre alguna de las formas jurídicas existentes: autónomo, sociedad mercantil, sociedad laboral, cooperativa, entre otras. No existe una estructura legal mejor o peor en sí misma, lo que es necesario es escoger la más adecuada a nuestras necesidades concretas.

Algunos **criterios que deben tenerse en cuenta** en el momento de esta elección son:

- **Número de personas socias:** algunas formas jurídicas tienen límites máximos y mínimos en cuanto al número de personas que crean la empresa.
- **Tipo de responsabilidad de los socios y socias** (limitada o ilimitada): la responsabilidad ilimitada significa que ante deudas contraídas por la empresa, las personas promotoras responden con su patrimonio personal (propiedades, dinero, etc.). Por el contrario la responsabilidad ilimitada significa que ante dificultades de esa índole, la empresa responde con el capital social aportado y quien la promueve no tiene consecuencias en su patrimonio.
- **Dimensión económica y grado de riesgo de nuestro proyecto:** reducido (autónomos), volumen medio (sociedades limitadas), gran volumen (sociedades anónimas).
- **La fiscalidad de la empresa:** las sociedades que tributan por el Impuesto de Sociedades tienen un tipo fijo, mientras que hay otras fórmulas (autónomos, comunidades de bienes, etc.) que lo hacen por el IRPF, el cual es un impuesto progresivo.

Dependiendo del tipo de gravamen, a partir de un determinado volumen de negocio se pagaría más por el IRPF que por el Impuesto de Sociedades, por lo que dependiendo de los beneficios esperados conviene constituirse con una u otra forma jurídica.

- **Posibilidad de admitir a nuevas personas socias:** en las sociedades limitadas es necesaria la autorización del Consejo de Administración para la entrada de nuevos socios y socias, mientras que en las sociedades anónimas se pueden comprar o vender las acciones sin autorización.
- **Papel de las personas promotoras en el trabajo de la empresa:** las sociedades mercantiles limitadas y anónimas recogen la existencia de quienes que solo aportan dinero (capital), pero no trabajan en la empresa. Las sociedades laborales y cooperativas son un tipo de forma jurídica especialmente creadas para el trabajo asociado, es decir, la mayoría o totalidad de quienes son propietarias de la empresa, trabajan a su vez en ella.
- **Tiempo necesario para la creación de la empresa:** la forma jurídica más sencilla, económica y rápida de iniciar es el régimen de autónomos. Las oficinas PAIT también permiten crear en 48 h. las SLNE y las SL.



- La forma jurídica de la empresa hay que escogerla en función de los siguientes criterios:
 - ✓ **Número de personas promotoras.**
 - ✓ **Responsabilidad que se desea asumir.**
 - ✓ **Nivel de riesgo de la actividad y volumen de negocio esperado.**
 - ✓ **Beneficios esperados y sus consecuencias tributarias.**
 - ✓ **Posibilidad de admitir nuevas personas socias.**
 - ✓ **Papel de las personas socias en la empresa.**

FORMAS JURÍDICAS MÁS COMUNES

FORMAS JURÍDICAS DE RESPONSABILIDAD ILIMITADA

FORMA EMPRESARIAL	Nº de Socios/as	Capital Social	Fiscalidad	Régimen laboral de las personas promotoras
Empresariado Individual (autónomo)	1	No se exige	IRPF IVA	Autónomo/a Debe inscribirse en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA)
Comunidad de Bienes (C.B.)	Mínimo 2			Autónomo/a (quienes aporten capital) Hay comuneros/as que sólo aportan trabajo

