



YO TAMBIÉN EMPRENDO

Guía de Emprendimiento Juvenil

Edición y dirección

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.
Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo.
Junta de Andalucía.

Realización

Equipo de Alto Rendimiento de Autónomos de Andalucía Emprende (EAR Autónomos)
Equipo de Alto Rendimiento de Financiación de Andalucía Emprende (EAR Financiación)
Equipo de Alto Rendimiento de Emprendimiento e Innovación Social de Andalucía Emprende
(EAR Emprendimiento e Innovación Social)
Equipo de Alto Rendimiento de Economía Social de Andalucía Emprende (EAR Economía Social)
Equipo de Alto Rendimiento de Transformación Digital de Andalucía Emprende (EAR Transformación Digital)
Equipo de Alto Rendimiento de Coaching para el Autoempleo de Andalucía Emprende
(EAR Coaching para el Autoempleo)

Índice

Módulo 01 ... p. 4

¿A quién va dirigida esta Guía? Perfil del emprendedor joven

Módulo 02 ... p. 12

Tengo una idea de negocio ¿Cómo la convierto en un proyecto viable y sostenible?

Módulo 03 ... p. 36

Financiación

Módulo 04 ... p. 50

Los primeros pasos como persona autónoma

Módulo 05 ... p. 70

Emprender con socios

Módulo 06 ... p. 86

Herramientas entorno digital para emprender

Módulo 07 ... p. 126

¿Quién me puede ayudar?

¿A quién va dirigida esta Guía?

Perfil del emprendedor joven

01. Tipos de Emprendimiento

02. Consejos a los jóvenes emprendedores

01



01. ¿A quién va dirigida esta Guía? Perfil del emprendedor joven

Esta guía va dirigida a jóvenes con ideas y proyectos con ganas de mejorar el mundo y con la que esperamos poder dar respuesta a las dificultades manifestadas para llevar a cabo sus iniciativas empresariales.

Según la II encuesta de Jóvenes Emprendedores 1 de cada 3 jóvenes españoles querría emprender, pero el 77% considera que es muy difícil llevarlo a cabo. El emprendimiento comienza a verse como una vía de empleo, tanto para quienes están iniciándose en el mercado como para aquellos que ya cuentan con experiencia.

Las principales razones que encuentran para pensar en emprender son, en primer lugar, la ilusión de hacer algo propio (67% de respuestas), seguido de la necesidad de tener independencia personal (47%) y porque han detectado una oportunidad empresarial que puede tener éxito (43,7%).

Sin embargo, 3 de cada 4 jóvenes piensan que es muy difícil emprender y señalan como principales obstáculos para ello la falta de capital para poner en marcha el negocio (47%), la falta de una idea clara que pueda tener éxito (28,2%), el desconocimiento de los trámites a seguir (14,4%) y los impuestos a pagar (13,7%).

A pesar de que el principal problema manifestado para emprender es la falta de capital, el 79% manifiesta desconocer cuáles son las vías de financiación para nuevas empresas promovidas desde la administración.

A pesar de todas estas dificultades indicadas por los jóvenes para emprender, son muy populares entre los jóvenes, aquellos emprendedores que lograron a una corta edad llevar con éxito una idea empresarial en muchos casos cuando aún no han cumplido la mayoría de edad. Probablemente sepas que Mark Zuckerberg, el “CEO” de Facebook, creó la red social con sólo 19 años.

Aunque los mayores referentes de jóvenes emprendedores de éxito, suelen ser norteamericanos, en España, también son numerosos los casos de jóvenes emprendedores, que han logrado el éxito en la puesta en marcha de sus proyectos empresariales, muchos de ellos vinculados al nuevo entorno digital hacia el que se va encaminando la sociedad y casi siempre también buscando la generación de un impacto social y la sostenibilidad y no tan solo la generación de altas rentabilidades económicas.

Dentro de este grupo de jóvenes emprendedores de “éxito”, podemos citar los casos como el del sevillano Pablo Vidarte, creador de Bioo, un proyecto líder de Arkyne para la generación de electricidad a partir de la fotosíntesis de las plantas; Uriel Romero y su proyecto Nekuno, una app que, gracias al uso de la inteligencia artificial, conecta a personas con empresas y otras personas con gustos e intereses afines, un proyecto que la llevó a figurar en la lista Forbes “30 under 30”. Los emprendedores con discapacidad Diego Soliveres, Aitor Carratalá y Roberto Mohedano, creadores de la firma de calzado deportivo Timpers, iniciaron una empresa desde su afición al fútbol, y superando el hándicap adicional de sus discapacidades, o el caso de Gabriel Esteban, David Riudor y Carlos Rodríguez Guillen, creadores de la Fintech social GOIN.” Estos

Razones
para emprender

Ilusión

67%

Independencia
personal

47%

Oportunidad
empresarial

44,7%

casos citados son tan solo un reducido elenco de por fortuna, una cada vez mayor lista de jóvenes emprendedores, que son capaces de llevar a cabo sus proyectos empresariales con éxito, y todos ellos con un componente común como es la capacidad de los mismos de generar un impacto social positivo.

Estos jóvenes emprendedores han sabido cómo superar las múltiples dificultades para llevar a buen término sus proyectos, animados en la posibilidad de mejorar el planeta o la sociedad con ellos, gracias también a que muchos de estos proyectos se basaban fundamentalmente en un conocimiento o proceso que no precisaba para llevarlo a cabo de una gran inversión de capital, con lo que ya superaban lo que se considera la mayor dificultad para emprender de los jóvenes, que es su falta de capital.

Sin embargo, todos estos jóvenes tienen una alta competencia social que les ha hecho entender perfectamente qué necesidades tiene la nueva sociedad, una sociedad cada vez más digital y con un creciente compromiso social y medioambiental; por otro lado, esta competencia social les ha facilitado establecer y mantener relaciones con otras personas, algo fundamental para un emprendedor, quien tiene que relacionarse con otros colaboradores, clientes, proveedores, inversores, trabajadores, etc.



También estos jóvenes han considerado que nunca es muy pronto para poner tu primer negocio y, previamente, llevaron anteriormente otras iniciativas que les ayudaron posteriormente a los casos de éxito por los que han sido aquí citados.

La vida de un emprendedor suele estar llena de desafíos y frustraciones, sin embargo, ya te hemos citado un pequeño elenco de emprendedores capaces de superar dichos desafíos. Aunque hay muchísimos más emprendedores de los aquí citados, seguro que tú si te paras a pensar un momento eres capaz de identificar algún otro emprendedor en tu entorno, que nos demuestran que nada es imposible.

En esta guía partiremos desde la idea de negocio, cómo surgen las ideas y cómo se transforman las mismas en proyectos empresariales viables, siendo empáticos y capaces de ponernos en el rol de los usuarios de nuestra empresa. Hay un capítulo sobre lo que nos ayudará a identificar cuáles son las necesidades de financiación que tendremos que considerar para llevar a cabo nuestro proyecto, cuáles son las mejores opciones y cómo podemos conseguir obtener esta financiación. El cuarto capítulo trata sobre cuáles son las obligaciones y trámites que tiene que llevar a cabo un emprendedor para convertirse en empresario. El capítulo sobre el emprendedor con socios ofrece cuáles son las posibilidades para llevar a cabo un proyecto empresarial colectivo con diversos tipos de socios que se integren en el mismo, donde se tratará los diversos roles que pueden asumir en el proyecto los socios y qué tipo de sociedad interesa crear en función de los roles a asumir por los socios. Dado que como ya se ha indicado la sociedad actual es cada vez más digital en su forma de relacionarse o consumir, la forma en la que las nuevas empresas ofrezcan o presten sus productos y/o servicios debe ser por tanto también más digital, así las nuevas empresas deben tener en el centro de sus procesos las nuevas tecnologías, habiendo un capítulo centrado en los nuevos procesos digitales y las nuevas formas de comunicación de la empresa tanto en su ámbito interno, como en su ámbito externo y muy especialmente con sus clientes y usuarios. Y como sabemos que, lo que ya han hecho otros emprendedores y cómo lo han hecho, puede ser muy inspirador para vosotros, hay un capítulo dedicado a casos de éxito de empresas usuarias de los servicios de Andalucía Emprende llevadas a cabo por jóvenes emprendedores andaluces.

02. Tipos de Emprendimiento

Hay tantos tipos de emprendimiento como emprendedores o como usuarios de los servicios/productos de las empresas, pero a efectos de analizar qué tipos de emprendimientos son más factibles de poderse llevar a cabo por los jóvenes clasificamos los emprendimientos en cuatro tipos:

01

Emprendimiento de pequeños negocios

En este tipo de proyectos el dueño suele coincidir con el rol de gerente, y suele apoyarse con la propia familia o entorno local. Suelen ser proyectos de autoempleo, para generar ingresos que solvente las necesidades personales del emprendedor y su financiación habitual suele ser la propia conseguida con ahorros previos, préstamos de familiares o amigos y préstamos bancarios.

Ejemplos de este tipo de pequeñas empresas son: peluquerías, tiendas de comestibles, consultores, instaladores, bares, etc.

02

Emprendimiento de un negocio escalable

También conocido como startups, se caracterizan por ofrecer ideas innovadoras y tras el desarrollo de los prototipos iniciales y primeras verificaciones de que dicha innovación se adapta a una necesidad con un mercado potencial, buscan inversores, que les puedan facilitar el capital necesario para impulsar el proyecto en otros mercados. Existen cada vez más lo que se conocen como aceleradoras de startups, donde los emprendedores participan de programas ofrecidos por éstas, donde son asesorados y formados, para perfeccionar sus negocios, y resultar más atractivos para conseguir inversores.

Ejemplos de este tipo de negocios escalables son: Facebook, Netflix, o las españolas Cabify, Glovo, Smartick, etc.

03

Emprendimiento de grandes empresas

Las grandes empresas son aquellas que llevan a cabo la prestación de productos o servicios, pero que para llevar a cabo su actividad disponen de numerosos recursos propios, que no resultan accesibles para la mayoría del resto de las empresas. No obstante, aún partiendo de la ventaja de que disponen de grandes recursos igualmente precisan innovar para poder competir con el resto de empresas que operan en los mercados.

Ejemplos de grandes empresas: Microsoft, Apple, Unilever, Nestlé, Volkswagen o Grupo ACS.

04

Emprendimiento social

Los emprendimientos sociales, están orientados a crear productos o servicios que se ponen de manifiesto, por los cambios sociales que se producen tanto en un ámbito local como mundial, buscado la sostenibilidad del planeta, por lo que se centra en generar mejoras tanto desde un aspecto medioambiental como social. Y suelen centrarse más en generar un impacto social positivo que en una rentabilidad financiera elevada, aunque como cualquier empresa, también precisan de dicha rentabilidad financiera.

Ejemplos de emprendimientos sociales son: Apps for Good, Auara, WaterHealth, Change.org, Bridge for Billions, La Exclusiva.

Dentro de estos cuatro tipos de emprendimiento, los jóvenes tienen oportunidades en todos ellos, los primeros suelen ser los más comunes y que presentan menos complicaciones para acometer, y quizás los terceros parecen menos accesibles para los jóvenes, pero también presentan buenas oportunidades para los jóvenes, por la necesidad de innovación que tienen estas empresas y que muchas veces subcontratan con pequeñas empresas.

Pero sin duda es dentro de la categoría 2 y 4, donde los jóvenes andaluces tienen mayor potencial de emprendimiento, tanto por la puesta en valor del gran conocimiento adquirido por los jóvenes, como por la especial sensibilidad social que suelen tener estos.

Consejos a los jóvenes emprendedores.

Emprende en aquello que te apasione, como ya hemos citado el emprendimiento suele estar lleno de obstáculos, y la mejor manera de solventar estos, es que el proyecto que estés acometiendo te apasione, para ello que mejor que tu proyecto esté relacionado con tus intereses personales, de esta manera siempre estarás motivado a sacar adelante tu negocio y podrás aprovechar tus conocimientos y experiencias sobre dicha área, lo que te sitúa en una situación de ventaja, frente a otros posibles competidores.

Calcula cuales serán tus necesidades de financiación, muchos de los proyectos emprendedores, fracasaron por no prever de forma adecuada que necesidad de financiación sería necesaria, y en qué momento precisaríamos de ella. Por ello y aun cuando actualmente hay muchas vías de financiación para los proyectos empresariales, estas deben estar planificadas.

Ponte en el lugar de tu cliente e intenta conocerlo lo más posible, no podemos olvidar que un proyecto empresarial, tendrá éxito si es capaz de satisfacer la necesidad de nuestros clientes, y no si lo creamos en función de lo que prefiere el emprendedor, por ello intenta ser lo más empático posible con tus clientes, y estudia tu mercado y comportamiento del mismo.

Se cauto, pero no le tengas miedo al fracaso, en muchas ocasiones el éxito viene precedido de fracasos previos, intenta aprender de todo lo que hagas y no olvides que eres joven y que se te presentaran otras oportunidades en el futuro.

Intenta que tu objetivo sea compartido con tu equipo, emprender es una aventura de gran envergadura que la mayoría de los casos no puede ser acometida en solitario, casi siempre precisaremos contar con un equipo para poder llevarlo a cabo, y para que el proyecto pueda llegar a buen fin, el objetivo debe ser compartido por todos y complementarse en sus funciones dentro del proyecto, por ello se debe contar dentro del equipo con los conocimientos técnicos pertinentes y las habilidades necesarias para trabajar en equipo.

Ten confianza en ti, sabemos que ser el líder de una empresa emergente no es tarea fácil, por lo que habrá momentos de grandes dudas, lo que se conoce popularmente como la travesía por el desierto, es en esos momentos cuando debes sentirte seguro de lo que estás haciendo y formarte y prepararte para afrontar dichos retos e incrementar tu autoconfianza en el trabajo.



Tengo una idea de negocio, ¿cómo la convierto en un proyecto viable y sostenible?

01. Triángulo del emprendimiento

02. Fases del emprendimiento

03. Aterriza tu idea

04. Construye el modelo de negocio utilizando el método del lienzo.

05. Lean startup, más que un método

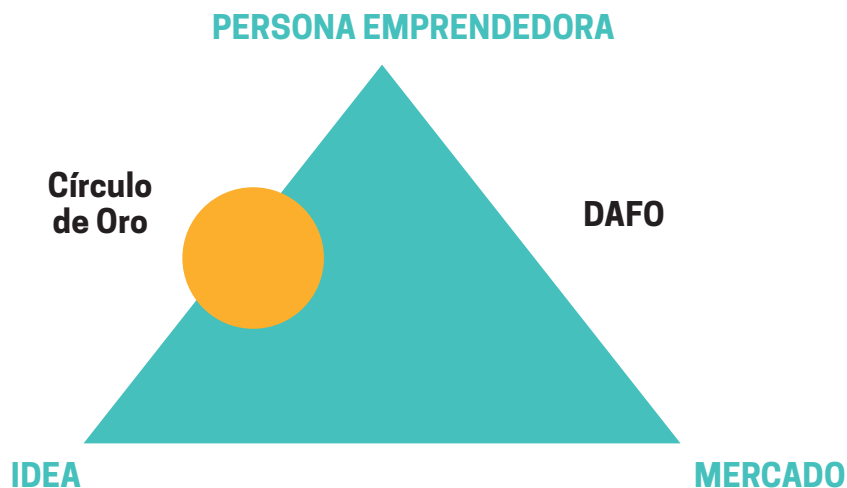
02



01. Triángulo del emprendimiento

¿Cómo es emprender hoy en día?

