

Tema 2. La creación de una empresa

1. La idea

Una de las formas de incorporarnos al mundo laboral es a través del trabajo por cuenta propia, también denominado autoempleo. Para poder crear tu propia empresa y convertirte en empresario es necesario tener o adquirir una serie de características o cualidades que son:

1. **Ser emprendedor.** La persona emprendedora tiene iniciativas, un espíritu creativo y busca nuevas oportunidades de negocios.
2. **Tener capacidad para asumir riesgos.** El riesgo, desde el punto de vista empresarial, no sólo existe en el momento de crear la empresa, es decir, en si irá o no bien el negocio, sino que está presente en todo momento cuando se trata de una actividad empresarial.
3. **Ser organizado.** Poner en marcha una empresa, así como la gestión posterior de la misma, requiere una gran capacidad organizativa por parte del empresario.
4. **Tener cierta experiencia profesional.** Esta experiencia va a ayudar a conocer mejor todo lo relacionado con la empresa, como las inversiones necesarias, la competencia del sector, etc.

Las ideas de negocio pueden surgir:

- **De la invención.** Más que de una idea genial, detrás de la invención suele haber un proceso organizado de búsqueda de una oportunidad de negocio.
- **De la observación de los cambios sociales.** Estos cambios van generando nuevas necesidades en los consumidores, que dan lugar a nuevas empresas. Algunos cambios que se han producido en los últimos años son: cambios en el nivel de ingresos personales, incorporación de la mujer al mercado laboral, mayor nivel cultural de la sociedad, nuevas tecnologías como la informática, mayor culto al cuerpo y envejecimiento de la población,
- **De la observación de lo que hacen otras empresas.** Muchas ideas de negocio surgen al observar el producto o servicio que ofrece la competencia. Así, se puede hacer lo mismo pero más barato, con más garantías o más rápido o tratando mejor al cliente, etc. A esto se le llama diferenciar el producto o el servicio, de forma que sea más atractivo para el cliente que el de la competencia.
- **De observar ausencias del mercado.** Muchas veces nos preguntamos por qué no existen ciertas cosas. Así, han surgido productos como los palillos o el sacacorchos.
- **De los hobbies o aficiones.** La idea puede surgir de las propias aficiones de la persona que va a poner en marcha la empresa.



2. La investigación del mercado

Una vez que ha surgido la idea empresarial hay que estudiarla detalladamente para ver si tiene posibilidad de éxito, valorar si verdaderamente es viable. Para ello el primer paso que hay que dar es conocer el mercado al que va a ir dirigido el producto o el servicio.

En este contexto - se puede definir el mercado como el conjunto de consumidores reales y potenciales del producto o servicio. Consumidores reales son los compradores actuales y consumidores potenciales los que pueden llegar a serlo.

2.1 El mercado

Para realizar un estudio hay que recoger datos sobre el tamaño del -mercado al que nos dirigimos. Por tamaño de un mercado de un producto o servicio se entiende la cantidad que se ha vendido del mismo en un período de tiempo y en un área geográfica determinada. Las empresas tienen, su participación o cuota de mercado y aquella que mayor cuota tiene se la denomina empresa líder.

Es fundamental conocer el tamaño del mercado, para saber si existe un hueco para la entrada en el mismo de nuestra empresa, y, así, poder establecer una previsión de ventas.

2.2. Los clientes o demanda

La demanda es la cantidad de - producto que los consumidores están dispuestos a adquirir y, por ello, el *objeto del estudio* es conseguir toda la información posible acerca del número de clientes dispuestos a comprar nuestro producto: cuántos son, su edad, su status social, sus gustos, quién compra, hábitos de compra, etc. En definitiva, se trata de saber, de forma aproximada, la cantidad de producto que esperamos vender en un determinado plazo de tiempo.



2.3 La competencia u oferta

En nuestro estudio no nos podemos olvidar de la competencia. Tenemos que identificar cuáles son las empresas competidoras que ya están ofreciendo los productos o servicios, que satisfacen las mismas necesidades que los de nuestra empresa. De la competencia debemos tener en cuenta los siguientes aspectos: cuáles y cuántas son, cuál es su cuota de mercado, cómo son sus productos o servicios y cuáles son sus precios.

Cuanta mayor información tengamos sobre la competencia, mejores decisiones tomaremos para nuestra futura empresa, ya que trataremos de sacarles ventaja en algún aspecto, como puede ser: mejor calidad, mejor precio o mayores garantías.