FORMAS JURÍDICAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

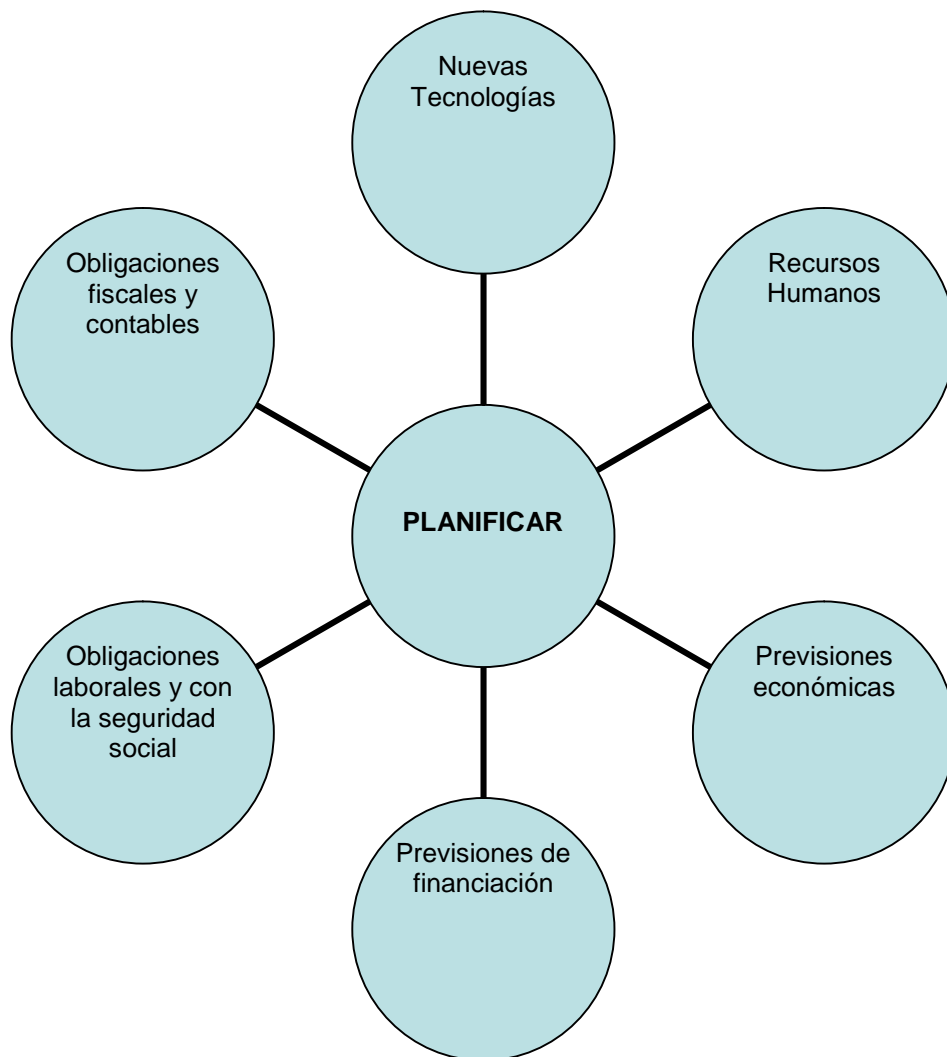
FORMA SOCIETARIA	Nº de Socios/as	Capital Social	Fiscalidad	Régimen laboral de las personas promotoras
Sociedad Limitada (S.L)	Mínimo 1	3.005,06€	IVA Impuesto de Sociedades	El administrador/a será autónomo/a y el resto de personas que trabajen estarán en el régimen general
Sociedad Anónima (S.A)	Mínimo 1	60.101,21€		
Sociedad Limitada de Nueva Empresa (S.L.N.E)	Máximo de 5	3.005,06€		
Sociedad Laboral de Responsabilidad Limitada (S.L.L.)	Mínimo 3	3.005,06€		Las personas socias a su vez trabajan en la empresa
Sociedad Anónima Laboral (S.A.L.)	Mínimo 3	60.101,21€		
Sociedad Cooperativa (Soc. Coop.)	3 (1º Grado) 2 (2º Grado)	Se fija en los Estatutos		IVA Impuesto de Sociedades en régimen especial



- La Sociedad Limitada Nueva Empresa (**SLNE**):
 - ✓ Es un tipo de sociedad especialmente pensada para personas emprendedoras
 - ✓ Tiene ventajas fiscales y contables durante los primeros años de actividad
 - ✓ Se puede crear a través de las oficinas PAIT en 48 h.
 - ✓ Responsabilidad que se desea asumir
 - ✓ Adoptan como denominación legal el nombre y apellidos de una de las personas promotoras

8. Planificar la totalidad

Una de las finalidades del Plan de Empresa es contribuir a la planificación de todo lo necesario para su puesta en marcha, en el presente apartado veremos algunos aspectos que son necesarios planificar o tener en cuenta una vez iniciada la aventura empresarial.



8.1. Nuevas tecnologías en la empresa

- **Presencia de tecnologías de la información y comunicación en la empresa:** procesos y actividades de funcionamiento que se van a desarrollar a través de nuevas tecnologías.
- **Descripción del Hardware y el Software necesario:** relación de todas las herramientas informáticas y telemáticas (equipos, accesorios, complementos, Internet, programas y aplicaciones) necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa. La previsión de estas necesidades deberá incorporarse a los presupuestos de inversión.

8.2. Recursos Humanos

- **Puestos de trabajo necesarios durante el primer año de funcionamiento,** especificando especialmente el papel de quienes promueven la empresa, si van o no a trabajar y en el caso de las sociedades quién va a ocupar el puesto de administración de la empresa.

No debemos confundir al empresariado individual (autónomos) con las personas que son autónomas porque llevan la administración de una sociedad. La legislación permite que las personas encargadas de la administración de una empresa y que a su vez sean propietarias (socias), estén en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), lo que genera unos menores costes de seguridad social.