Es necesario conocer cómo es el proceso de emprendimiento en la actualidad, cuáles son los elementos básicos para poner en marcha una idea de negocio y acercarnos al uso de herramientas ágiles de validación. Hablar de emprendimiento supone hablar sobre tres vértices de un mismo triángulo: persona, idea y mercado.



¿Qué decir de la persona emprendedora?

¿Cómo crees que son las personas emprendedoras?

¿Alguna especie de superhéroe o superheroína?

¿Alguien con algún gen especial?



Una persona emprendedora es una persona que decide poner en marcha un proyecto o empresa y con una idea clara: No pierden nada intentándolo. Vale la pena intentarlo.

Una persona emprendedora es quien decide tomar un papel activo y buscar una solución a una necesidad o problema del cliente. Es quien decide ser capitán de su destino. Ser actor o actriz principal en su vida profesional, creando un proyecto empresarial para dar respuesta a una necesidad.

De la persona emprendedora se requiere: Perder el miedo a equivocarse, rigor en el trabajo, constancia en el aprendizaje y entrenamiento.

Ya tenemos las claves de una persona emprendedora y ahora hay que partir de una **IDEA de empresa** suficiente, es decir, un hilo del que tirar y tomar contacto con el mercado desde el principio, porque sabemos que no hay negocio sin clientes. Así que, antes de poner un euro en marcha, comprobamos que tenemos clientes antes de la primera inversión. Controlamos los riesgos y emprendemos poco a poco y con el menor dinero posible.

La idea puede surgir de una necesidad o un problema que identifiques que es importante para el cliente y busques la forma de darle respuesta a través de tu idea de negocio.

Puedes empezar a cuestionarte el por qué de tu idea. “las personas no compran lo que haces sino por qué lo haces” Simon Sinek.

Tu modelo de negocio tiene que sustentarse en tu propósito, en el por qué. Podrás modificar, pivotar o iterar sobre la estrategia planteada, pero tu porqué será lo que te recuerden. Reflexiona sobre esto antes de poner en marcha tu proyecto.

Te proponemos para ello una herramienta denominada **El Círculo de Oro**, de Simon Sinek para definir el propósito de tu proyecto, que además te va a servir para comunicar a tus clientes y usuarios.



Herramienta: Círculo de oro. Definir:

1

¿Por qué desarrollas estos productos o servicios?
¿Cuál es tu visión, o propósito al hacerlo, tu pasión, tu creencia?

2

¿Cómo haces posible que estos productos o servicios sean únicos?
¿Cuál es tu propuesta de valor?

3

¿Qué productos o servicios desarrollas?

Para crear una oportunidad de negocio tenemos que conocer el entorno y la competencia y conocer los insights de nuestros potenciales clientes, llevando a cabo una serie de actividades de observación y comprensión. Te proponemos realizar el análisis DAFO que te ayudará a ordenar las acciones que deberás realizar para aprovechar las oportunidades, hacer frente a las amenazas, reforzar las fortalezas y tener cuidado con las debilidades.

Herramienta: Análisis Dafo

- Piensa en todas las amenazas y oportunidades que has detectado en el entorno y sitúalas en el cuadrante de la plantilla.
- Piensa en las fortalezas que tiene tu proyecto para hacer frente a esas amenazas y aprovechar esas oportunidades.
- Considera qué debilidades tiene tu proyecto, qué aspectos deberías potenciar para poder seguir siendo competitivo.

DEBILIDADES

AMENAZAS

FORTALEZAS

OPORTUNIDADES

02. Fases del emprendimiento

Todo proyecto de empresa pasa por distintas fases:

FASE DE IDEACIÓN	Segmentación cliente	Mapa de empatía. Propuesta de Valor	Primer canvas
FASE DE VALIDACIÓN (salida al mercado)	Entrevista de clientes. Comunicación	Mi primer prototipo	Pivotar
CONSTRUYENDO	Enfoque Lean		Arranque de proyecto

Te contamos cuales son estas fases brevemente:

1. Fase de ideación:

Esta fase es en la que piensas sobre tu proyecto, esto es qué quieres hacer y cómo vas a ganar dinero haciendo lo que quieres hacer. Realizamos un **primer aterrizaje de la IDEA** que significa hacer la primera confrontación con el mercado. Más adelante te ofrecemos herramientas para este trabajo.

2. Fase de validación:

Una vez que tienes el primer planteamiento de tu negocio (primer Modelo de Negocio), hemos de testar con el mercado para validar. Así iniciamos un trabajo de ida y vuelta, del papel a la calle, que te va a permitir poner en marcha el negocio con los riesgos medidos.

3. Fase de construcción del proyecto:

En esta fase acabaremos por construir un mecanismo sostenible y duradero en el tiempo que genere valor. Esto es, ni más ni menos, que construir una empresa. Aquí entraremos de lleno en la metodología Lean Start-up.

03. Aterriza tu idea

Tira del hilo de la idea. Comprueba que puede convertirse en negocio. Para iniciar tu emprendimiento debes comenzar por plantearte una serie de cuestiones sobre la idea que quieres poner en marcha, y que son las que aparecen en el siguiente cuadro.

Te proponemos que completes tu primer esquema de tu modelo de negocio, siguiendo el orden que aparece en la siguiente plantilla:

Aquí te proponemos anotar el primer esquema de tu modelo de negocio:



Tu idea de negocio

Describe tu idea con no más de 50 palabras

Clientes

Quiénes van a ser tus clientes en tu MdN

¿Qué resuelves?

Describe el problema/necesidad/deseo que resuelves a estos clientes

¿Qué vendes?

Describe tus productos/servicios y cómo aportas valor para lo anterior

¿Cómo monetizas tu idea?

Describe porqué y cómo van a pagar los clientes y el cuanto si ya lo has pensado

04. Construye el modelo de negocio utilizando el método del lienzo.

En muchos casos, la persona emprendedora tiene una idea potencialmente válida, pero fracasa en la formulación de la empresa, o de otra manera, no consigue convertir la idea en un mecanismo sostenible de creación de valor. Para ayudarnos en este cometido utilizamos el lienzo CANVAS que va a ser la herramienta central de esta guía a partir de ahora.

Y... ¿Qué es un modelo de negocio?

Es la descripción de cómo compete una empresa en el mercado de una forma muy sencilla: qué hace la empresa y cómo gana dinero haciendo lo que hace.

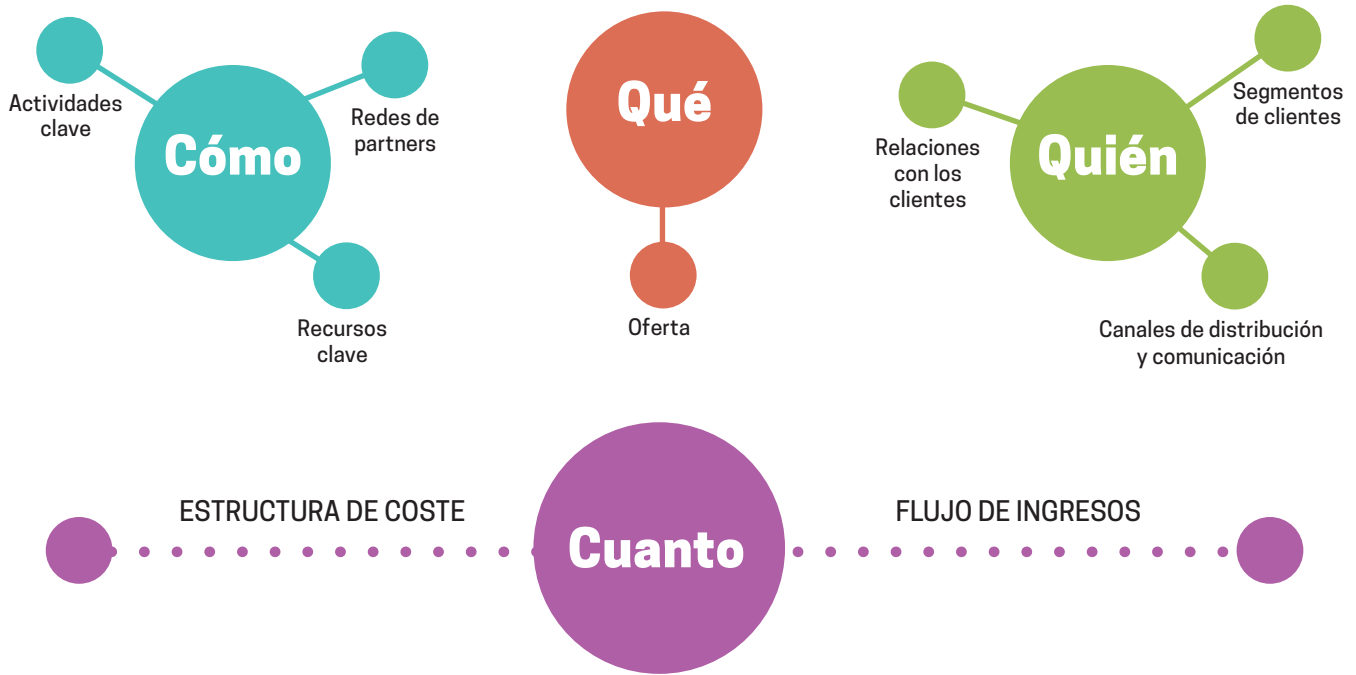
Podemos definir el Modelo de Negocio de una empresa o un proyecto de empresa como: la lógica de cómo la organización creará, entregará y capturará valor. Para ello introducimos dos cuestiones:

- **¿Cuál es la historia de la empresa?**
- **¿Cómo la empresa gana dinero a partir de la historia?**

A partir de estas preguntas podemos bajar a un nivel mayor de detalle y plantear las siguientes preguntas:

- **¿A quién servimos? Quiénes son nuestros clientes potenciales.**
- **¿Qué ofrecemos?Cuál es nuestra oferta, nuestra propuesta de valor.**
- **¿Cómo lo hacemos? Cuáles son las actividades, los recursos y la cadena de valor de nuestras operaciones.**
- **¿Cómo ganamos dinero? Cómo estimar nuestros ingresos, nuestros costes y la generación de beneficios.**

Te proponemos responder a estas preguntas desde el planteamiento del método Canvas o método del Lienzo, colocando las respuestas en la siguiente disposición:



Además hay dos cuestiones de carácter general que tienen interés a la hora de evaluar el Modelo de Negocio:

- **¿Por qué es distinto? y ¿Qué ventajas aporta a nuestros clientes?Cuál es la diferenciación respecto de la competencia.**
- **¿Cuáles son los elementos clave para que nuestro modelo funcione en el mercado?**

Así, tenemos un marco que está constituido por cuatro elementos (Quién, Qué, Cómo, Cuanto).

Hagamos una descripción un poco más rigurosa de los mismos: Un Modelo de Negocio consta de:

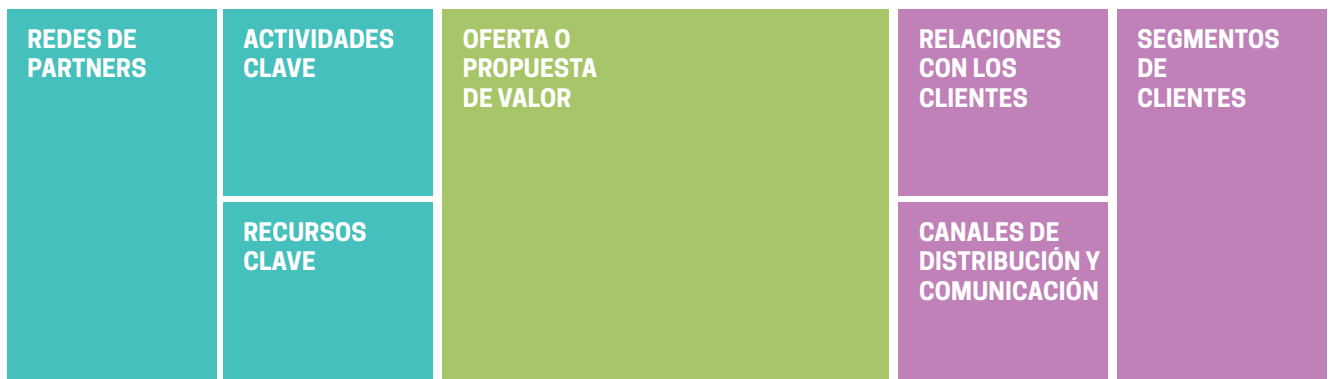
- **Un primer elemento, la oferta (qué), es decir la proposición de valor que hemos creado y distribuimos.**
- **Los clientes (quién), lo constituye el conjunto de actividades que realizamos para vender nuestros productos.**
- **La infraestructura, o conjunto de actividades que desarrollamos para producir y entregar nuestros productos.**
- **Por último, el conjunto de las finanzas que, a partir de las fuentes de ingresos y de la estructura de costes del modelo, ayuda a entender la lógica económico-financiera o motor de rentabilidad de nuestro modelo de negocio.**

Te proponemos, un ejemplo de una forma nueva de ver el modelo de negocio de una empresa:



El esquema del teatro.

Una empresa o idea de negocio puede ser contada como una producción de teatro:
La ilustración que se presenta muestra un esquema de la misma:



En primer lugar, a toda empresa le hace falta una obra de teatro, la propuesta de valor, (el qué) y debe ser una obra que atraiga al público (el quién) en realidad para que se produzca esta atracción, para ser más eficaz, conviene seleccionar un público concreto: joven, moderno, clásico, culto, etc. y poner una política de precios adaptada (adaptada al cliente).

Es posible que haya diferentes tipos de públicos, los que ocupan el patio de butacas, los de los palcos centrales y laterales, y por último los del gallinero, todos ellos deben ser considerados.