2.4 La distribución del producto

Se trata de determinar, en nuestro estudio, cómo se puede hacer llegar el producto hasta el consumidor, es decir, cuáles son los caminos posibles por los que nuestro producto puede llegar al cliente. A estos caminos se les denomina **canales de distribución o intermediarios**. Los canales más frecuentes son:

- | | | |
|------------------------|----------------------|-------------|
| - Fabricante - | consumidor. | |
| - Fabricante - | minoristas (tiendas) | consumidor. |
| - Fabricante-mayorista | minorista | consumidor. |

Una vez que conozcamos cuáles son los canales existentes, en nuestro sector, podremos decidir cuál es el más adecuado para nuestro producto o servicio.

¿Dónde podemos buscar información para la investigación del mercado?
 INEM. Ayuntamientos. Cámaras de Comercio. Asociaciones empresariales de cada sector. INE (Instituto Nacional de Estadística). Registros Mercantiles. Ministerio de Industria. Revistas especializadas. Bancos de datos de las universidades.

Actividad

Sabiendo que las ventas del producto A son las siguientes:

Empresa	Unidades
1	20.000
2	40.000
3	50.000
4	90.000

Establece cuál es el tamaño total del mercado del producto A y la participación o cuota de cada empresa. ¿Cuál es la empresa líder y qué significa esto?

3. El proyecto o plan de negocio

El **plan de negocio** es el documento donde se plasma por escrito y, basándonos en nuestro estudio de mercado, el proceso de creación de la empresa, desde la descripción de la idea hasta la forma de ponerla en marcha. Este proyecto cumple las siguientes finalidades:

1. Nos permite conocer si el proyecto es viable o no, esto es, si tiene posibilidades de llevarse a cabo con éxito. Si del plan de negocio se deduce su escasa viabilidad, debemos abandonar la idea antes de poner la empresa en funcionamiento.
2. Sirve para que puedan conocer el alcance de nuestra idea.

El plan de negocio debe estar compuesto por: descripción de la idea, descripción del producto o servicio, plan técnico y de compras, localización de la empresa, plan comercial y marketing, plan de Recursos Humanos y plan financiero.



3.1 Descripción de la idea

En este apartado se debe dar a conocer cuál va a ser la actividad de la empresa, cómo ha surgido la idea, quiénes son los promotores y qué objetivos nos planteamos con esta idea de negocio.

3.2 Descripción del producto o servicio

Hay que describir de manera clara el producto o servicio que se va a comercializar, y qué necesidades satisfacen dichos productos o servicios. Esto nos ayuda a realizar una comparación con los productos iguales o similares que ya ofrecen otras empresas, destacando las ventajas que ofrecemos frente a los competidores.

3.3 Plan técnico y de compras

A través de este plan, se prevé cómo vamos a fabricar el producto o a prestar el servicio, teniendo en cuenta todos los elementos que vamos a necesitar, como edificios, maquinaria, equipos informáticos, transporte, herramientas, materias primas, etc. También resulta interesante hacer una selección de posibles proveedores.

3.4 Localización de la empresa

Otro de los factores a considerar, dentro del plan del negocio, es dónde va a estar localizada la empresa y sus instalaciones, ya que muchas nuevas empresas fracasan por instalarse en un lugar que no era el idóneo. Para saber dónde debemos situar la empresa debemos tener en cuenta los siguientes criterios:

- Si hay fácil acceso para los clientes, trabajadores y proveedores.
- Las distancias a las vías de comunicación.
- El número de competidores cercanos.
- El nivel socioeconómico de la zona.



3.5 Plan comercial y marketing

El plan comercial. Hace referencia a cómo vender el producto o servicio. Para realizar este plan hay que partir de una previsión realista de ventas, es decir, del número de unidades que tenemos previsto vender en un plazo determinado de tiempo, teniendo en cuenta el estudio de mercado y nuestras posibilidades. Después, hay que establecer el número de vendedores con el que debemos contar. **El plan de marketing.** Para conseguir el objetivo de ventas marcado debemos preparar una estrategia. Por ello, se deben tomar decisiones sobre: el producto, el precio, la distribución y la publicidad.