- **Descripción de funciones de los puestos de trabajo** contemplando la totalidad de las tareas que será necesario desempeñar; el nivel de responsabilidad; los requisitos de formación, experiencia, aptitudes y cualidades que debe poseer la persona que ocupe el puesto; y el tipo de contratación necesaria para cubrirlo.



- **Recursos Humanos.** Además de prever los puestos de trabajo necesarios durante el primer año, hay que responder a las siguientes preguntas sobre cada uno de los puestos que sea necesario crear:
 - ✓ ¿Qué hace?
 - ✓ ¿Para qué lo hace?
 - ✓ ¿Cómo lo debe hacer?
 - ✓ ¿Qué requisitos debe tener quien desarrolle el puesto de trabajo?

- **Previsión de gastos de personal** que deberán incorporarse al presupuesto de gastos de funcionamiento del primer año, contemplando exhaustivamente no solo los salarios, sino también los gastos de seguridad social.

Debemos tener en cuenta que los salarios de los trabajadores/as vendrán dados en base a su categoría, según se establece en los Convenios Colectivos, los cuales son publicados de forma periódica en los boletines oficiales.




- **Costes de personal.** El coste de un trabajador/a viene dado principalmente por dos factores:
 - ✓ **Salario bruto:** Salario + IRPF + Seguridad Social.
 - ✓ **Seguridad Social** soportada por la empresa, que supone un gasto aproximado del 30% del salario bruto.

Se pueden consultar los convenios colectivos en la Dirección General de Trabajo de la CARM:
www.carm.es/empleo

8.3. Previsiones económicas

A lo largo del desarrollo del Plan de Empresa podemos observar que vamos a necesitar muchas cosas y que éstas cuestan dinero. Por eso hay que enumerar todas y cada una de las previsiones de gastos que vamos a tener, con la finalidad de prever nuestra situación en los primeros años de la empresa y conocer si es viable nuestra idea de negocio o los años que tendremos que esperar para que lo sea.

	<p>La previsión para el primer año de gastos e ingresos debe ser lo más realista posible:</p> <p style="text-align: center;">INGRESOS-GASTOS = PÉRDIDAS O GANANCIAS</p> <p>Los costes que vamos a tener en nuestra empresa pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gastos Fijos: alquiler; SS.SS.; mantenimiento, etc. ✓ Gastos Variables: viajes y desplazamientos, servicios externos de asesoramiento, etc. ✓ Gastos de Amortización: parte de la inversión imputable a ese año.
---	---

Los gastos e ingresos previstos los plasmaremos en la *Cuenta de Pérdidas y Ganancias*, considerando de forma separada las inversiones iniciales, que solo constarán como gasto cada en una proporción reducida porque se conciben para su distribución a lo largo de varios años.

Planificación económica del primer año	
Ingresos	Ventas de la empresa.
Gastos fijos	Se producen periódicamente con independencia del nivel de producción, ventas y actividad de la empresa. Suelen ser: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal. ✓ Alquileres. ✓ Asesorías. ✓ ...
Gastos variables	Son aquellos que varían según el nivel de actividad porque están ligados a la producción: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Materia primas. ✓ Transportes. ✓ Primas. ✓ Viajes y desplazamientos. ✓ ...
Gastos de amortización	Parte de la inversión que se impute a ese año.
Resultado del ejercicio	Ingresos – Gastos = Pérdidas o Ganancias.
<p>Una herramienta de planificación económica es el simulador de proyectos que se puede encontrar en: www.panelempresarial.com</p>	

Al analizar la estructura financiera podemos comprobar la salud de nuestro proyecto. No es imprescindible dar beneficios durante el primer año, pero si estimar la viabilidad económica de nuestro proyecto empresarial. El buen funcionamiento de nuestra empresa partirá de tres premisas:

- Rentabilidad de la empresa a medio plazo
- Tesorería positiva (haya siempre dinero en caja)
- La inversión esté cubierta con la financiación

Además hay que considerar que a los resultados del ejercicio habrá que aplicarles los impuestos correspondientes. También debemos tener en cuenta las previsiones del flujo de caja (diferencia entre los cobros y los pagos), facturar no significa cobrar, por lo que tenemos que prever el dinero en efectivo del que vamos a disponer en cada momento, por si fuese necesario buscar financiación adicional.

8.4. Previsiones de financiación

La financiación es la obtención de los fondos necesarios para afrontar situaciones de falta de liquidez por el ritmo del flujo de caja o ante la necesidad de hacer inversiones para la puesta en marcha de nuestro negocio. Estos fondos los obtendremos a través de dos vías:

- **Recursos Propios:** es el capital aportado por las personas promotoras de la empresa. Se recomienda que al menos el 35% de la financiación sea aportada por nosotros mismos.
- **Recursos Ajenos:** son las fuentes de financiación externas que nos facilitarán el capital que nos falte.