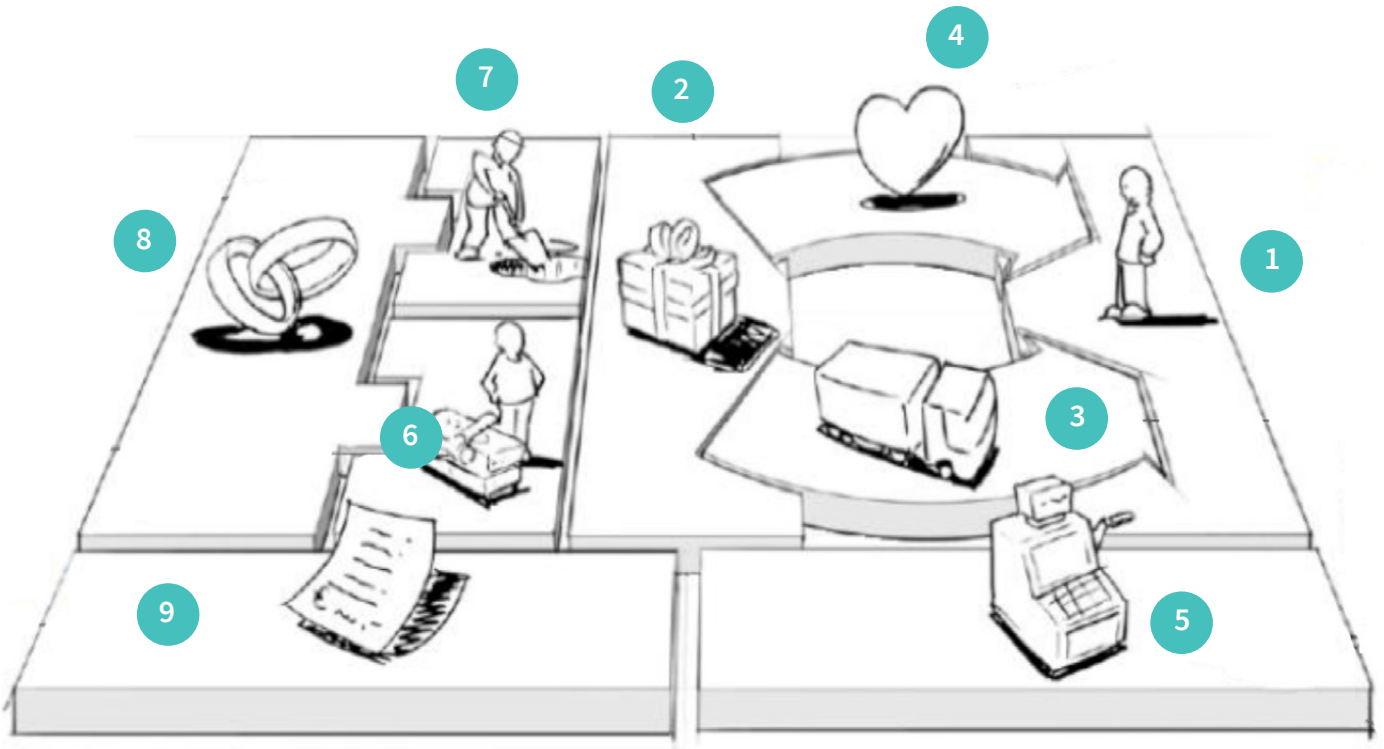
Estos son los segmentos de clientes, a cada uno de los cuales tendremos que comunicarles la obra de manera diferente, y cada uno de ellos comprará la entrada por vías alternativas.

Para representar la obra necesitamos una infraestructura (el cómo) más o menos compleja: Un escenario, un telón, un foso para la orquesta, luces y sistemas de sonido, etc. también necesitamos actores, directores, tramoyistas, maquilladores, técnicos de sonido e iluminación, etc.

También necesitamos conocimiento: Guiones, dirección de actores, saber cantar, saber actuar, etc.

Por último, es posible que requiramos de otros negocios que nos ayuden a levantar el telón, como una agencia de transporte, operadores que compren grupos de entradas o representantes de actores o entidades de patrocinio y financiación, esto es la sala de máquinas, sin ello no se podría levantar el telón de la obra.

Te presentamos una representación de los 9 bloques del lienzo Canvas que representan un modelo de negocio:



1. Segmentos de clientes:

Uno o varios segmentos de clientes.

2. Propuesta de valor:

Trata de resolver problemas de los clientes y satisfacer las necesidades del cliente con propuestas de valor.

3. Canales de distribución y comunicaciones:

Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la comunicación, la distribución y los canales de venta.

4. Relación con el cliente:

Se establecen y mantienen con cada segmento de clientes.

5. Flujos de ingreso:

Los ingresos son el resultado de propuestas de valor ofrecidas con éxito a los clientes.

6. Recursos clave:

Son los medios necesarios para ofrecer y entregar los elementos descritos anteriormente.

7. Actividades clave:

Mediante la realización de una serie de actividades fundamentales.

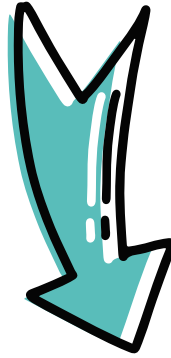
8. Red de partners:

Algunas actividades se externalizan y algunos recursos se adquieren fuera de la empresa.

9. Estructura de costes:

Los elementos del modelo de negocio dan como resultado la estructura de costos.

Te proponemos completar los bloques del Canvas en el siguiente orden:



01

Los segmentos de clientes a los que se dirige la empresa o a los que se plantea atacar el emprendedor.

02

La propuesta de valor o la oferta, que cuenta qué hace la empresa.

03

Los canales de distribución o la manera en la que la propuesta de valor llega a los clientes.

04

Las relaciones con los clientes, esto es cómo la empresa comparte información con sus clientes.

05

Los flujos de ingresos: Cuánto obtenemos por nuestra actividad.

06

Los recursos clave: Qué bienes tangibles son necesarios para que se produzca la propuesta de valor.

07

Las actividades claves: Qué conocimiento necesitamos para que se produzca la propuesta de valor.

08

Los socios claves: Quién o quienes nos ayudan o nos pueden ayudar para desarrollar nuestra actividad.

09

La estructura de costes: Cuánto cuesta producir y llevar nuestros productos o servicios a los clientes.

Haciendo un repaso, la persona emprendedora se ha familiarizado con el problema del emprendimiento y con la herramienta de los modelos de negocio.

En este apartado vamos a avanzar sobre el modelo de negocio para tener mayor autonomía.

05. Mira tu idea de negocio desde la perspectiva del cliente

El objetivo es desarrollar la idea de la empresa desde el punto de vista de los clientes. Los clientes son el juez del negocio, y en el proceso de emprendimiento debemos tener este principio presente desde el primer momento, en lugar de construir el negocio centrados en el producto o servicio como ocurre en algunas ocasiones.

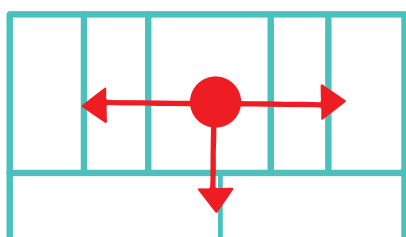
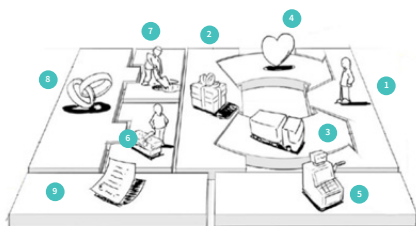
“El cliente es el juez. Todo de que decimos vale si se consiguen ventas.”

Raul Peralta.

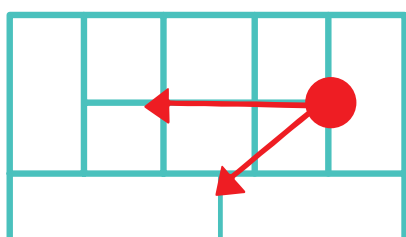
Vamos a introducir en este punto un concepto nuevo que es importante y denominamos **La línea de Valor del Negocio**.

La metodología para construirla estriba en la utilización conjunta de estas tres metodologías en el concepto de “línea de valor del negocio”, que se muestra en el grafico siguiente, enlaza las percepciones del cliente (Mapa de empatía) con la oferta de la empresa (Propuesta de valor) y finalmente su Modelo de Negocio (CANVAS).

Trazabilidad desde el cliente hasta el modelo de negocio



Negocio centrado en la oferta



Negocio centrado en las necesidades del cliente

Y su objetivo es capacitar a las personas emprendedoras en el proceso de cambio de la perspectiva de la visión del negocio muy centrada en el producto/servicio hacia una visión centrada en el cliente.



Para construir la **Línea de Valor de un Negocio** utilizaremos tres plantillas relacionadas que describen cómo compite una empresa.

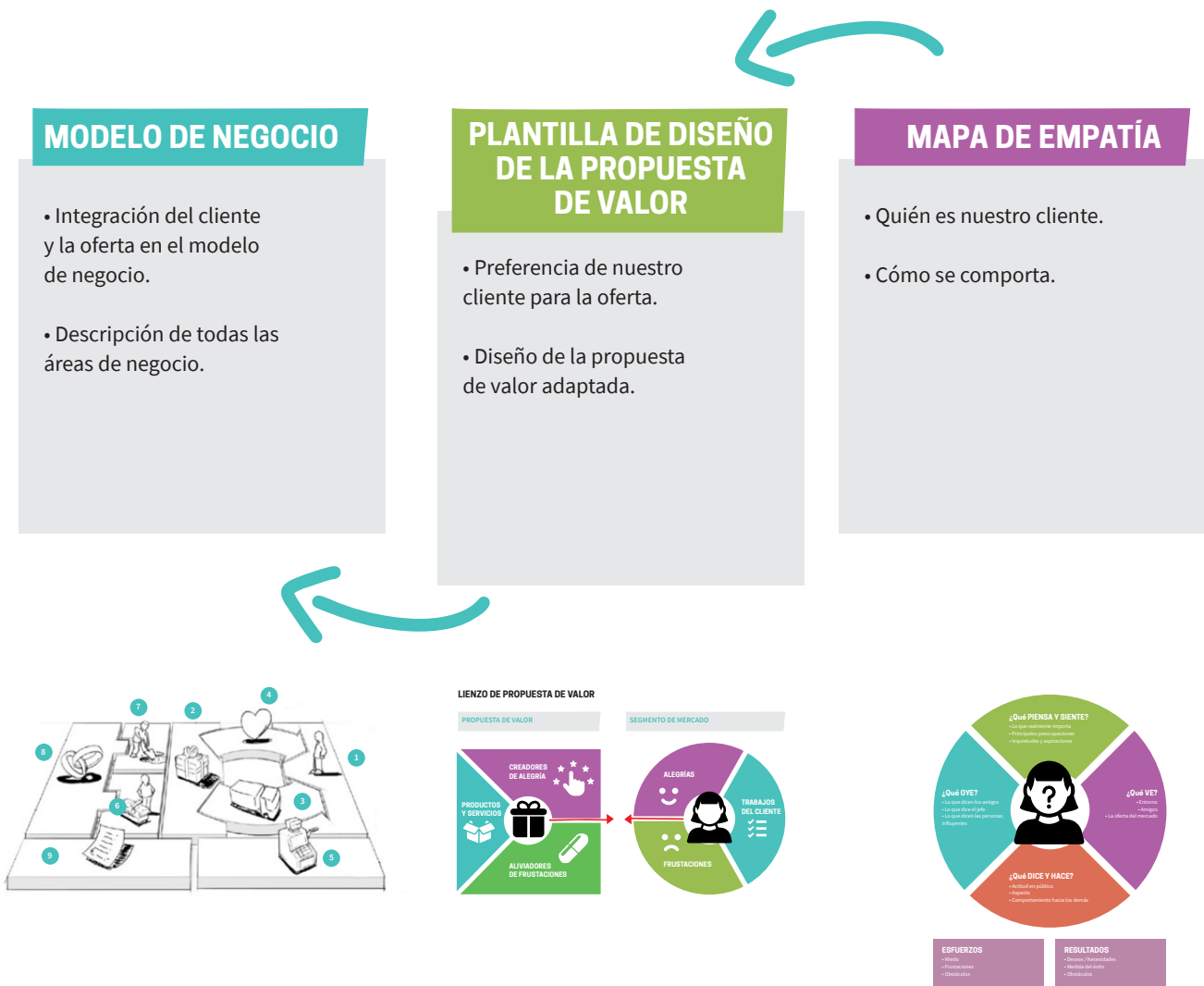
Estas tres plantillas son:

1. El Mapa de Empatía, que identifica y describe al cliente. Esto es conocer al cliente.

2. La plantilla de Diseño de la Propuesta de Valor, que encaja nuestro producto o servicio en las preferencias del cliente.

3. El Modelo de Negocio que describe a partir del cliente y producto, el resto de los elementos de cómo compite la empresa.

Las plantillas se ordenan de derecha a izquierda, cómo la escritura árabe o la judía de acuerdo al siguiente esquema.





Esta **Línea de Valor del Negocio** facilita la construcción del Modelo de Negocio, pues en la misma línea visual los participantes pueden ver una descripción del cliente, sus requerimientos, el encaje del producto o servicio a los citados requerimientos y consecuencia de ello el Modelo de Negocio resultante

De alguna manera la **Línea de Valor del Negocio** facilita la comprensión y la construcción del Canvas, al pautar el proceso desde el cliente al negocio.

Para construir tu modelo de Negocio **desde el punto de vista de los clientes o desde la perspectiva del cliente**, te proponemos las siguientes **técnicas concretas**:

1. Identificación de clientes. Segmentación

Quiénes son nuestros clientes potenciales. Una definición concreta.

2. El mapa de empatía de clientes.

Cuáles son las percepciones de nuestros clientes potenciales.

3. Lienzo de Diseño de la Propuesta de Valor.

Ajuste producto-mercado o problema-solución.

4. El Modelo de Negocio.

Partiendo de los 2 bloques ya definidos (Segmentos de Clientes y Propuesta de Valor) se construyen los 7 bloques restantes sobre la base de conocimiento del cliente que ahora tenemos.

5. La interacción con el mercado real: Entrevistas y experimentos.

Cómo es el mercado sobre el que vamos a interactuar.

Primera Técnica. Identificación de los segmentos de clientes/mercado a los que nos dirigimos.

Esta técnica trata de hacer explícitos los grupos diferentes de clientes potenciales a los que nos dirigimos con la idea de negocio.

Te proponemos seguir el siguiente proceso en la identificación:

1. Formalización de la idea empresarial. Se procederá a definir y consensuar las principales características de la idea que se pretende poner en marcha.

(Por ejemplo: imaginemos que somos unos emprendedores que acabamos de inventar el tejido reflectante y pensamos que sería una buena idea diseñar, fabricar y vender chaquetas reflectantes para ayudar a evitar accidentes que se producen por falta de visibilidad de personas en diferentes circunstancias).

2. Determinación y formalización de las soluciones que ofrece la idea. Estas soluciones se glosarán en un listado de trabajo.

(Por ejemplo: una chaqueta fluorescente puede servir para evitar atropellos si circulamos por la carretera, para ser vistos de lejos por personas necesitadas de ayuda en un espacio con múltiples personas o para que las señalizaciones de una persona sean vistas sin confusión).

3. El siguiente paso es identificar para cada una de las soluciones, perfiles de clientes interesados potenciales.

Para el ejemplo que nos ocupa este sería un posible listado:

1. Deportistas
2. Excursionistas
3. Trabajadores de emergencias sanitarias
4. Trabajadores de obras públicas
5. Policía
6. Bomberos
7. Policía Local
8. Guardia civil
9. Trabajadores de aeropuertos
10. Otros

Esta lista de clientes es la primera segmentación de clientes; y una base de trabajo sobre la cual ha de desarrollarse las siguientes actuaciones.

Para lograr una segmentación efectiva de los clientes potenciales se debe trabajar en la agrupación de clientes sobre criterios de “necesidad que se satisface” o “beneficio que se entrega”. Y priorizar los segmentos de clientes a los que te vas a dirigir.



Segunda Técnica. Mapa de la empatía.