1. **Producto.** Hay que pensar en las modificaciones o complementos que van a realizarse en el producto para ser diferentes a los de la competencia.
2. **Precio.** La fijación del precio es uno de los aspectos más importantes del plan de marketing y para ello se tendrá en cuenta: lo que cuesta producirlo, los precios de los competidores y el precio que está dispuesto a pagar nuestro futuro cliente.
3. **Distribución.** La distribución hace referencia a cómo hacer llegar el producto al cliente.
4. **Publicidad.** En este apartado se toman decisiones acerca de cómo vamos a dar a conocer y a promocionar el producto o servicio y a través de qué medios.

3.6 Plan de recursos humanos

Todo proyecto empresarial debe incluir un estudio de las personas que se van a necesitar para desarrollar la actividad y que la empresa funcione, para ello se deben considerar los siguientes aspectos:

- Fijar el número de puestos de trabajo y sus funciones.
- Establecer cómo se va a seleccionar al personal.
- Fijar los tipos de contratos que se pueden realizar en cada momento.

- Fijar planes para la formación y reciclaje de los trabajadores, para la puesta al día de los conocimientos del personal.

- Establecer lo que se va a pagar en concepto de salarios, la duración de la jornada de trabajo y demás condiciones.

3.7 Plan financiero

En este punto debemos tener en cuenta el dinero que se necesita para poner en marcha la empresa, dé dónde lo vamos a sacar y cuál es el beneficio que esperamos de nuestro futuro negocio.

Para responder a la primera cuestión hay que conocer todas las inversiones que tenemos que realizar: terrenos, máquinas, materias primas, lo que nos cuestan los trabajadores, etc. La segunda cuestión se refiere a la búsqueda y obtención del dinero.

Para determinar cuál va a ser el beneficio de la empresa hay que elaborar una previsión de ingresos y gastos para un período determinado de tiempo -generalmente un año-, a través de la **cuenta de resultados**, que nos indica las posibles pérdidas o ganancias de la empresa.



Valoración del riesgo y toma de decisión. No debemos olvidar que dentro del plan de negocio se debe incluir un listado de posibles riesgos que nos pueden afectar, como no encontrar el equipo de personas adecuadas, no dar con el producto exigido por el cliente o no contar con el apoyo necesario de los bancos.

Una vez tomados en consideración todos los factores en contra y todas las conclusiones positivas que han surgido de nuestro plan de negocio, debemos tomar una decisión.

Plan de negocio

- **Descripción de la idea.**
- Descripción del producto o servicio.**
- Plan técnico y de compras.**
- Localización de la empresa.**
- Plan comercial y de marketing.**
- Plan de recursos humanos.**
- Plan financiero.**

Toma de decisión

4. Los recursos financieros

Como hemos visto en el epígrafe anterior, dentro del plan financiero es necesario buscar y obtener el dinero suficiente para poner en funcionamiento la empresa. Vamos a analizar las diferentes fuentes de financiación: recursos propios y recursos ajenos o financiación por deuda.

4.1 Recursos propios

Es el dinero que aporta el empresario, aunque si no es suficiente y no quiere endeudarse puede permitir la entrada de nuevos socios con la consiguiente pérdida de control sobre la empresa.

4.2 Recursos ajenos o financiación por deuda

A través de esta fórmula el empresario recibe una cantidad, comprometiéndose a devolver dicha cantidad más los intereses estipulados.

A la hora de solicitar un préstamo el banco nos va a pedir el plan de negocio para ver si la empresa que vamos a montar es viable o no lo es, y aun siendo un negocio rentable, nos pedirá garantías que le aseguren que vamos a devolver la cantidad que nos va a prestar. Otras formas de financiación por deuda, además de los préstamos bancarios son:



- El *leasing*. Es un sistema de financiación mediante el cual una empresa puede disponer de un bien, por ejemplo, alquilar una máquina cara en lugar de comprarla. Lo más importante de esta fórmula de financiación es que la empresa siempre tiene, al final, la opción de compra sobre ese bien mediante el pago de su valor residual.
 - El *renting*. Es también un alquiler de un bien (por lo general estos bienes son automóviles) pudiendo cambiar el vehículo por otro al finalizar el período del contrato. No hay opción de compra.
- Otra fuente de financiación ajena es el *Factoring*: una empresa especializada compra a una empresa que necesita liquidez las letras de cambio, pagarés o facturas pendientes de cobro y se encarga de cobrarlas.