Algunas fuentes externas de financiación.

MICROCRÉDITOS (condiciones ventajosas):

- **Instituto de la Mujer. Región de Murcia:** www.imrm.es
- **Instituto de la Mujer (estatal):** www.migualdad.es/mujer
- **Instituto de Fomento de la Región de Murcia:** www.institutofomentomurcia.es
- **Instituto de Crédito Oficial:** www.ico.es

OTRAS FÓRMULAS:

- **Undemur SGR (avales):** www.undemursgr.es
- **Entidades financieras**

8.5. Obligaciones laborales y régimen de la seguridad social.

Desde el inicio de la actividad se deberán afrontar determinadas obligaciones derivadas del régimen laboral y de la seguridad social. Algunas de ellas son:

- ✓ Pago mensual de las cotizaciones a la Seguridad Social del personal: TC1 y TC2 (pagos mensuales de seguridad social).
- ✓ Pago mensual de las cuotas del Régimen General de Trabajadores Autónomos.
- ✓ Elaboración de nóminas.
- ✓ Altas, bajas, elaboración de contratos de trabajo y comunicaciones laborales.



- **Fuentes de información sobre las obligaciones laborales:**

- ✓ **Página web de la Seguridad Social:** www.seg-social.es
- ✓ **Colegio Oficial de Graduados Sociales:** www.cgsmurcia.org
- ✓ **Prevención de Riesgos Laborales. Instituto de Seguridad y Salud Laboral:** www.carm.es/issl

8.6. Principales obligaciones fiscales y contables

- ✓ **Impuesto de Actividades Económicas (IAE):** hoy en día para las empresas pequeñas sólo supone hacer una inscripción de la empresa porque están exentas.
- ✓ **Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA):** posee un tipo general del 16% (con excepciones) no supone un gasto para las empresas porque se compensa el IVA pagado (soportado) con el IVA que se incluye en las facturas de la empresa y que pagan los clientes (repercutido).
- ✓ **Impuesto sobre la Renta de las Persona Físicas (I.R.P.F.):** es aplicable al empresariado individual (no sociedades) y su tipo es progresivo, crece más cuanto más ingresos hayan.

No obstante, también las sociedades tienen las siguientes obligaciones:

- Declaraciones trimestrales y anuales de retenciones de IRPF realizadas en las nóminas del personal (modelos 110 y 190).
- Declaraciones trimestrales y anuales de retenciones de IRPF realizadas en las facturas de alquileres de locales y oficinas (modelos 115 y 180).
- ✓ **Impuesto de sociedades (I.S.):** impuesto de carácter anual con pagos fraccionados y un tipo de 25% sobre beneficios para las empresas pequeñas.
- ✓ **Declaraciones:** en función de la actividad de la empresa hay múltiples declaraciones. Una de las más genéricas es la presentación anual del modelo 347, en el que hay que declarar las operaciones realizadas con terceros que superen los 3.005,06 euros.
- ✓ **Contabilidad, libros registro y depósito de cuentas:** la empresa debe llevar al día la contabilidad y una serie de libros registro. Anualmente se presentan en el Registro Mercantil los libros de contabilidad y el depósito de cuentas anual.