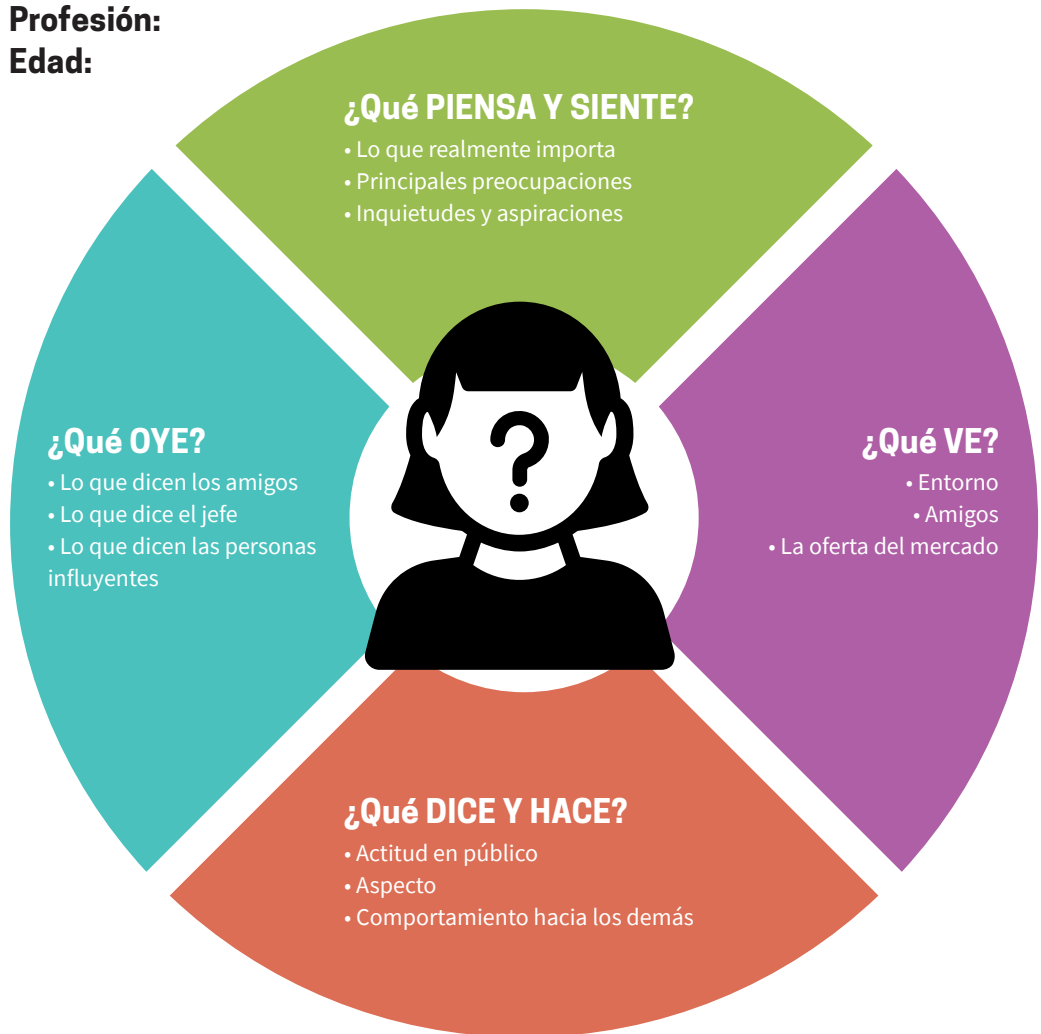
Segunda técnica, engarza con el resultado de la primera, es el **Mapa de Empatía de clientes**.

Tras identificar nuestro segmento de clientes, le ponemos rostro y definimos las características del cliente tipo. A continuación, este cliente tipo va respondiendo a las preguntas de las seis cajas del Mapa de Empatía. Se trata de ponernos en la piel de nuestro cliente y dejarlo que hable. Nunca debemos hablar por él.

Nombre:

Profesión:

Edad:



ESFUERZOS

- Miedo
- Frustraciones
- Obstáculos

RESULTADOS

- Deseos / Necesidades
- Medida del éxito
- Obstáculos

Veamos cómo ir analizando cada bloque:

1. ¿Qué ve nuestro cliente? Describe lo que el cliente ve en su entorno: en la gente que lo rodea y en las ofertas del mercado que atiende y de la competencia. Y qué problemas tiene que resolver en su día a día.

2. ¿Qué escucha? Determinar que oye el cliente en su entorno. Qué dicen sus amigos, qué dice su jefe y que dicen las personas que influyen sobre él. Describe cómo el entorno influye en el cliente.

3. ¿Qué piensa y siente? Determinar que piensa y siente el cliente. Qué es lo que realmente le importa, sus principales preocupaciones y las inquietudes y aspiraciones que tiene. Imagina qué pasa por la cabeza del cliente, y sus emociones.

4. ¿Qué dice y hace? Describe qué dice y que hace el cliente potencial. Cómo es su actitud en público, su aspecto y su comportamiento hacia los demás. Imagina qué puede decir el cliente y cómo se comporta.

5. ¿A qué desafíos se enfrenta? Temores y Miedos. En este bloque es necesario identificar sus esfuerzos, sus miedos, frustraciones y obstáculos.

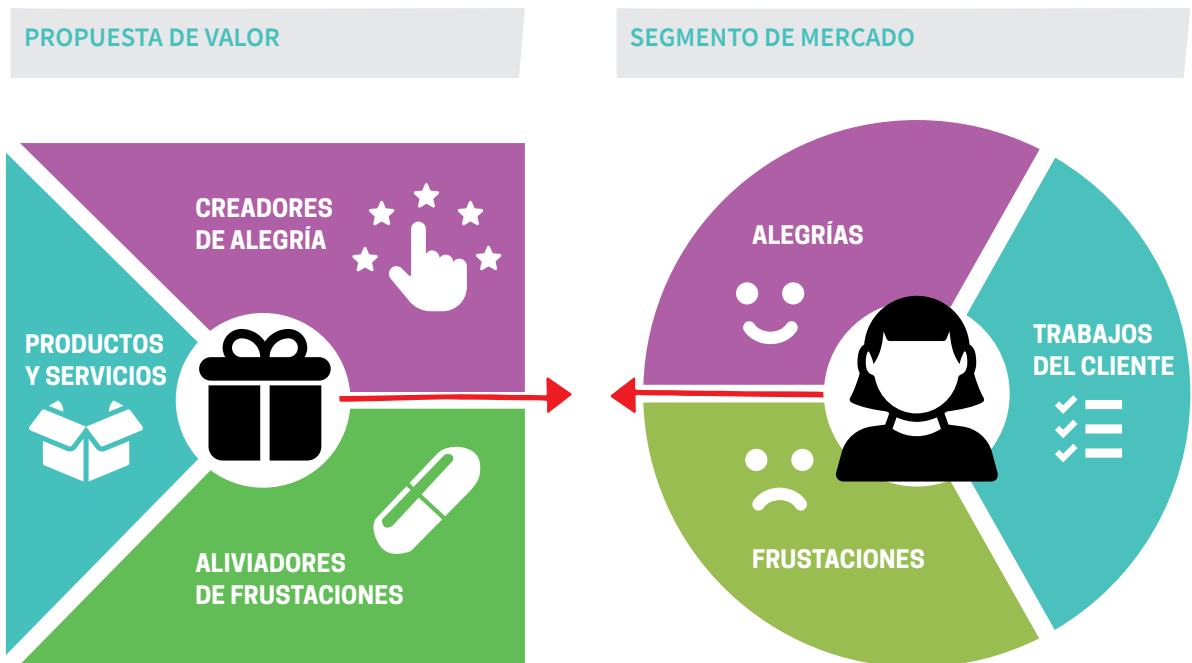
6. Aspiraciones y Deseos. Por último tendremos que imaginar sus deseos y necesidades, cómo mide el éxito y qué obstáculos ha de superar. Identifica los aspectos que reportan beneficio para el cliente, lo que espera obtener, lo que lo hace feliz. Se trata de llegar a conocer a nuestro cliente, pero todavía sin pensar en el producto o servicio que le queremos vender.

Con la información obtenida de nuestro cliente, estamos en condiciones de empezar a construir una Propuesta de Valor. Ahora sí, vamos a detenernos en el cliente desde el punto de vista de sus preferencias con respecto a lo que queremos venderle. Así avanzaremos en nuestra Propuesta de Valor desde la perspectiva del cliente. Para ello utilizamos otra herramienta: Lienzo de la propuesta de Valor.

Tercera Técnica. Propuesta de valor.

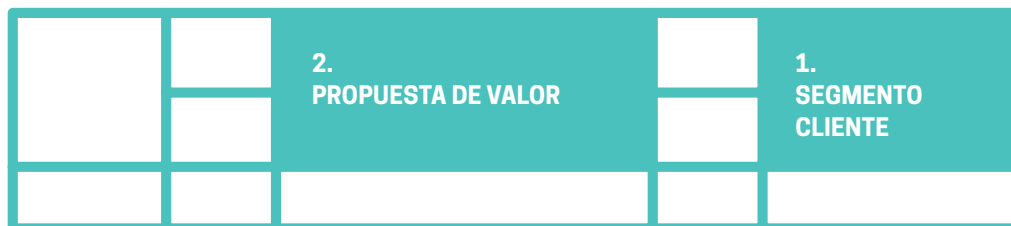
Es la materialización de una propuesta que nos diferencie de lo que ya existe y que les ayuden a resolver sus problemas, evitando así construir cosas que los clientes no quieren. Es la definición de nuestro producto o servicio pero recogiendo esa diferencia por la que el cliente va a elegirnos. Por eso es tan importante conocer al cliente en profundidad.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



El **Lienzo de Diseño de la Propuesta de Valor** es una herramienta que ayuda a trabajar más sistemáticamente para conseguir un mejor ajuste del producto-mercado o ajuste problema-solución.

El objetivo de esta herramienta es intervenir en el diseño de una propuesta de valor sólida que coincida con las necesidades reales de los clientes.



En cada uno de estos dos grandes bloques del canvas, segmento de cliente y propuesta de valor, se trabajan y analizan tres aspectos:

En el **bloque de cliente** (el de la derecha del lienzo), se trabaja en definir:

1. Trabajos del Cliente: Se comienza por describir, los problemas que quieren resolver, o las necesidades que están tratando de satisfacer. Los requisitos mínimos que piden al producto o servicio.

2. Las ganancias o beneficios de clientes (lo que le gusta): Se reflejan los beneficios que el cliente espera, desea o se sorprendería de obtener. Esto incluye las utilidades, las conquistas sociales, las emociones positivas o el ahorro de costes.

3. Los “dolores” de clientes (lo que no le gusta): Lo que teme, lo que echa de menos, como precios, distancias, horarios y otras dificultades no resueltas.

En el **bloque de la propuesta de valor** (a la izquierda del lienzo), se trabaja en diseñar y adecuar los productos y servicios que vamos a ofrecer y cómo éstos crean valor para el cliente:

1. Potenciadores de los beneficios (Creadores de alegrías): Tenemos que plantear mejoras a los beneficios que el cliente espera obtener.

2. Calmantes para el dolor: Describe cómo nuestra propuesta alivia los dolores de los clientes, es decir, cómo elimina o reduce las emociones negativas, los costes, las situaciones no deseadas, o las experiencias de riesgo que los clientes podrían sufrir antes, durante o después de hacer el trabajo.

3. Producto o servicio a proponer: Por último, se describe cómo los productos y servicios crean beneficios al cliente. Beneficios que el cliente espera, o por los que se sorprendería, incluyendo utilidad funcional, conquistas sociales, las emociones positivas y el ahorro de costes.

Ahora con esta información obtenida, volvemos al CANVAS y la plasmamos, en sus cajas correspondientes, esto es SEGMENTO DE CLIENTES y PROPUESTA DE VALOR, y redefinimos el resto de casillas del lienzo.. Cada cambio en una caja, supone la revisión de todas. Si ahora conocemos al cliente mejor y hemos ajustado nuestra propuesta de valor, el contenido del resto del CANVAS cambia.



Cuarta Técnica.

La interacción con el mercado real. Entrevista de clientes y experimentos

Salir del edificio

En palabras de Steve Blank: “*Get out of the building*” (salir del edificio), y hablar con los potenciales clientes, es la única forma de conocerlos y entender lo que realmente piensan, quieren y valoran.

Todo el trabajo realizado hasta ahora, tanto en la definición del Modelo de Negocio, como con las herramientas planteadas en este módulo se basa en hipótesis, lo que creemos o lo que pensamos que quieren y necesitan los clientes, pero es necesario transformar estas hipótesis en hechos, en certezas, antes de lanzarnos a crear una nueva empresa para tener unas mínimas garantías de éxito de la misma, y esto sólo podremos conseguirlo interactuando con los cliente y conociendo de primera mano sus opiniones.

Entrevista

La **entrevista a potenciales clientes** es un instrumento fundamental para validar tus hipótesis. La primera hipótesis que tendrás que validar es identificar los problemas que quieren satisfacer tus clientes. Esto es validar el **encaje cliente-problema**, es decir, validar toda la información que has obtenido de tu cliente, a través de herramientas como el Mapa de Empatía.

La entrevista también te va a servir para validar el encaje problema-solución, es decir, contrastar con tu cliente potencial toda la información que tengas de tu producto o servicio. Este tipo de entrevista se hará en un segundo momento. No es conveniente mezclar los dos tipos de entrevistas para no confundir los resultados.

¿Cuántas entrevistas tienes que realizar? Aconsejan realizar de 10 a 20 entrevistas, o bien hasta que obtengas los mismos resultados. Es decir, hasta que consigas identificar patrones de respuesta.

Te resumimos los pasos clave para realizar las entrevistas:

¿Cómo se hace una entrevista Cliente - Problema - Solución?

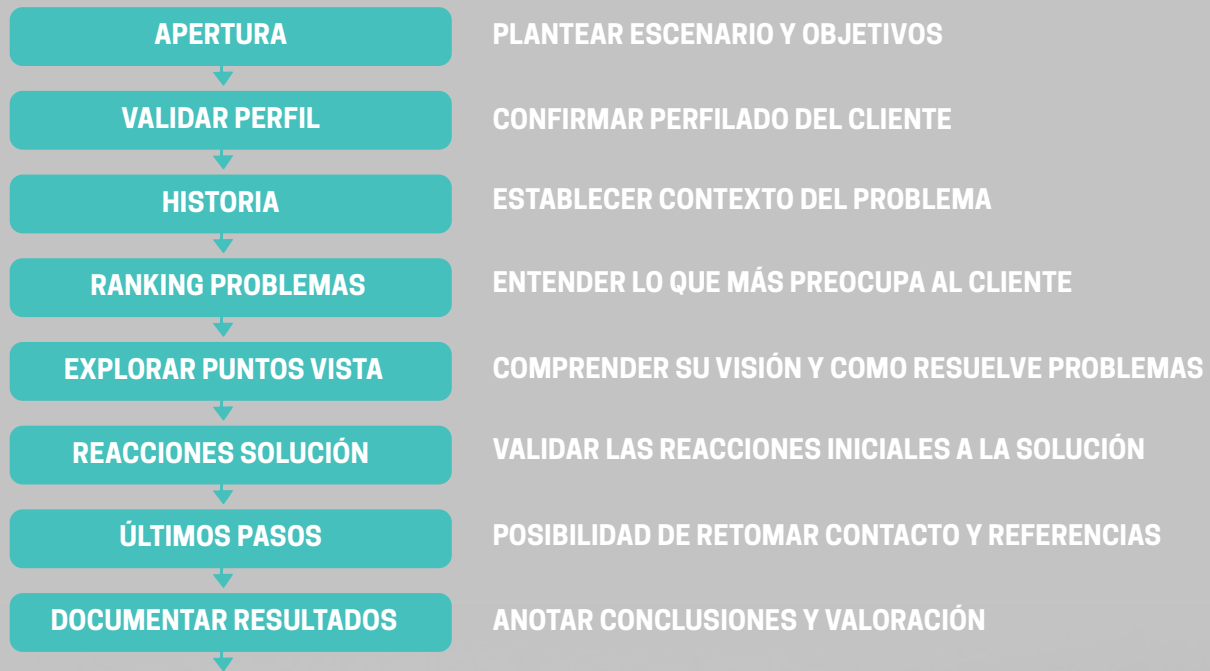


Gráfico de Javier Megías.