Actividad

Elabora un cuadro resumen con las distintas posibilidades que tiene el promotor de una idea de negocio, para obtener el dinero que le va a costar poner en funcionamiento esa empresa.

El empresario no se tiene que preocupar de las gestiones que pueda ocasionar el uso del vehículo, Ya que todos los gastos que genere el automóvil correrán a cargo de la empresa de *renting*.

Cada vez son más las empresas que utilizan el *renting* para gestionar sus flotas de vehículos, ya que, por una cuota fija mensual, las empresas de *renting* se ocuparán del mantenimiento total o parcial del vehículo, revisiones periódicas, reparaciones, etc.

La duración del contrato de *renting* oscila entre uno y cinco años. La cuota mensual que suelen pagar las empresas por el vehículo está determinada por el precio de venta al público, por la duración del contrato y por los servicios de gestión solicitados.

5. Las formas jurídicas

Otra de las grandes decisiones que hay que tomar a la hora de poner en marcha un proyecto empresarial es, la forma jurídica que va a adoptar la empresa, ya que hay que escoger aquella que mejor se adapte a las características y necesidades de la misma. Los **criterios** para elegir la forma jurídica son:

- **Número de socios.** Puede haber un único socio o varios.
- **Tipo de responsabilidad.** La responsabilidad ante las deudas que puede generar la empresa puede ser:
 - Limitada. Sólo se responde de las deudas con el capital aportado a la sociedad.
 - Ilimitada. Se responde de las deudas con el capital aportado a la sociedad y si éste no es suficiente, también se responde con los bienes personales de los socios.
- **Impuestos a pagar.** Cada forma jurídica tiene unos determinados impuestos.
- **Capital inicial.** Algunas formas jurídicas necesitan una cantidad de dinero mínima para constituirse.



Forma	nº socios	Responsabilidad Impuestos	Capital mínimo	
empresario individual	1	Ilimitada	No hay mínimo capital social	IRPF*
Comunidad de bienes	2	Ilimitada	No hay mínimo capital social	IRPF
Sociedad colectiva	2	Ilimitada	No hay mínimo capital social	IS
Sociedad comanditaria	2	Socio colectivo: Ilimitada Socio comanditario: Limitada	No hay mínimo capital social Sociedad comanditaria por acciones: 60.101,21 euros. para su constitución.	IS
Sociedad de responsabilidad limitada-	1	Limitada	3.005,06 euros.	IS
Sociedad anónima	1	Limitada	60.101,21 euros.	IS
Sociedad laboral	3	Limitada	SAL 60.101,21 euros. SLL 3005,06 euros	IS
Sociedad cooperativa	Primer grado 5	Limitada	No hay mínimo capital social	IS
	Segundo grado 2			

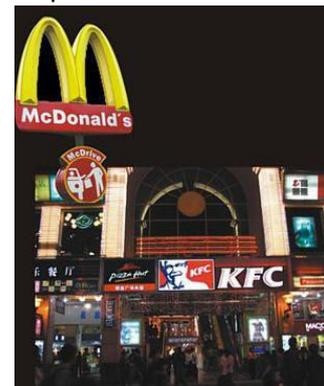
IRPF: Impuesto sobre la renta de las personas físicas.

IS: Impuesto sobre sociedades.

5.1 La franquicia

Además de crear una empresa desde su inicio, existe otra posibilidad para poner en marcha un negocio, y es la asociación a otra empresa que ya está establecida en el mercado. A esta fórmula se le denomina franquicia y permite correr menos riesgos cuando no se dispone de experiencia profesional.

En esta fórmula existen dos figuras que son el franquiciador y el franquiciado. El franquiciador cede la marca de un producto y los conocimientos sobre un negocio que ya es rentable, y el franquiciado debe aportar la inversión necesaria para poner en marcha el negocio y, además, su esfuerzo para dirigirlo. La **franquicia** la podemos definir, como un contrato entre dos partes franquiciador y franquiciado- mediante el cual el primero cede al segundo el derecho a la fabricación y comercialización de productos o servicios, y los conocimientos necesarios- para llevarlos a cabo (Know How), y el segundo tiene que entregar una cantidad de dinero al comienzo del negocio aunque después debe seguir entregando otras cantidades. Ejemplos de franquicias -son establecimientos Como Día, Telepizza o Burger King.