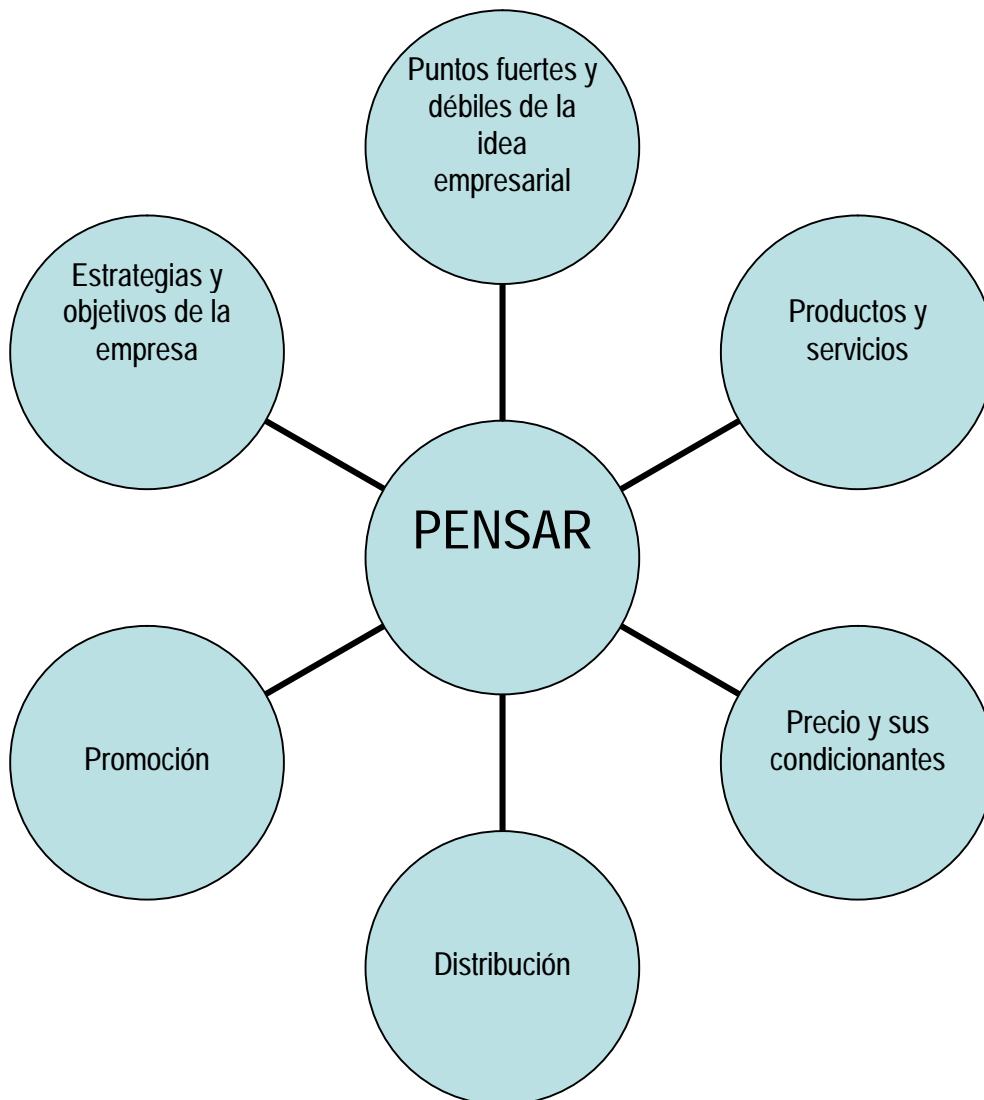


- **Fuentes de información sobre las obligaciones fiscales y contables:**

- ✓ **Página web de la Agencia Estatal de Administración Tributaria:** www.aeat.es
- ✓ **Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales**
www.ctmemurcia.com
- ✓ **Colegio de Economistas**
www.economistasmurcia.com

9. Pensar y desarrollar

Para prever y planificar el desarrollo inicial del negocio, hace falta realizar un esfuerzo intelectual especial en algunos apartados del Plan de Empresa, pensando en el futuro y adelantándose a posibles problemas o situaciones.



9.1. Puntos fuertes y débiles de tu proyecto empresarial

Este análisis se elabora mediante lo que se conoce como DAFO y consiste en diagnosticar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que se prevén para tu proyecto empresarial. La diferencia entre estos conceptos es la siguiente:

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Puntos débiles de la idea empresarial y de sus productos y/o servicios	Puntos fuertes de la idea empresarial y de sus productos y/o servicios
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Debilidades en relación al entorno: mercado, sociedad, legislación, etc.	Fortalezas en relación al entorno: mercado, sociedad, legislación, etc.

En tu Plan de Empresa tendrás que hacer constar un cuadro como este y enumerar de manera sucinta cuál es el punto de partida de la empresa, colocando los puntos débiles y puntos fuertes en el cuadro correspondiente.

9.2. Estrategias y objetivos de la empresa

Debemos definir nuestros objetivos y las estrategias a seguir para la consecución de estos. Hay que responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué queremos alcanzar y en que plazo? > Objetivos a alcanzar
- ¿Qué vías o estrategias vamos a utilizar? > Estrategias a seguir

Las estrategias se deberán formular en función del análisis y conocimiento previo del mercado, clientes y competencia.


Se trata de encontrar una forma de actuar que nos haga ser competitivos, bien por centrarnos en un tipo de cliente especial, por aplicar a nuestro producto/servicio unas características y cualidades o bien por cualquier otra vía que consiga distinguirnos de la competencia o posicionarnos adecuadamente en el mercado.

Existen varios aspectos a partir de los cuáles se puede construir una estrategia, los más comunes son:

- **Atributos o cualidades físicas** de la empresa o de sus productos y servicios: modernos, a la moda, innovadores, de un estilo especial, nuevos materiales, con una imagen de marca que transmita determinados valores, etc.
- **Relación calidad-precio:** alta calidad, productos exclusivos, bajo precio y alto volumen de ventas, entre otras.
- **Uso o aplicación de los productos/servicios:** utilidades especiales de los productos y servicios, innovación, etc.
- **Servicio postventa y complementarios:** garantías, cuidado especial de los clientes.
- **Respecto a la competencia:** estrategia de diferenciación, imitación, etc.