Experimento

Todos los emprendedores tienen, en mayor o menor medida, miedo a enfrentarse a los clientes, por inexperiencia, porque resulta incómodo, por miedo al fracaso, etc., y de forma consciente o inconsciente retrasan ese momento “hasta tenerlo todo preparado”, sin embargo, una salida temprana al mercado puede ahorrar mucho tiempo y dinero; y dará opción además a modificar la idea inicial o la estrategia adaptándola a los descubrimientos realizados, es decir “pivotar” nuestro modelo basado en las lecciones aprendidas con los clientes y las condiciones de mercado para que realmente tenga futuro.

La experimentación es una herramienta para validar las hipótesis de nuestro modelo de negocio que transforma nuestras hipótesis iniciales en hechos. En función de los resultados de cada experimento, extraemos conclusiones que nos van permitiendo validar nuestro modelo de negocio, en cada uno de sus elementos. Lo que no funciona se cambia, esto es iterar y da paso a la formulación de una nueva hipótesis, y por tanto, a un nuevo experimento que nos permita validar.

Iterar, dentro de la filosofía de Lean Startup, es repetir una y otra vez el mismo proceso, tomándolo como punto de partida en cada repetición, es decir, el resultado anterior.

En cuanto a los experimentos a realizar, distinguimos tres bloques:
Los experimentos son herramientas para validar hipótesis de tu modelo de negocio, y se construyen con una ficha que tiene tres partes:

- Construir: plasmación de la hipótesis de partida
- Medir: marcar unos valores mínimos que permitan validar la hipótesis.
- Aprender: las conclusiones obtenidas del experimento nos llevarán a validar o no la hipótesis e implementar los cambios necesarios en el modelo de negocio.

Te proponemos esta sencilla ficha de experimento para validar tu hipótesis.

Ficha Experimento		Título:	Propietario:
Descripción	CONSTRUIR	Resultado	MEDIR
Hipótesis		Conclusiones	APRENDER
Detalles		Siguiente paso	



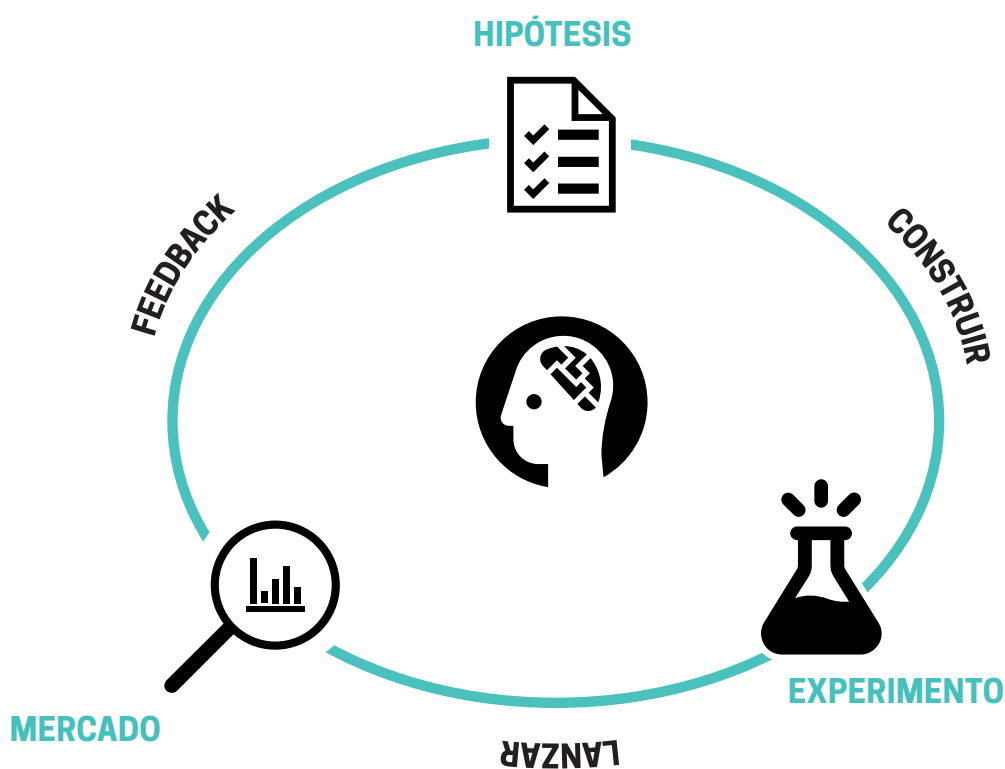
En definitiva te hemos presentado diferentes recursos y herramientas para comprobar de forma sistemática, y desde el principio las hipótesis sobre las que se fundamenta la idea de negocio. Esto reduce el nivel de incertidumbre del proyecto e incrementa las garantías de que lo que se lanza al mercado tiene valor para los clientes y están dispuestos a pagar por ello.

06. Construye el modelo de negocio utilizando el método del lienzo.

Esta metodología propone comprobar de forma sistémica, desde el principio, las hipótesis sobre las que se fundamenta la idea de negocio, lo cual reduce más rápido el nivel de incertidumbre del proyecto e incrementa las garantías de que lo que se lanza al mercado tiene valor para los clientes, y están dispuestos a pagar por ello.

El Método LEAN START-UP se basa en un **aprendizaje validado, experimentación e iteración**, estos son los tres pilares de la metodología, donde aprender del cliente es la clave (y cuanto más rápido y barato mejor).

La experimentación es la herramienta que transforma nuestras hipótesis iniciales en hechos



El proceso es el siguiente: partimos de nuestro Canvas y definimos nuestros primeros experimentos para validar las hipótesis principales, salimos al mercado con un Producto Mínimo Viable (PMV) y contrastamos qué nos funciona y qué no. En resumen, se trata de testar la propuesta de valor, lo antes posible. Lo que no nos funciona siempre se puede cambiar, esto es pivotar.

Producto Mínimo Viable (PMV)

“Es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recolectar la máxima cantidad de aprendizaje validado sobre el cliente al menor coste” **Eric Ries.**

“Un producto con el mínimo de características necesarias para lograr un objetivo específico y que los clientes estén dispuestos a pagar de alguna forma un recurso escaso” **Brant Cooper.**

“El producto más rápido y barato que puedas construir. Para llevarlo a los clientes rápidamente. Para que puedas Observar y Medir los resultados. Y para hacer de tus productos algo que los clientes quieran, necesiten y deseen comprar” **Miguel Macías.**



Pivotar

Implica un cambio radical en el modelo de negocio para centrarse en una oportunidad de mercado diferente. Supone un cambio de estrategia más amplio y por lo tanto, como decíamos, es mucho más difícil de implementar.

De esta manera es el mercado el que guía nuestra estrategia y no la estrategia la que guía nuestro modelo de negocio.

Una vez cerrado el ciclo tendrás que decidir aquellos cambios que necesitas hacer a tu hipótesis para volver a empezar de nuevo.

Como resumen y para arrancar tu proyecto de acuerdo a la metodología Lean, te proponemos seguir estas claves:

10

10 Claves para arrancar:

- **Clave 1:** Sal de tu espacio de confort. Aunque tengas miedo, no pises durante un tiempo la oficina, es el momento de salir del edificio.
- **Clave 2:** El imperativo de la acción. Arrancar sí o sí. Para aprender a conseguir clientes
- **Clave 3:** Arrancar como si fuese a salir mal. Ver lo que falla y poder rectificar a tiempo. La incertidumbre de los mercados y los clientes (usuarios) determinan que, por mucha reflexión que haya habido, es muy posible que el primer plan falle.
- **Clave 4:** Prototipos vs encuestas. Puedes utilizar entrevistas, sondeos o haz un prototipo comparable
- **Clave 5:** Rápido, rápido. En el arranque debe eliminarse cualquier elemento que produzca demoras. Es importante que el proceso de aprendizaje y de consecución de clientes sea rápido. No tiene ninguna ventaja ser lento.
- **Clave 6:** Barato, barato, barato. El arranque ha de limitar los gastos al máximo, de manera que no se quemen todas las balas.
- **Clave 7:** El cliente manda. Otra vez, sí. Decide qué vale y qué no. Nuestro objetivo es aprender de su comportamiento.
- **Clave 8:** Pivotar: No compra nadie, cambia cosas. Es muy importante aprender el por qué hemos fallado, esto nos permitirá entender y comprender la lógica del mercado y los clientes.
- **Clave 9:** Iteraciones. Con cada arranque fallido debemos volver a empezar, con lo aprendido, esto se considera una iteración.
- **Clave 10:** Tomas decisiones con información. Experimentamos y validamos nuestras hipótesis y a posteriori tomamos nuestras decisiones.

Financiación

01. Introducción

02. Planificación y control

03. Instrumentos financieros

04. Entidades de financiación

03



01. Introducción

Cuando inicias un proceso de desarrollo de una idea de negocio te habrás dado cuenta en seguida que empiezas a hacerte una serie de preguntas tales como:

- ¿Qué gastos tendré?
- ¿Cuánto dinero voy a necesitar para poner en marcha mi idea?
- ¿Cuándo voy a empezar a tener ingresos?
- ¿Será suficiente con el dinero que dispongo o necesitaré dinero “extra”?
- ¿Y si alguien me presta dinero, seré capaz de devolvérselo?

Todas estas cuestiones no son más que la traducción en números de esa planificación.

No solo hay que pensar y plasmar en un plan lo más detallado posible cómo vas a solucionar un problema de tus posibles clientes aportándoles el máximo valor que esperan para que su necesidad quede totalmente satisfecha sino que además tienes que hacerlo de manera que sea sostenible en el tiempo, es decir, que genere un margen de beneficio que te compense los costes en que vas a incurrir y hacerlo de tal forma que no te quedes sin “gasolina” para que el mecanismo de generación de valor esté siempre funcionando.

En definitiva, hay que echar cuentas. Y echarlas de forma ordenada para saber con la mayor precisión posible cuánto dinero vas a necesitar no solo para empezar, sino también para que tu idea se mantenga funcionando.

La financiación es el motor de tu empresa, es decir, el respaldo económico que te ayudará a despegar, crecer y expandirte para lograr tus objetivos a corto y a largo plazo.

Con una financiación garantizada y una orientación correcta tu empresa llegará a ser más grande, consolidada y productiva.

Las posibilidades de financiación son limitadas: tienes el dinero, te lo presta la familia o amigos, pides un préstamo al banco, consigues ayudas o buscas otros socios que inviertan en tu negocio.



Veamos qué ventajas tienes con cada una de estas alternativas:

1. Si te financias a ti mismo

- Ganas autonomía e independencia para hacer y deshacer a tu antojo
- Disfrutas de la inmediatez: eres tu propio jefe/a y tú marcas los pasos
- Tienes mayor seguridad, ya que al invertir tu propio dinero no tienes que preocuparte por el riesgo de pedir prestado a otra entidad

Esta financiación es adecuada cuando tu idea de negocio no necesita de un elevado gasto inicial y puedas permitirte ir creciendo poco a poco, sin perder competitividad, invirtiendo en la empresa los beneficios que vayas obteniendo.

Consejos útiles para lograrlo:

- No gastes en nada que no sea imprescindible.
- Procura que los gastos dependan de los ingresos.
- Reduce las inversiones, o mejor, elimínalas. Es posible. Utiliza tu imaginación: en lugar de comprar, alquila o paga por uso. Pide favores que devolverás cuando la empresa funcione.

2. Si pides prestado a un banco

A veces es conveniente endeudarse porque nos va a suponer obtener unos recursos para crecer rápidamente y ello nos puede originar una mayor rentabilidad. Además de la ventaja en términos de oportunidad para crecer (por ejemplo comprando, gracias a un préstamo, unas furgonetas de reparto que te permitirán llegar a más clientes) tendrías que analizar si esos “beneficios extra” que te proporciona la inversión que has hecho gracias a la financiación del banco cubren el coste (intereses y comisiones) de esa financiación. Si es así adelante, de lo contrario quizá convenga que busques otras fórmulas menos costosas.

Otras ventajas es la amplia gama de servicios que adicionalmente puedes obtener: domiciliación de pagos y cobros, adelanto de nóminas del personal, medios de pago, gestión de los pagos a tus proveedores, gestión de los cobros a tus clientes, etc...

La obtención de préstamos puede ser complicada para empresas en fases iniciales, sobre todo si tu idea de negocio es muy innovadora, ya que la mayoría de los bancos considerarán que es muy arriesgado prestarte dinero pues no cuentan con suficiente información acerca de tu capacidad de gestión. Y lo más probable es que te pidan que presentes avales que garanticen la devolución del dinero. Pero afortunadamente hay opciones alternativas que facilitan la financiación a emprendedores sin necesidad de que nadie te avale: microcréditos de algunas entidades financieras como Microbank o Caja Rural y también préstamos de entidades públicas como ENISA.

3. Si consigues apoyo económico de inversores privados

La principal ventaja es que tienes financiación para tu proyecto. Además, contarás con una mayor “lluvia de ideas” (tres cabezas piensan mejor que dos) para hacer crecer tu negocio.

Sin embargo, con esta opción, como ya habrás adivinado, pierdes exclusividad e independencia, ya que los inversores tienen voz y voto para controlar el buen uso de la financiación otorgada.

La entrada de socios inversores normalmente sólo es posible cuando la empresa ya tiene un modelo de negocio validado en el mercado y puede ofrecer unos resultados en términos de ventas o al menos de número de clientes que permita garantizar un crecimiento sostenido en el tiempo. Tienes que ser capaz de hacer ver, con datos, que tu negocio es escalable, es decir, que vas a poder generar un gran volumen de ingresos en los próximos años, a un ritmo creciente, sin que tengas que incurrir en elevados costes, o al menos que el ritmo de crecimiento de los costes sea muy inferior al de los ingresos. Esto es así porque los inversores privados querrán salir de tu empresa en un plazo en torno a 4-7 años obteniendo una alta rentabilidad que les compense el riesgo que han asumido.



02. Planificación y control

Es vital que, independientemente de la vía de financiación que elijas, lleves un control absoluto de los números.

Tener un flujo de caja donde claramente se vean los cobros y los pagos para poder adelantarse a tensiones de tesorería futuras. (Que tengas poco dinero en la caja de la empresa o en la cuenta del banco para poder hacer frente a pagos inmediatos).

Si lo que tienes es un problema de tesorería, no busques un socio inversor, busca financiación para llegar a fin de mes. Cada situación y cada problema requiere una solución distinta, por lo que es importantísimo planificar cuáles van a ser las entradas y salidas de dinero en la empresa para anticiparse a los posibles problemas.