6. Los trámites

Una vez que hemos realizado todos los pasos anteriores y nos hemos decidido por una determinada forma jurídica, debemos realizar una serie de trámites ante diferentes organismos para que la empresa pueda comenzar a funcionar.

La forma jurídica que menos trámites requiere es la constitución en empresario individual, ya que no está obligado, aunque es conveniente, a inscribirse en el Registro Mercantil. Uno de los trámites que sí debe realizar el empresario individual es pagar el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

Si se opta por la forma jurídica de sociedad, antes de comenzar los trámites de puesta en marcha debe constituirse como persona jurídica, para lo cual hay que realizar:

- Obtención de la certificación negativa del nombre del Registro General de Sociedades Mercantiles, que sirve para acreditar que no hay otra empresa con el mismo nombre que el que hemos elegido.
- Redacción de la escritura de constitución de la sociedad. En ella se fijan las reglas de funcionamiento de la sociedad. Otorgamiento de la escritura pública ante notario.
- Pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos jurídicos y documentados.
- Inscripción en el Registro Mercantil u otros registros especiales para las sociedades laborales – y las cooperativas.

Una vez efectuados estos trámites previos, hay que realizar los trámites propios de la puesta en marcha del negocio ante los siguientes organismos: registros, Hacienda, ayuntamiento correspondiente, y oficina de empleo.

Registros

Además de la inscripción en el Registro Mercantil, las sociedades deberán legalizar los libros obligatorios que tienen que llevar respecto a su contabilidad. Puede que también tengan que acudir al:

- Registro de la Propiedad Inmobiliaria, si se ha comprado un local. - Registro de la Propiedad Industrial, si tenemos patentes o marcas y no queremos que nos copien.
- Registro de la Propiedad industrial, si tenemos patentes o marcas y no queremos que nos copien.

Trámites en Hacienda

Cuales	Para qué
Declaración de alta en el IAE.	Para poder realizar la actividad a la que se dedique la empresa
Declaración censal	Para comunicar el inicio, modificación o cese de una actividad
Solicitud del Código de Identificación Fiscal	Para identificar a la sociedad ante Hacienda
Libros oficiales	Libros que recogen las distintas operaciones de las sociedades

Trámites en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social	Para que la empresa pueda contratar trabajadores.
Alta en el Régimen General de la Seguridad Social o en Régimen especial de Trabajadores Autónomos (depende del tipo de sociedad).	Para obtener el número de la Seguridad Social y tener derecho a las prestaciones.
Comunicación de apertura de centros de trabajo.	Para poder realizar la apertura del centro de trabajo o reanudar una actividad.
Libro de matrícula del personal y libro de visitas.	En el libro de matrícula se deben inscribir todos los trabajadores de la empresa.
Sellar el calendario laboral.	Para que los trabajadores conozcan los días de trabajo.

Trámites en el ayuntamiento correspondiente

Licencia de obras	Para realizar cualquier tipo de obra en el establecimiento o local
Licencia de actividades o instalaciones (Licencia de apertura)	Acredita que las instalaciones cumplen la normativa urbanística y técnica que le es aplicable

Trámites en las oficinas de empleo

Registro de los contratos que suscriba la empresa en la oficina de empleo.

Actividades

A.Ejercicios de apoyo.

1.

 REGISTRO MERCANTIL CENTRAL SECCION DE DENOMINACIONES	PRÍNCIPE DE VERGARA, 94 TELÉF. 91 563 12 52 28005 MADRID
SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN	
A) En caso de CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD , indíquese el nombre y apellidos o denominación social, de uno de los socios fundadores.	
<hr/>	
B) En caso de CAMBIO DE DENOMINACIÓN (Indicar el nombre actual de la sociedad)	
<hr/>	
DENOMINACIONES SOLICITADAS (1)	
PRIMERA DENOMINACIÓN SOCIAL (2)	
<hr/>	
FORMA O TIPO (3)	
<hr/>	
SEGUNDA DENOMINACIÓN SOCIAL	
<hr/>	
FORMA O TIPO	
<hr/>	
TERCERA DENOMINACIÓN SOCIAL	
<hr/>	
FORMA O TIPO	
<hr/>	
Nombre y apellidos del presentante:	
<hr/>	
En a de de 19.....	

1. Observa el documento anterior y responde a las preguntas:

Responde:

- ¿Ante qué organismo se realiza este trámite de puesta en marcha de un negocio?

- ¿Está obligado el empresario individual a realizar este trámite?