9.3. Producto/Servicio

Será necesario pensar y delimitar los productos o servicios que vaya a ofrecer la empresa. Así podemos realizar una descripción de su tipología y características principales.

	<ul style="list-style-type: none">• Productos/servicios. Para delimitar correctamente nuestros productos y servicios, hay que fijar sus principales características.<ul style="list-style-type: none">✓ Necesidades que cubre✓ Ventajas que posee✓ Estilo y diseño✓ Garantía, nivel de calidad y cualidades✓ Valores que transmite✓ etc.
---	--

9.4. Precio y condicionantes del mismo

Desde el inicio y en coherencia con las estrategias que definamos, hay que realizar una aproximación al precio que van a tener nuestros productos o servicios y los criterios que seguimos para adoptar nuestras políticas de precios.

	<ul style="list-style-type: none">• Condicionantes para fijar los precios. Los principales aspectos que se consideran para fijar la política de precios de los productos y servicios son:<ul style="list-style-type: none">✓ Costes producción, logística, entre otros.✓ Precios de la competencia y del mercado.✓ Beneficio necesario o expectativas del mismo.✓ Gastos de financiación.
---	---

9.5. Distribución

Debemos hacer una descripción de cuales serán nuestros circuitos de distribución, teniendo en cuenta factores como la existencia de intermediarios, los costes añadidos que tendrá esta distribución, las necesidades de transporte, mensajería, puntos de distribución, ámbito territorial y tipos de punto de distribución, entre otros.

9.6. Promoción

La promoción es lo que nos permitirá dar a conocer nuestro producto/servicio y las necesidades que satisface. Con la promoción se consigue dar notoriedad a nuestra empresa, productos y servicios, con un estilo propio y distintivo de nuestra empresa.

Dentro de este apartado debemos desarrollar lo siguiente:

- Argumentos de promoción y venta
- Canales de promoción a utilizar: publicidad en medios, página web, folletos, boca a boca, etc.
- Utilización de ofertas, descuentos, promociones, entre otras.

10. Hacer y actuar

Una vez desarrollado el Plan de Empresa ya puedes iniciar los trámites de creación de tu empresa. En este punto tienes tres opciones principales:

- **Acudir a un profesional:**
 - ✓ **Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales**
www.ctmemurcia.com
 - ✓ **Colegio de Economistas**
www.economistasmurcia.com
- **Acudir a un PAIT** – Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (SLNE y SL).
- **Iniciar tú la creación de la empresa**

TIEMPO NECESARIO ESTIMADO PARA FORMALIZAR UNA EMPRESA	
A través de un PAIT	Días (48 h.)
Autónomo	Días
Sociedad a través de un profesional	Semanas
Sociedad creándola paso a paso por tus propios medios	Semanas

10.1. Empresariado individual (Régimen Especial de Trabajadores Autónomos)

Las personas emprendedoras que vayan a comenzar un negocio de una envergadura moderada pueden escoger este régimen para iniciar su actividad. Los pasos son relativamente simples y requieren:

- **Realizar una Declaración Censal y el alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE)** en cualquiera de las Delegaciones de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, utilizando para ello el modelo 036.
- Acudir a cualquier oficina de la Tesorería General de la Seguridad Social e **inscribirse en el RETA** – Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. A partir de entonces se deberán abonar las cuotas de autónomos que varían entre 180 € (bonificada para el inicio de la actividad) y 250 €

10.2. Creación de sociedades.

Una persona emprendedora, bien por si misma o con la ayuda de un profesional, tendrá de realizar gestiones en los siguientes pasos que describimos a continuación.

- a. **Comprobar que la denominación a adoptar no está ocupada:** es lo que se denomina como solicitud negativa de la denominación

Se realiza ante el Registro Mercantil Central (www.rmc.es) o para las cooperativas y sociedades laborales ante el Registro Central de las mismas.

- b. **Depositar el capital social en una entidad financiera y solicitar una certificación del depósito:** se puede hacer en cualquier banco o caja.

- c. **Elaboración de los estatutos y firma ante notario:** cuando se contrata a un profesional, normalmente nos facilitan un modelo de estatutos que se firma ante notario.

Hoy en día la mayoría de notarios/as hacen la gestión de solicitud de CIF provisional en el acto de la firma de los estatutos a través de medios telemáticos.

- d. **Pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados:** la creación de sociedades requiere pagar este impuesto con el modelo 600 en cualquier de las oficinas de la Dirección General de Tributos de la CARM.

- e. **Inscripción de la Sociedad y legalización de los libros oficiales:**

Por regla general se inscriben en el Registro Mercantil en la Delegación de Murcia. Las sociedades laborales y cooperativas deben hacerlo en el Registro de Cooperativas y Sociedades Laborales de la Consejería de Empleo y Formación.