Si lo tuyo es programar, busca a alguien que sepa de números. Los números son las palancas principales para tomar el pulso a tu negocio en todas las áreas. Puedes delegar el marketing, las ventas, las finanzas...pero los números es algo que ningún emprendedor debe ignorar. Es como el volante del coche que conduces.

Para poder materializar tu idea, lo más difícil suele ser encontrar el capital inicial que te permita poner en marcha el proyecto. Determinar en qué vas a invertir, te va a permitir definir la cuantía de financiación necesaria, es decir para que se necesita el dinero y de donde se puede conseguir.

Las necesidades financieras de un proyecto las podemos clasificar en dos grandes bloques:



1. Financiación del circulante.

El circulante son todos aquellos bienes y derechos que se podrán disponer en el corto plazo, entendiendo como corto plazo, aquel periodo temporal inferior al año, y que por tanto se puede convertir en dinero de forma inmediata.

La más disponible es el dinero en caja o en bancos, siguiendo con las existencias que se puedan disponer y a partir de ahí las deudas de los clientes.

Las necesidades de circulante vendrán definidas por el dinero en efectivo que debemos disponer, bien en caja o bien en banco, al que accedamos de forma inmediata y la cuantía necesaria para la adquisición de las existencias mínimas para el correcto inicio de la actividad.

La primera cuestión a tener en cuenta es la cuantía de dinero que vas a necesitar para el pago de los gastos iniciales de la puesta en marcha, como pueden ser gastos de constitución, tasas y licencias, seguros, proyectos técnicos, o bien para la adquisición de existencias o el pago de inversiones en inmovilizado o activo fijo.



2. Financiación de las inversiones o inmovilizado.

En este sentido tiene la consideración de inversión todos aquellos bienes y derechos cuyo periodo de mantenimiento es superior al año. Se pueden mencionar como partidas de inmovilizado más importantes los terrenos, las construcciones, el mobiliario, la maquinaria, equipamiento informático, desarrollo de patentes, etc.

Por tanto, las necesidades financieras del proyecto vienen dados por las necesidades económicas cuyo destino va a ser la financiación de activo circulante o la financiación de inmovilizado.

La aportación de los recursos económicos al proyecto puede ser de dos tipos:



Recursos propios, todos aquellos recursos aportados por la/s persona/s promotora/s del proyecto. Estos pueden ser dinero efectivo o aportaciones en especie, es decir cualquier otro activo (mobiliario, equipamiento informático, maquinaria, existencias, etc)



Recursos ajenos, aquellos recursos puestos a disposición del proyecto y que suponen una obligación o una deuda con terceros, es decir es la financiación recibida de otros, destacando la financiación de accionistas, la financiación proveniente de entidades financieras o la financiación de proveedores.

Se puede decir que el efectivo para acometer el proyecto no solo puede venir de las aportaciones de los socios promotores, si no de posibles accionistas, de las entidades financieras a través de múltiples fórmulas de financiación o en su caso las fórmulas de financiación alternativa. No se debe olvidar en ningún momento la financiación que se puede obtener del propio proveedor del activo y que en muchos casos el coste de la misma es muy inferior al de la financiación bancaria.

Es fundamental, por tanto, realizar un análisis adecuado del plan económico – financiero del proyecto para determinar en qué debemos invertir, es decir cuál es el destino del dinero y donde se van a buscar los recursos.

03. Instrumentos financieros

Una vez que sabemos la inversión necesaria tenemos que buscar la financiación más adecuada. Para ello vamos a ver las distintas opciones que nos ofrece el mercado.

Préstamos

Utiliza este instrumento cuando vayas a financiar bienes que van a permanecer en la empresa un tiempo (más de un año). El préstamo es un contrato con una entidad financiera en la que te entregan una cantidad de dinero y que debes devolver en el plazo estipulado más intereses y comisiones. Normalmente la devolución se hace poco a poco, lo más habitual es mensualmente, aunque se pueden establecer otras fechas.

Línea de crédito

Es el instrumento que puedes utilizar cuando necesitas liquidez para afrontar pagos de un periodo determinado. La línea de crédito es la opción más adecuada para financiar circulante. En este caso tienes a tu disposición una cantidad de dinero durante un periodo determinado que podrás ir utilizando según vayas necesitando, pagando intereses sobre la cantidad que utilices. Cuando finalice el tiempo concertado tendrás que devolver la cantidad completa.

Leasing

Es un arrendamiento financiero sobre un bien. En este caso, en lugar de comprar el bien que necesites se realiza un contrato por el que una empresa pone a tu disposición ese bien a cambio de una cuota mensual. Finalizado el tiempo

del arrendamiento, debes decidir si quieres quedarte con el bien, pagando su valor residual (el valor que tiene ese bien en ese momento después de su uso) o no. Esta decisión de quedarse o no con el bien se conoce como opción de compra.

Renting

Es un contrato de arrendamiento que incluye el mantenimiento del bien, las reparaciones que sean necesarias, los seguros, ... Al incluir más servicios suele ser más caro que el leasing. En este caso, la filosofía no es quedarse con el bien al final del contrato, aunque siempre puedes hacerlo.

Descuento comercial, Factoring, Confirming

Son distintos instrumentos que te permitirán cobrar tus facturas antes de su vencimiento, fecha que hayas estipulado con tus clientes, o pagar antes nuestras deudas a proveedores. En todo caso supone pagar una comisión al banco o la entidad que nos anticipa el dinero.

Los métodos de financiación tradicional han dejado paso a nuevas fórmulas que, no sólo son la única opción para muchas empresas que nacen, sino que en muchos casos es la mejor opción.

Crowdfunding

Fórmula de financiación colectiva. Pequeños inversores invierten tickets pequeños (cantidad de €) a través de plataformas de internet, a cambio de una participación en la empresa.

Existen diferentes tipos de crowdfunding en función de la recompensa esperada por el inversor:

- **Crowdfunding de recompensa:** Muy utilizada en proyectos culturales, porque no se participa en la empresa sino en el proyecto concreto: una película, un libro, .. El beneficio para el inversor es el producto a un precio especial, antes de su lanzamiento, una mención,

Generalmente para llegar a desembolsar el dinero por parte de los inversores hay que llegar a un mínimo que haga posible el proyecto.

- **Crowdfunding de inversión:** Se aporta capital a cambio de una participación en la empresa.

- **Crowdfunding de préstamos o crowdlending:** Se aporta dinero en forma de préstamos que debe ser devuelto junto con sus intereses.

Requiere especial mención como posible fórmula de financiación de proyectos de emprendimiento los **incentivos y subvenciones públicas** que, a través de distintos programas y convocatorias, van a permitir acceder a la financiación de proyectos, y las hay a nivel nacional, autonómico o locales. En este caso habrá que cumplir los requisitos y condiciones que a tal efecto establezca la correspondiente normativa reguladora.

Siempre hay que consultar las líneas de incentivos que puedan existir, los conceptos por los que conceden el incentivo, cuantías, plazos y procedimiento y tener en cuenta las obligaciones que suponen el ser beneficiario.

Hay que tener en cuenta que, aunque haya subvenciones o incentivos, la cuantía incentivada no se va a recibir normalmente en el momento en que se vaya a acometer la inversión, por lo que en muchos casos habrá que tener formulas transitorias de financiación.

Hay formulas, igualmente de financiación extraordinaria de proyectos que son los premios y concursos a los que, en función del tipo de proyecto de emprendimiento y el domicilio fiscal y social, pueden aparecer en el mercado, pudiendo tener carácter local, provincial, autonómico o nacional.

- **Crowdfunding de donación:** Aportaciones desinteresadas. Suelen ser para proyectos solidarios.

Business Angel

Son inversores, generalmente personas físicas, que invierten su dinero para ayudar a emprendedores a iniciar su proyecto. Generalmente poseen una amplia experiencia profesional por lo que además de dinero aportan experiencia y contactos.

Buscan una amplia rentabilidad y suelen estar especializados por sectores. Cuando el proyecto despega, venden sus participaciones y salen del proyecto.

Venture Capital

Formados por inversores profesionales que buscan una alta rentabilidad e invierten grandes tickets. A diferencia de los Business Angel, no ofrecen asesoramiento, sino que son exigentes en cuanto a las condiciones para invertir.

Suelen ser gestores de fondos de inversión que saben dónde quieren invertir y marcan las condiciones, pactos de socios. Están más vinculados a empresas ya consolidadas que quieren expandirse.

Estos premios y concursos, en muchos casos, además del reconocimiento y las campañas de marketing que suponen de carácter gratuito, conllevan dotación económica.

Hay formulas, igualmente de financiación extraordinaria de proyectos que son los premios y concursos a los que, en función del tipo de proyecto de emprendimiento y el domicilio fiscal y social, pueden aparecer en el mercado, pudiendo tener carácter local, provincial, autonómico o nacional. Estos premios y concursos, en muchos casos, además del reconocimiento y las campañas de marketing que suponen de carácter gratuito, conllevan dotación económica.

4. Entidades de financiación.

Una vez que sabemos que dinero necesitamos y para qué, debemos buscar quien. El abanico de posibilidades es amplio, veamos cuales son y sus diferencias:

Bancos y Cajas de Ahorros:

Son establecimientos cuyos servicios tienen que ver con tomar recursos (dinero) de personas, empresas u otro tipo de organizaciones y, con estos recursos, dar créditos a aquellos que los soliciten; es decir, realizan dos actividades fundamentales: la captación y la colocación de capital.

Sociedades de Garantía Recíproca:

Entidades financieras sin ánimo de lucro cuyo objeto principal es procurar el acceso al crédito de las pequeñas y medianas empresas y mejorar, en general, sus condiciones de financiación, a través de la prestación de avales ante bancos y cajas de ahorros, entre otros.

Sociedad de Capital Riesgo:

Sociedades anónimas que invierten principalmente sus propios recursos en la financiación temporal de PYMES de nueva creación, innovadoras y con expectativas de crecimiento que no coticen en Bolsa.

Business Angels:

Son personas físicas con un amplio conocimiento de determinados sectores y con capacidad de inversión, que impulsan el desarrollo de proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento en sus primeras etapas de vida, aportando capital y valor añadido a la gestión.

Crowdfunding:

Modalidad de financiación colectiva a través de Internet consistente en la aportación de recursos económicos por parte de muchas personas que a cambio reciben una contraprestación.





	Quienes suelen recurrir a ellos	Clientes preferenciales	Gastos derivados de la financiación
Bancos y Cajas de Ahorros	Cualquier emprendedor, empresario o particular	PYMES, con asesoramiento y productos especializados	Comisiones y gastos de apertura, estudio, por saldo no dispuesto, etc..
Sociedades de garantía recíproca	Emprendedores, pymes y autónomos	Proyectos empresariales en sectores dinámicos, con un equipo directivo preparado y con experiencia en el sector	Comisión de aval. Cuota de participación en SGR
Sociedades de capital riesgo	Empresas en su fase inicial para financiar su consolidación.	Proyectos empresariales que se desarrollen en sectores dinámicos, con posibilidades de crecimiento	
Business Angels	Emprendedores y startups con un modelo de negocio validado	Proyectos empresariales en una fase inicial, muy innovadores y con alto potencial de crecimiento	
Crowdfunding	Emprendedores y empresas del sector creativo cultural	Depende de la plataforma	Comisión plataforma (4%-9% de lo recaudado) + coste sistema pago (PayPal, TPV virtual, etc.)

Requisitos solicitados por entidades de financiación de las pymes.

En el proceso de conceder financiación ajena a una pequeña o joven empresa intervienen tanto factores cuantitativos (que no aparezcan ficheros negativos, que no tengan pérdidas, que posean bienes, etc.) como factores cualitativos (confianza demostrada por sus socios, seguridad en la exposición, capacidad de los promotores, etc.) Por lo que es sumamente importante que en ambos casos el emprendedor presente su mejor cara.

Todos lo que quieren es la viabilidad de la empresa en ello se basan para arriesgar y conceder dinero, siempre se intenta sacar rentabilidad.

Se basan en una exhaustiva investigación, análisis de la información continuada en el tiempo, de los diferentes documentos que se aporten como memoria, cuentas de pérdidas y ganancias, balance de situación, previsiones, declaraciones, y todo lo que tenga que ver con la organización y organigrama de la empresa. Junto a la documentación de carácter empresarial también habrá que aportar información personal y patrimonial.

La entrevista personal es muy importante junto con la información que se aporte y la que recaben las entidades analizando la capacidad de pago.

Existen varios factores particulares que ayudan a fijar el nivel de riesgo en una operación financiera:

- **El plazo de vencimiento:** afecta al riesgo de manera directamente proporcional; es decir, a medida que el vencimiento está más lejos en el tiempo, el riesgo aumenta.
- **El importe:** lógicamente, es un factor de riesgo cuando el importe fijado en la operación no es proporcional a la solvencia de la empresa. Es más, cuanto mayor es el porcentaje de financiación más aumenta el riesgo, por lo que se exige al cliente que cubra una parte proporcional de la inversión con recursos propios.
- **El tipo de Operación:** El riesgo, la liquidez y la rentabilidad varían según el producto financiero.
- **El objetivo de la operación:** El uso de la financiación solicitada es otro factor de riesgo si los beneficios de la inversión no cubren la devolución de lo prestado.
- **Las garantías:** Las entidades, además de pedir a sus clientes garantías, también analizan el valor de las mismas. Toda solicitud de financiación debe ir convenientemente avalada por los solicitantes, pero resulta curioso escuchar la negativa de aportar sus propiedades como avales. Así pues, ¿cómo esperan encontrar financiación si no creen ellos mismos en su proyecto empresarial?

”

**Los factores
para conceder financiación
son la confianza y la seguridad
que transmite.**



La capitalización de la prestación por desempleo “El Pago Único”.

Una de las formas de financiación más empleada por los emprendedores, a la hora de poner en marcha una nueva actividad empresarial, y que se engloba dentro de la financiación con recursos propios, es la capitalización de la prestación por desempleo, lo que popularmente es conocido como el “Pago Único”.

Los emprendedores, que hayan generado previamente el derecho a cobrar la prestación por desempleo, tienen la opción de cobrar esta prestación completa o de forma parcial, para disponer de recursos propios si van a crear una nueva empresa como empresario autónomo, sociedad cooperativa, sociedad laboral o sociedad mercantil, o se incorporen como socios trabajadores a alguna de las sociedades indicadas.

Esta prestación por desempleo en su modalidad de pago único, como se ha indicado anteriormente puede solicitarse de forma íntegra (la cantidad total que nos quede por cobrar de la prestación por desempleo) o parcial (quedando la cantidad no solicitada pendiente de cobro en el caso de generar de nuevo el derecho a cobrar la prestación por desempleo), además puede ser solicitada para financiar las inversiones a realizar en el nuevo proyecto empresarial, o hacer una aportación al capital social de la sociedad a la que se vaya a incorporar como socio trabajador el emprendedor o bien para pagar sus nuevas cuotas a la seguridad social como trabajador autónomo o por cuenta ajena, o bien una modalidad mixta en la que puede solicitar una parte de la prestación por desempleo para financiar la inversión o aportar al capital de la sociedad y otra parte para el pago de sus cotizaciones a la seguridad social.