- ¿Cuál es la finalidad de este documento?

2. Una empresa solicita a una empresa de Renting de coches comerciales de gama media, pagando por cada uno de ellos una cuota fija mensual de 600 euros, durante dos años. Al finalizar el tiempo contratado, el cliente decide cambiar tres vehículos por otros nuevos de una

gama más alta, y quedarse con los otros dos, pagando por cada uno de ellos 4000 euros en concepto de valor residual.

¿Es correcta la decisión de la empresa?

¿Crees que es posible cambiar unos vehículos por otros?

3. Pilar Santamaría Casado y Carlos Sánchez han decidido crear una empresa dedicada al ocio infantil y guardería. Estos jóvenes saben que antes de ponerse en marcha deciden realizar un estudio de mercado.

¿Qué aspectos esenciales deben estudiar?

¿Dónde pueden buscar información, para este estudio de mercado?

B. Supuestos prácticos

1. Raquel y Enrique son dos compañeros de clase que acaban de finalizar sus estudios. A ambos les apasiona el deporte y han pensado en la idea de montar un negocio. Han observado que la sociedad ha cambiado con respecto al tiempo libre y, además, la gente cuida más la imagen personal, por ello quieren montar un gimnasio.

A la vista de esta idea de negocio, realiza las siguientes actividades:

- ¿Cuál es el primer paso que tienen que dar?

¿Cuáles son los aspectos que tienen que estudiar?

Suponiendo que ya disponen de la suficiente información, indica qué deben tener en cuenta de los siguientes apartados:

- Plan técnico y de compras..

- Plan de recursos humanos.

• Plan de marketing.

• Localización de la empresa.

La forma jurídica que han elegido estos compañeros ha sido una sociedad de responsabilidad limitada. Indica qué trámites deben realizar para crear la empresa.

2. Responde a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué es una franquicia? Pon dos ejemplos indicando quiénes intervienen en el contrato.

- ¿Cuántas personas se necesitan para constituir una cooperativa de primer grado? ¿Y de segundo grado?

- Enumera tres criterios que hay que observar a la hora de elegir la forma jurídica.

Indica cuáles son las características personales y profesionales que hay que tener para ser un buen empresario

3. Cita algunos ejemplos de oportunidades de negocio, teniendo en cuenta las nuevas necesidades que se crea el consumidor y que puedan surgir de la observación de los siguientes cambios sociales:

- Cambios en el nivel de ingresos personales.
- Incorporación de la mujer al trabajo.
- Mayor nivel cultural de la sociedad.
- Nuevas tecnologías.
- Culto al cuerpo.
- Mayor esperanza de vida.
- Mayor inseguridad ciudadana.

C. Autoevaluación

1. La publicidad de un negocio forma parte del plan:

- a) RRHH;
- b) comercial;
- c) marketing.

2. Dentro de la investigación de mercado hay que estudiar entre otras cosas:

- a) la competencia y el mercado
- b) la comercialización;
- c) los estatutos y el nombre.

3. El plan de negocio incluye, entre otros, los siguientes planes:

- a) mercado y competencia;
- b) comercial y marketing,
- c) la forma jurídica.

4. El leasing es:

- a) una franquicia;
- b) una forma de financiación;
- c) un tipo de interés.

5. En una sociedad colectiva los socios tienen responsabilidad:

- a) limitada;
- b) Ilimitada;
- c) integradora.

6. Ante el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social hay que realizar:

- a) la inscripción de la empresa,
- b) la solicitud del código de identificación fiscal;
- c) la declaración censal.

7. Si nuestra empresa realiza un producto exclusivo y no queremos que ninguna otra empresa lo copie, debemos inscribirlo en el:

- a) Registro Mercantil;
- b) Registro de la Propiedad inmobiliaria;
- c) Registro de la Propiedad Industrial.

8. La licencia de obra se solicita en:

- a) el ayuntamiento;
- b) el notario.
- c) Hacienda;

9. El empresario individual está obligado a realizar un número de trámites:

- a) mayor que si se constituye una sociedad;
- b) Menor que si se constituye una sociedad;
- c) igual cantidad de trámites que si se constituye una sociedad.

10. Dentro de los trámites que hay que realizar ante Hacienda está:

- a) la declaración censal;
- b) la certificación negativa del nombre;
- c) la licencia de actividades e instalaciones.