- f. **Alta en el IAE y obtención del CIF definitivo:** en las oficinas de la AEAT (modelo 036).

- g. **Obtención del número patronal en la Seguridad Social:** en las oficinas de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Si quien vaya a ocuparse de la administración de la empresa es una persona socia de la misma, podrá aprovecharse este paso para darse de alta en el RETA.

10.3. PAIT. Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (creación SLNE y SL)

Los PAIT son oficinas que permiten de manera telemática constituir sociedades a través del Documento Único Electrónico, con el cual se realizan por vía telemática y de manera simultánea varias gestiones y pasos de creación de una empresa ante diferentes administraciones públicas. En la Región de Murcia se pueden crear SLNE en todos los PAIT y en algunas de ellas también SL.



- **A través de un PAIT se pueden crear empresas en 48 h.**
 - ✓ Existe un coste estandarizado de las gestiones, por lo que no se encarece la tramitación.
 - ✓ Sólo requiere desplazarse adicionalmente para la firma ante notario.
 - ✓ Los estatutos a adoptar siguen un modelo preestablecido de manera que se ahorre tiempo en la tramitación.

EN CARTAGENA:

- **Ventanilla Única Empresarial (Cámara de Comercio de Cartagena)**
c/ Muelle Alfonso XII, s/n – 30201 Cartagena
Tel. 968 507 050
E-mail: Ramiro.jr@cocin-cartagena.es

EN OTROS MUNICIPIOS:

- **Instituto de Fomento de la Región de Murcia
SLNE y SL**
Avda. de La Fama, 3 – 30003 Murcia
Tel. 968 362 839 / E-mail: pait@info.carm.es
- **Ventanilla Única Empresarial – Murcia (Cámara de Comercio de Murcia). SLNE y SL**
Plaza San Bartolomé, 3 – 30004 Murcia
Tel. 968 229 434 /
E-mail: jtortosa@camaramurcia.es
- **CROEM SLNE y SL**
c/ Acisclo Díaz, Edif. CROEM – 30005 Murcia
Tel. 968 293 800
E-mail: mjtortes@croem.es
- **ASNEPA MURCIA**
c/ Condestable, 3 1º izq. – 30009 Murcia
Tel. 968 299 838
E-mail: murcia@autonomos-asnepa.com
- **Ayuntamiento de Santomera**
Camino de la Mina, 6 – 30140 Santomera
Tel. 968 863 192
E-mail: vivero@ayuntamientodesantomera.com

10.4. Lugares donde realizar trámites para la creación de empresas

Tramitación de gestiones con diferentes administraciones en un solo lugar:

- **Ventanilla Única Empresarial**
Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena
c/ Muelle Alfonso XII, s/n – 30201 Cartagena
Tel. 968 321 335 / E-mail: cartagena@ventanillaempresarial.org

Inscripción de empresas:

- **Registro Mercantil de Murcia**
Avda. Teniente Montesinos, 8 – 30011 Murcia
Tel. 968 237 958
- **Registro de Cooperativas y Sociedades Laborales**
Avda. de la Fama, 3 – 30003 Murcia
Tel. 968 366 996

Declaraciones, altas y pago de impuestos:

- **Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)**
c/ Campos, 2 – 30201 Cartagena
Tel. 968 333 300 / Web: www.aeat.es
Trámites: obtención del CIF y alta en el IAE
- **Dirección General de Tributos. Comunidad Autónoma**
c/ Campos 4 (antiguo edificio Banco de España)
Tel. 968 123 411
Trámites: liquidación del ITPAJD
- **Tesorería General de la Seguridad Social**
c/ Caridad, 13 – 30202 Cartagena
Tel. 968 501648 / Web: www.seg-social.es
Trámites: alta de la empresa, trabajadores y obtención del número patronal.

Otros trámites:

- **Inspección de Trabajo de la Seguridad Social**
c/ Molina de Segura, 1, Edif. Eroica – 30001 Murcia
Tel. 968 278 950
Trámites: legalización del libro de visitas
- **Ayuntamiento del Municipio donde radiquen las oficinas/locales de la empresa**
 - ✓ **Ventanillas Únicas.** Trámites: comunicación de apertura del centro de trabajo a la D.G. de Trabajo.
 - ✓ **Gerencia de urbanismo.** Trámite: obtención de licencia de obras/apertura.