Los casos en los que se puede solicitar la prestación por desempleo en su modalidad de “Pago Único” son:

- Incorporarse de forma estable como socios/as trabajadores/as o de trabajo en cooperativas o en sociedades laborales ya constituidas, o constituir las, aunque se haya mantenido un contrato laboral previo con las mismas.
- Desarrollar una actividad como personas trabajadoras autónomas. No se incluirán en este caso quienes se den de alta como trabajadores/as autónomos/as económicamente dependientes, firmando un contrato con una empresa con la que hubieran mantenido una relación contractual inmediatamente anterior a la situación legal de desempleo o que pertenezca al mismo grupo empresarial de aquella.
- Destinar el importe a realizar una aportación al capital social de una entidad mercantil de nueva creación o creada en un plazo máximo de 12 meses anteriores a la aportación, siempre y cuando se vaya a poseer el control efectivo de la sociedad (Se entiende que se ostenta el control efectivo de la Sociedad si se es titular del 50% o más del capital social. Además, se presume que este control existe, aunque cabe prueba en contrario, cuando conviva y sea pariente hasta el segundo grado de algún otro socio o de varios de ellos cuya participación conjunta en el capital social supere el 50%. También se presume si tal socio y administrador posee 1/3 del capital o incluso sólo el 25% por realizar igualmente como se ha indicado funciones de gerencia o dirección), se vaya a ejercer en la misma una actividad profesional y se produzca un alta en la Seguridad Social en el Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar.

Y los requisitos, que deben concurrir en estos emprendedores deben ser los siguientes:

- Ser persona beneficiaria de una prestación contributiva por desempleo por cese total y definitivo de una relación laboral, pendiente de recibir a fecha de solicitud del pago único, al menos tres mensualidades. Las personas beneficiarias de la prestación por cese de actividad es necesario que tengan pendiente de percibir como mínimo seis meses.
- No haber cobrado el pago único, en cualquiera de sus modalidades, en los cuatro años inmediatamente anteriores.
- Iniciar la actividad en el plazo máximo de un mes desde la resolución que conceda el pago único, y siempre en fecha posterior a la solicitud. No obstante, una vez realizada la solicitud, se puede iniciar la actividad y darse de alta en la Seguridad Social antes de la resolución del pago.
- Si se ha impugnado ante la jurisdicción social el cese de la relación laboral que ha dado lugar a la prestación por desempleo, cuya capitalización se pretende, la solicitud del pago único debe ser posterior a la resolución del procedimiento.
- Quienes en los 24 meses anteriores a la solicitud del pago único hayan compatibilizado el trabajo por cuenta propia con la prestación por desempleo de nivel contributivo, no tendrán derecho a obtener el pago único para constituirse como trabajadores o trabajadoras por cuenta propia o como personas trabajadoras autónomas socias de una sociedad mercantil.
- Si la cooperativa prevé en sus estatutos la posibilidad de que los socios o socias tengan que superar un periodo de prueba, haber superado dicho periodo. Aunque el derecho al pago único de la prestación se podrá aprobar, la persona solicitante únicamente lo percibirá cuando presente ante el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) el acuerdo del consejo rector de haber superado dicho periodo de prueba.

En cualquier caso junto a las solicitud de la prestación de desempleo en su modalidad de pago único, se tendrá que presentar una memoria de la nueva actividad empresarial a desarrollar por el emprendedor, así como la indicación de cual será su participación en el capital social de la sociedad, en el caso de que el solicitante vaya a incorporarse como socio a una entidad empresarial colectiva, o de la inversión prevista a realizar en el caso de que el emprendedor vaya a acometer una actividad empresarial de forma autónoma. Y la solicitud de la capitalización de la prestación por desempleo, para iniciar una nueva actividad empresarial, se puede realizar conjuntamente con la solicitud de la prestación por desempleo, o en cualquier momento en la que se esté percibiendo la misma, siempre y cuando como se ha indicado anteriormente para los beneficiarios de la prestación contributiva por desempleo, le resten al menos tres meses completos por cobrar o para los beneficiarios de la prestación por cese de actividad tengan pendiente de percibir como mínimo seis meses por cobrar.

En cualquier caso, desde tu CADE mas cercano te informaran y te ayudaran en la tramitación y documentación a presentar en la solicitud de tu prestación por desempleo en la modalidad de pago único, cuando vayas a iniciar tu actividad empresarial.



<https://www.andaluciaemprende.es/CADE/>

Los primeros pasos como persona autónoma

01. ¿Qué es el empresario/a individual autónomo/a?
02. ¿Qué requisitos se necesita para ser empresario/a individual autónomo/a?
03. ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta antes de darme de alta como autónomo?
04. ¿Qué ventajas e inconvenientes tiene el trabajo autónomo?
05. ¿Qué tipos de trabajadores/as autónomos/as existen?
06. Trámites fundamentales para el alta como empresario/a individual autónomo/a. Pasos

04





01. ¿Qué es el empresario/a individual autónomo/a?

Persona física que realiza de forma habitual, personal y directa por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otras personas, una actividad económica o profesional a título lucrativo, contando o no con trabajadores a su cargo.

02. ¿Qué requisitos se necesita para ser empresario/a individual autónomo/a?

Con carácter general:

- Ser mayor de edad, con plena capacidad de obrar y libre disposición de sus bienes.
- En caso de ser extranjero/a, no comunitario, residir en España de manera legal, con la correspondiente autorización administrativa para ejercer la actividad por cuenta propia.

03. ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta antes de darme de alta como autónomo?

1. Tipo de Actividad.
2. Limitación de la responsabilidad ante las deudas.
3. Número de personas que conforman el proyecto y su relación.
4. Costes de constitución y si hay necesidad de capital mínimo.
5. Carga fiscal.
6. Trámites administrativos y obligaciones tributarias, laborales y contables.
7. Acceso a Ayudas / Subvenciones / Financiación.



04. ¿Qué ventajas e inconvenientes tiene el trabajo autónomo?



VENTAJAS

Es la manera más rápida y sencilla porque requiere menos gestiones y trámites legales, lo que abarata los costes de constitución

No existe capital mínimo exigido para su constitución

Se mantiene el control total y la gestión de la empresa

Si los beneficios son bajos se pagan menos impuestos que en una sociedad mercantil

- En general, la gestión de las obligaciones fiscales y contables es más sencilla



INCONVENIENTES

No existe diferencia entre el patrimonio empresarial y el personal. Tienen responsabilidad ilimitada

Nota: Actualmente existe la figura (ERL), Emprendedor de Responsabilidad Limitada, excluye de la responsabilidad la vivienda habitual, siempre que cumpla las condiciones legales establecidas

Si la persona está casada en régimen de gananciales, puede dar lugar a que su actividad empresarial alcance al patrimonio del cónyuge

Si los beneficios son altos, se tributa más que con una sociedad

05. ¿Qué tipos de trabajadores/as autónomos/as existen?

Cotizar en el mismo régimen de la Seguridad Social es el punto común entre todos ellos, pero cada tipo de autónomo/a tiene unas características propias.

1. Autónomo/a individual.

- Autónomo que realiza una actividad empresarial por cuenta propia, que puede o no tener trabajadores contratados.
- Autónomos que desarrollan una actividad profesional incluidas en el IAE. Relacionados con titulaciones académicas.

2. Autónomo/a económicamente dependiente: TRADE.

Los trabajadores/as autónomos/as económicamente dependientes (TRADE), son aquellos que facturan al menos el 75% de sus ingresos a un mismo cliente, para el cual realizan de forma habitual su actividad o prestación de servicios.

Debe formalizar con el cliente un contrato por escrito y deberá ser registrado en la oficina del Servicio Público de Empleo Estatal correspondiente.

Un TRADE, reúne las siguientes características:

- Más del 75% de sus ingresos provienen de un mismo cliente.
- No disponer de establecimiento o local abierto al público.
- Disponer de recursos propios para ejercer la actividad.
- Percibir una contraprestación económica en función del resultado de la actividad, de acuerdo con lo pactado con la empresa.
- Realizar su trabajo de manera diferenciada con los trabajadores por cuenta ajena de la empresa.
- Desarrollar la actividad bajo criterios organizativos propios, sin perjuicio de las indicaciones técnicas de carácter general que pueda recibir de la empresa.
- No tener trabajadores (a excepción de los supuestos recogidos en el artículo 11 del Estatuto del Trabajo autónomo, en el que se dan una serie de circunstancias en las que el autónomo dependiente sí podrá contratar a otro trabajador) ni subcontratar la actividad de manera parcial o total.
- Asumir el riesgo y ventura de su negocio.



3. Autónomo/a colaborador/a.

Un/a autónomo/a colaborador/a es un familiar, hasta el segundo grado por consanguinidad o afinidad, del trabajador autónomo titular que convive y trabaja con él, cuya incorporación al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) resulta obligatoria.

Para poder acogerse a la figura de autónomo/a colaborador/a, deben cumplirse unos requisitos:

- Debe ser un familiar de hasta el segundo grado por consanguinidad, afinidad o adopción.
- No puede estar trabajando por cuenta ajena.
- Convivir en el mismo hogar y ser dependiente económicamente.
- Tener al menos 18 años.
- Trabajar para el autónomo titular de forma habitual y no de forma puntual.

Trámites fundamentales para el alta como Empresario/a Individual Autónomo/a

Los primeros pasos para convertirse en autónomo/a no son complicados. Desde Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza, queremos ayudarte para que sepas qué es lo que tienes que hacer y dónde tienes que dirigirte, en 6 pasos



PASO 1

Búsqueda de financiación: capitalizar mi prestación por desempleo y/o petición de préstamos bancarios.

Sí, puedes capitalizar la prestación por desempleo en la modalidad de pago único y/o compensación de cuotas a la Seguridad Social o, por otra parte, puedes compatibilizar tu prestación por desempleo con tu alta de autónomo, teniendo que optar por una de estas dos opciones:

1. Pago único.

Puedes beneficiarte del pago único de tu prestación, si reúnes los siguientes requisitos:

- Ser persona beneficiaria de una prestación contributiva por desempleo por cese total y definitivo de una relación laboral, pendiente de recibir a fecha de solicitud del pago único al menos tres mensualidades. Las personas beneficiarias de la prestación por cese de actividad, es necesario que tengan pendiente de percibir como mínimo seis meses.
- No haber cobrado el pago único, en cualquiera de sus modalidades, en los cuatro años inmediatamente anteriores.
- Iniciar la actividad en el plazo máximo de un mes desde la fecha de notificación de la resolución, y siempre en fecha posterior a la solicitud.
- Si se ha impugnado ante la jurisdicción social el cese de la relación laboral que ha dado lugar a la prestación por desempleo, cuya capitalización se pretende, la solicitud del pago único debe ser posterior a la resolución del procedimiento.
- Quienes en los 24 meses anteriores a la solicitud del pago único hayan compatibilizado el trabajo por cuenta propia con la prestación por desempleo de nivel contributivo, no tendrán derecho a obtener el pago único para constituirse como trabajadores o trabajadoras por cuenta propia.

La prestación capitalizada podrá percibirse:

- **En modalidad de pago único:** Se puede obtener hasta el 100 % del importe de la prestación pendiente de percibir. La cuantía máxima a percibir será la cantidad que se justifique como inversión en el supuesto de las personas trabajadoras autónomas.
- **En modalidad de pagos mensuales** para subvencionar la cotización de la persona trabajadora a la Seguridad Social. En este caso deberá presentar los justificantes de cotización a la Seguridad Social del mes de inicio de la actividad.
- **En modalidad mixta,** destinando una parte de la prestación por desempleo a la inversión realizada y el resto a pagos mensuales de la cotización de la persona trabajadora a la Seguridad Social.

El plazo de solicitud de la capitalización por desempleo debe ser anterior al inicio de actividad.

2. Compatibilización.

Cuando se está percibiendo la prestación por desempleo de nivel contributivo y se da de alta como trabajador o trabajadora por cuenta propia, se puede seguir percibiendo la prestación que le corresponda, mientras esté trabajando por cuenta propia, durante un máximo de 270 días o durante el tiempo inferior que le quede por percibir, siempre que solicite la compatibilidad en el improrrogable plazo de 15 días a contar desde la fecha de inicio de la actividad por cuenta propia.

Para más información en el enlace:

<https://www.sepe.es/HomeSepe/autonomos/prestaciones-para-emprendedores-y-autonomos/capitaliza-tu-prestacion.html>

3. Préstamos bancarios

Si eres emprendedor/a y necesitas inversión para iniciar tu proyecto, puedes contar con financiación ajena a través de los diferentes instrumentos bancarios existentes para esta finalidad (microcréditos, ICO, etc.).



PASO 2

Permisos licencias y/o registros para la realización de la actividad

En determinados casos, la persona trabajadora autónoma deberá realizar ciertos trámites en el Ayuntamiento del municipio donde se ubique su negocio o actividad.

1. Licencia de apertura y actividad.

La licencia de apertura es una licencia municipal obligatoria para que en un local, nave u oficina se pueda ejercer una actividad comercial, industrial o de servicios. Esta licencia municipal, acreditará la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.

Existen dos tipos de licencias en función del grado de molestias, daños y riesgos:

- **Actividades inocuas:** aquellas que no generan molestias significativas, impacto medioambiental, daños a bienes públicos o privados ni riesgo para bienes o personas.
- **Actividades calificadas:** aquellas consideradas como molestas, insalubres, nocivas y/o peligrosas.

¿Quién puede solicitarlo?

El titular de la actividad.

¿Plazos?

Todo el año.

Qué actividades no necesitan solicitar licencia de apertura?

No es necesario solicitar una licencia de apertura en aquellos trabajos de tipo artesano, artístico o profesional que se pueden desarrollar en un domicilio particular. En estos casos se requiere que:

- No estén en relación directa con el público.
- No se comercialicen sus productos o servicios.
- No sean actividades molestas, ni insalubres para los vecinos.

Declaración responsable.

Para actividades comerciales minoristas y prestación de determinados servicios previstos en la Ordenanza Municipal, cuya superficie útil de exposición y venta al público no sea superior a 750m², sólo será necesario una declaración responsable para la obtención de la licencia de apertura para su actividad.

¿Quién puede solicitarlo?

El titular de la actividad o su representante legal.

¿Plazos?

Todo el año.

Cambio titularidad negocio.

Para el traspaso de un negocio, sólo será necesario realizar un cambio de titularidad siempre y cuando coincida con la misma actividad a realizar.

2. Licencia de obras.

Es preciso obtener una licencia de obras (urbanística) o realizar una comunicación o una declaración responsable al Ayuntamiento para:

- Realizar obras, reformas, construcciones u otras actuaciones en un local o edificio destinado a actividades.
- Abrir nuevas oficinas, comercios y otras actividades en un local.
- Cambiar el uso de un edificio o un local para destinarlo a actividades. Por ejemplo de viviendas a oficina.

Nota: Cada Ayuntamiento se rige por su Ordenanza Municipal.

3. Otros permisos y/o registro.

El empresario/a individual autónomo, para la realización de determinadas actividades necesitará además, obtener los permisos o registros correspondientes en su caso.

PASO 3

Alta en la actividad: Agencia Tributaria

1. Declaración censal.

Como empresario/a individual, deberás inscribirte en el censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores antes del inicio de la actividad. La declaración censal es la declaración de comienzo, modificación o cese de actividad. Están obligados a presentarla todas las personas físicas y jurídicas que vayan a iniciar una actividad empresarial o profesional en el territorio español.

- Modelo 036 ó modelo 037 abreviado.
- En este momento, además, hay que elegir las opciones de tributación tanto de IRPF como de IVA, principales obligaciones fiscales del trabajador autónomo

2. Alta Impuesto de Actividades Económicas.

Es un tributo de carácter local, que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en local. Es obligatoria el alta en el impuesto, pero están exentos de pago las personas físicas y las sociedades mercantiles que tengan un importe neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000€.

- Modelo 840 ó el 848 en caso de estar obligatorio al pago.



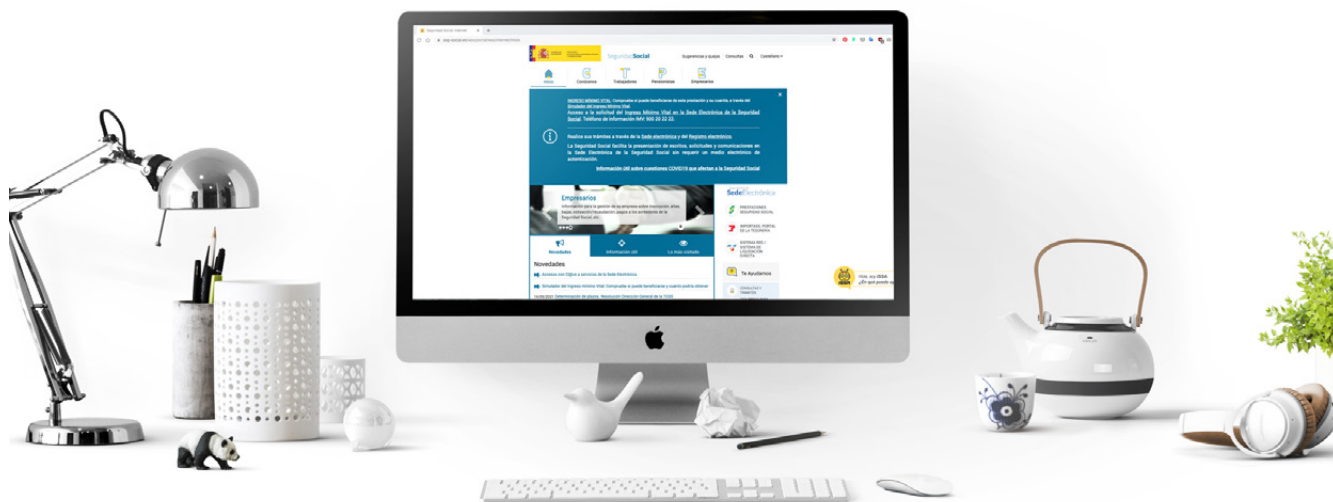
Trámites con certificado digital en:

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/inicio.html>

O previa cita en la Delegación de Hacienda que nos corresponda según el domicilio fiscal de la empresa.

PASO 4

Alta como trabajador/a: Seguridad Social



Con carácter general el empresario/a individual que desarrolla una actividad se dará de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social (RETA).

Sin embargo, personas autónomas profesionales como abogados y procuradores, médicos, arquitectos, ingenieros técnicos y peritos, químicos o gestores administrativos, pueden elegir entre RETA o mutualidad propia. En estos casos, se paga una cuota periódica que procura una asistencia que sustituye ciertas coberturas de la Seguridad Social.

1. Obtener nº Afiliación Seguridad Social.

Este trámite se realiza en caso de que el empresario/a o cualquier trabajador/a que vaya a contratar, no posea un número de afiliación. Modelo TA1

- Copia de DNI, tarjeta de extranjero o pasaporte
- Certificado electrónico: puedes realizar la solicitud desde la Sede Electrónica de la Seguridad Social. “No obligatorio”
- Si en 45 días no hay resolución, la solicitud se entiende estimada.

2. Autónomo “alta en RETA”.

Es el régimen que regula la cotización a la Seguridad Social de los trabajadores/as autónomos/as. Modelo TA0521

- Certificado electrónico: realización del alta a través de la sede electrónica de Seguridad Social. Carácter obligatorio.
- Las altas iniciales tendrán efecto desde el primer día del mes natural o desde la fecha de efecto de alta, a elección de la persona trabajadora autónoma.
- Plazo presentación altas RETA → En la Tesorería General de la Seguridad Social, de forma previa al inicio de la actividad → hasta 60 días naturales antes del inicio de la actividad por el autónomo.

3. Contratación de trabajadores/as.

1) Inscripción como empresario/a en la Seguridad Social para contratar a empleados/as (alta código cuenta de cotización c.c.c.), Modelo TA6

- Original o copia del documento identificativo del titular.
- Copia del Modelo 036/037 (Declaración Censal).
- Presencial o telemática en la Tesorería General de la Seguridad Social

2) Alta del trabajador/a: Modelo TA2/S

- Alta, baja o variación de datos del trabajador/a. Previo al inicio de la relación laboral hasta 60 días antes.
- Efectos a partir del día en que se inicie la actividad.
- Presencial o telemática en la Tesorería general de la Seguridad Social
- Presentar el contrato: en un plazo de 10 días se deberá remitir una copia del contrato al SEPE para su registro.



Trámites e información complementaria en:

<http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Inicio>

¿Dónde puedo realizar estos trámites?

La persona emprendedora, por sí misma, o a través de los Puntos de Atención al Emprendedor (PAE), deberá cumplimentar el Documento Único Electrónico (DUE).

<http://www.paeelectronico.es/es-ES/CreaEmpresa/Paginas/PuestaMarcha.aspx>

La creación de empresas por Internet (CIRCE) es un sistema que ofrece la posibilidad de realizar la creación de la figura de empresario individual (autónomo/a) por medios telemáticos. De esta forma, se evitan desplazamientos y se produce un ahorro sustancial en tiempos y costes.

El sistema, permite consultar a través de Internet y previa autenticación, el estado del expediente. Además, el emprendedor, si lo desea, podrá recibir a través de su teléfono móvil mensajes comunicándole la finalización de los trámites más significativos.

Con el envío a través de internet del Documento Único Electrónico, se inicia la tramitación telemática. A partir de este momento el sistema de tramitación telemática (STT-CIRCE) envía a cada organismo interviniente en el proceso (Hacienda y Seguridad Social), vía Internet, la parte del DUE que le corresponde para realizar el trámite de su competencia.

Los CADE son Puntos de atención al Emprendedor (PAE) realizando el Documento Único Electrónico (DUE), de manera telemática, dando de alta de manera inmediata al emprendedor como empresario individual (autónomo), sin necesidad de que éste acuda a cualquier otro organismo (Hacienda, Seguridad Social..).

Enlace buscador de CADES:

<https://www.andaluciaemprende.es/CADE/>





PASO 5

Obligaciones laborales: cotización de la persona trabajadora autónoma

1. ¿Cuál es el importe de la cuota de autónomo/a?

Como regla general, la cuota mínima de autónomos/as personas físicas en 2021 es de 286,15€/mes si no eres beneficiario/a de la Tarifa Plana, o cualquier otra bonificación.

Pasará a ser de 289€/mes a partir del 1 de junio cuando se produzca la subida. Esta cuota se corresponde a la Base Mínima de cotización que es 944,40 €.

Estas cuantías, llevan incluidas las coberturas de contingencias comunes, contingencias profesionales, cese de actividad y formación profesional puesto que su cotización es obligatoria desde enero de 2.019.

Si eres autónomo/a con más de 10 trabajadores/as en el ejercicio anterior, la cuota mínima para el 2021, siguiendo la Ley de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo se desvincula del Régimen General, siendo de 367,84€/mes correspondiente a la Base Mínima situada en 1.214,08 €/mes.

No obstante, estos importes se actualizan cada año, en el siguiente enlace podrás consultar los importes actualizados para cada ejercicio: <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Empresarios/CotizacionRecaudacionEmpresarios>



2. ¿Qué es la tarifa plana?

Se trata de una bonificación / reducción de la Seguridad Social que te permitirá pagar una cuota más reducida siempre que cumplas con el requisito de que sea tu primera alta en RETA o no hayas estado de alta en los dos años inmediatamente anteriores (3 años en caso de haber disfrutado de esta bonificación anteriormente). También debes hallarte al corriente con la Seguridad Social, es decir, no tener deudas con este Organismo.

Si cumples los requisitos, y te decantas por la base mínima de cotización, pagarás una cuota de autónomos de 60€/mes durante los primeros 12 meses, durante los 6 meses siguientes, es decir de los meses 13 al 18, la Seguridad Social bonifica al 50% de la base mínima de cotización por contingencias comunes y otros 6 meses más, de los meses 19 al 24, la bonificación es del 30%.

Si optas por una base superior a la mínima, durante el primer año se te bonificará la cuota de autónomos al 80% (correspondiente a la base mínima por contingencias comunes), y del mismo modo que en el caso anterior, al 50% y al 30% en el año siguiente.

Debes tener en cuenta que además en el caso de ser mujer menor de 35 años u hombre menor de 30 existen bonificaciones adicionales de un 30 % en los 12 meses siguientes al periodo de finalización del disfrute de la tarifa plana.

En el supuesto de que seas trabajador por cuenta propia o autónomo que reside y desarrolla tu actividad en un municipio en cuyo padrón municipal actualizado al inicio de la actividad consten menos de 5.000 habitantes, finalizado el periodo inicial de 12 meses de aplicación de los beneficios en la cotización establecidos en los apartados anteriores, tendrás derecho, durante los 12 meses siguientes, a estos mismos incentivos. En estos casos, no serán de aplicación las reducciones y bonificaciones para los 12 meses posteriores al periodo inicial contempladas anteriormente.

Asimismo, en el caso de disfrutar de la tarifa plana, desde enero de 2019, es obligatorio cotizar por contingencias comunes, contingencias profesionales (accidente de trabajo y enfermedad profesional) y formación profesional, pero es optativo cotizar por prestación por cese de actividad. El importe de la cuota de autónomo bonificada variará en función de la elección de dicha cobertura.

Cuadro resumen de cotizaciones 2021

Cotización persona física	Base Mínima	Cuota Mensual	Base Máxima	Cuota Mensual
Trabajadores < 48 años	944,40€	286,15€	4.070,10€	1.221,03€
Trabajadores =< 48 años	1.018,50€	308,61€	2.077,80€	629,58€
Cotización con bonificaciones persona física	Base Mínima	Cuota Mensual	Bonificación	Periodo
Trabajadores < 48 años	944,40€	60,00€		1º año
		143,10€	50% de la base	2º año (1ª sem.)
		200,30€	30% de la base	2º año (2ª sem.)
Trabajadores < 30 años		200,30€	30% de la base	3º año
Mujeres < 35 años		200,30€	30% de la base	3º año
Trabajadores =< 48 años	1.018,50€	85,63€		1º año
		165,81€	50% de la base	2º año (1ª sem.)
		219,26€	30% de la base	2º año (2ª sem.)
Autónomo colaborador	944,40€	141,65€	50% sobre la base	18 meses
		212,00€	25% sobre la base	6 meses
Autónomo con discapacidad	944,40€	60,00€	80% cuota	1º año
		143,10€	50% cuota	2º a 5º año

Más información en el enlace:

<https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537>



NOTA:

Trabajadores con 47 años de edad a 1 de enero de 2021.

Los trabajadores autónomos que en esa fecha tuvieran una edad de 47 años y su base de cotización en el mes de diciembre de 2020 haya sido igual o superior a 2.052€ mensuales, o causen alta en este régimen especial con posterioridad a la citada fecha.

Los trabajadores autónomos que, a 1 de enero de 2021, tengan 47 años de edad, si su base de cotización fuera inferior a 2.052€ mensuales en diciembre de 2020, no podrán elegir una base de cuantía superior a 2.077,80€ mensuales, salvo que hubieran ejercitado su opción en este sentido antes del 30 de junio de 2021, lo que hubiera producido efectos a partir del 1 de julio del mismo año, o que se trate del cónyuge superviviente del titular del negocio que, como consecuencia del fallecimiento de éste, haya tenido que ponerse al frente del mismo y darse de alta en este régimen especial con 47 años de edad, en cuyo caso no existirá dicha limitación.

PASO 6

Las obligaciones tributarias y fiscales de la persona trabajadora autónoma

Los impuestos más habituales son:

1. El impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF).

Éste grava las rentas empresariales obtenidas por la persona autónoma, se liquida trimestralmente. Se elige entre:

Régimen de Estimación Directa Normal. El rendimiento se determina en función de los ingresos y gastos.

Régimen de Estimación Directa Simplificada. El rendimiento se determina en función de los ingresos y gastos. Para empresas con un volumen de negocio anual inferior a 600.000 euros.

Régimen de Estimación Objetiva (Módulos). Tributa una cantidad fijada en función a una serie de criterios relacionados con el local, suministros, etc.

2. El impuesto sobre el valor añadido (IVA).

Impuesto indirecto que grava el consumo y recae por tanto sobre el consumidor final. La persona autónoma tan sólo actúa como recaudadora entre Hacienda y el consumidor final. Se liquida con carácter general de forma trimestral.

¿Cuáles son los modelos fiscales que tienen que presentar las personas trabajadoras autónomas?

Con carácter general, los más usuales son:

Trimestralmente:

- **Modelo 303** de IVA. Declaración trimestral.
- **Modelo 130** de IRPF si tributas en estimación directa normal o directa simplificada. En el caso de tributar en módulos o estimación objetiva deberás utilizar el modelo 131.
- **Modelo 111** de retenciones de IRPF si tienes trabajadores por cuenta ajena o practicas retenciones a otros profesionales.
- **Modelo 115** de retenciones de IRPF si pagas alquileres y estás obligado.

Anualmente:

- **Modelo 390** de resumen anual de IVA.
- **Modelo 100** de declaración anual del IRPF.
- **Modelo 180** de resumen anual de retenciones de alquileres.
- **Modelo 190** de resumen anual de retenciones e ingresos a cuenta de IRPF de trabajadores por cuenta ajena u otros profesionales.
- **Modelo 347** de operaciones con terceras personas. Esta declaración informativa señala todas las operaciones que se hayan realizado con clientes, proveedores, o cualquier entidad. Es necesario realizarla siempre que el conjunto de las operaciones supere los 3.005,06€.



¿Algo no te ha quedado claro?

Remítenos un mail a: autonomos@andaluciaemprende.es

Accede a nuestro canal online de atención al trabajador autónomo en Somos Emprende Network: <http://somosemprende.andaluciaemprende.es>

Nota: Este documento tiene carácter meramente informativo y no exhaustivo, debiéndose comprobar siempre la vigencia y exactitud de los datos en las fuente legales y administrativas oficiales correspondientes.

Para más información en:

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/empresarios-individuales-profesionales.html>

y por:

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/empresas.html>



Emprender con socios

01. ¿Qué preguntas debes hacerte a la hora de emprender?

02. La forma jurídica, algo más que burocracia.

Influencia en los primeros pasos para la viabilidad de nuestro negocio.

03. Dos enfoques

04. Trámites y ayudas

05