11. Subvenciones y recursos para la mujer emprendedora

11.1. Recursos de acceso general

Tipo de recurso	Descripción	Entidad y referencia
Subvenciones	Innovación, desarrollo empresarial, internacionalización, equipamientos y otras	Instituto de Fomento de la Región de Murcia www.institutofomentomurcia.es
	Economía social, fomento del empleo estable, autoempleo	Servicio de Empleo y Formación www.sefcarm.es
	Modalidad de pago único de prestaciones por desempleo	D.G. Trabajo www.carm.es/empleo
	Prevención de Riesgos Laborales	INEM www.inem.es
Microcréditos	Créditos con condiciones preferentes respecto a acceso y tipos de interés	Instituto de Fomento de la Región de Murcia www.institutofomentomurcia.es
		Instituto de Crédito Oficial www.ico.es

11.2. Recursos de acceso específico para mujeres

Tipo de recurso	Descripción	Entidad y referencia
Subvenciones	Subvenciones para emprendedoras: gastos de primer establecimiento, personal, alquileres, publicidad, formación y equipamiento informático	Instituto de la Mujer Región de Murcia www.imrm.es
		Instituto de la Mujer. Ministerio de Igualdad www.migualdad.es/mujer
Formación	Formación para emprendedoras y empresarias	Instituto de la Mujer Región de Murcia www.imrm.es
Microcréditos	Créditos con condiciones preferentes respecto a acceso y tipos de interés	Instituto de la Mujer Región de Murcia www.imrm.es
		Instituto de la Mujer. Ministerio de Igualdad www.migualdad.es/mujer
Información y asesoramiento	Complejo Virtual para Empresarias	www.soyempresaria.com
	Canal de TV virtual para la mejor empresaria	www.soyempresaria.tv
	Portal para Emprendedoras	Banco Mundial de la Mujer www.autoempleomujer.com
	Programa PAEM de información y asesoramiento	www.e-empresarias.net

12. Principales direcciones de interés para obtener información y asesoramiento

12.1. Entidades regionales:

- **Instituto de la Mujer de la Región de Murcia**
Avda. Infante D. Juan Manuel, 14 – 30071 Murcia
Tel. 968 357 236 / Web: www.imrm.es
- **Instituto de Fomento de La Región de Murcia (INFO)**
Avda. de La Fama, 3 – 30003 Murcia
Tel. 968 362 800 – Fax. 968 362 840
www.ifrm-murcia.es
- **Organización Murciana de Mujeres Empresarias (OMEP)**
c/ Acisclo Díaz, 3ª Planta, Edif. CROEM – 30005 Murcia
Tel. 968 285607 – Fax. 968 281 491
E-mail: omep@omep.es / web: www.omep.es
- **Red de Centros Locales de Empleo para Mujeres y Jóvenes**
www.clermurcia.net
- **Red de Oficinas de la Red PuntoPyme**
www.redpuntopyme.org
- **Servicio de Empleo y Formación de la Región de Murcia**
Avda. Infante Juan Manuel, 14 – 30011 Murcia
Tel. 968 366 867 / Web: www.sefcarm.es

12.2. Entidades comarcales:

- **Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena. COEC**
c/ Carlos III, 1 entlo. – 30201 Cartagena
Tel. 968 533 130
www.coec.es

Delegaciones Territoriales:

Fuente Alamo

C/ Gran Vía, 8 – 1º Izq - 30320 Fuente Álamo
Tel/Fax. 968 597 439

Torre Pacheco

Avda. Adolfo Suarez (junto velódromo) – 30700 Torre Pacheco
Tel. 968 585 487 / Fax. 968 336 430

- **Agencia de Desarrollo Local y Empleo. Ayuntamiento de Cartagena**
c/ Caridad, Edif. Casa Moreno – 30202 Cartagena
Tel. 968 523 451/ 500 029 – Fax. 968 523 706
www.cartagena.es

- **AJE Cartagena y Comarca**
Asociación de Jóvenes Empresarios Cartagena y Comarca
Plaza de España, 12, 3ª Planta – 30201 Cartagena
Tel. / Fax. 968 121 334
www.ajecartagena.com
- **Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena**
Paseo Alfonso XII, s/n – 30202 Cartagena
Tel. 968 507 050
www.cocin-cartagena.es
- **Club de Emprendedores de la Universidad Politécnica de Cartagena**
www.emprendedores.upct.es
- **Oficina INFO – CEEIC-Cartagena**
c/ Berlín, Parcela 3F – 30395 Pol. Ind. Cabezo Beaza (Cartagena)
Tel. 968 521017 - www.ceeic.com

12.3. Entidades estatales:

- **Centro de Información y Red de Creación de Empresas:** www.circe.es
- **Dirección General de Política de la Pyme.** Ministerio de Industria, Turismo y Comercio:
www.ipyme.org
- **Instituto de la Mujer.** Ministerio de Igualdad: www.migualdad.es/mujer
- **Ventanillas Únicas Empresariales:** www.ventanillaempresarial.org

Con la colaboración de:

