



Start Up Loans

La guía esencial para empezar un negocio

startuploans.co.uk
#startuploans

Índice

1. Desarrolla tu estrategia comercial	3	Historias de éxito	16
Descubre la importancia de un plan de negocio y cómo ayuda a tu empresa		London Sock Company	
2. Estudios de mercado: comprender a los clientes	6	Otras herramientas gratuitas	17
Comprender el mercado y a tus clientes			
¿Quiénes son tus competidores?			
Análisis SWOT de tu negocio			
3. La estructura de tu empresa	9		
Sociedad unipersonal o sociedad de responsabilidad limitada			
Impuestos y tasas comerciales			
Seguros comerciales			
4. Cómo calcular las finanzas de tu empresa	13		
¿Qué es un pronóstico de ventas?			
¿Qué es una proyección de flujo de efectivo y cómo puede ayudarte?			
Cómo financiar tu idea de negocio			

Transforma tu idea de negocio en una realidad

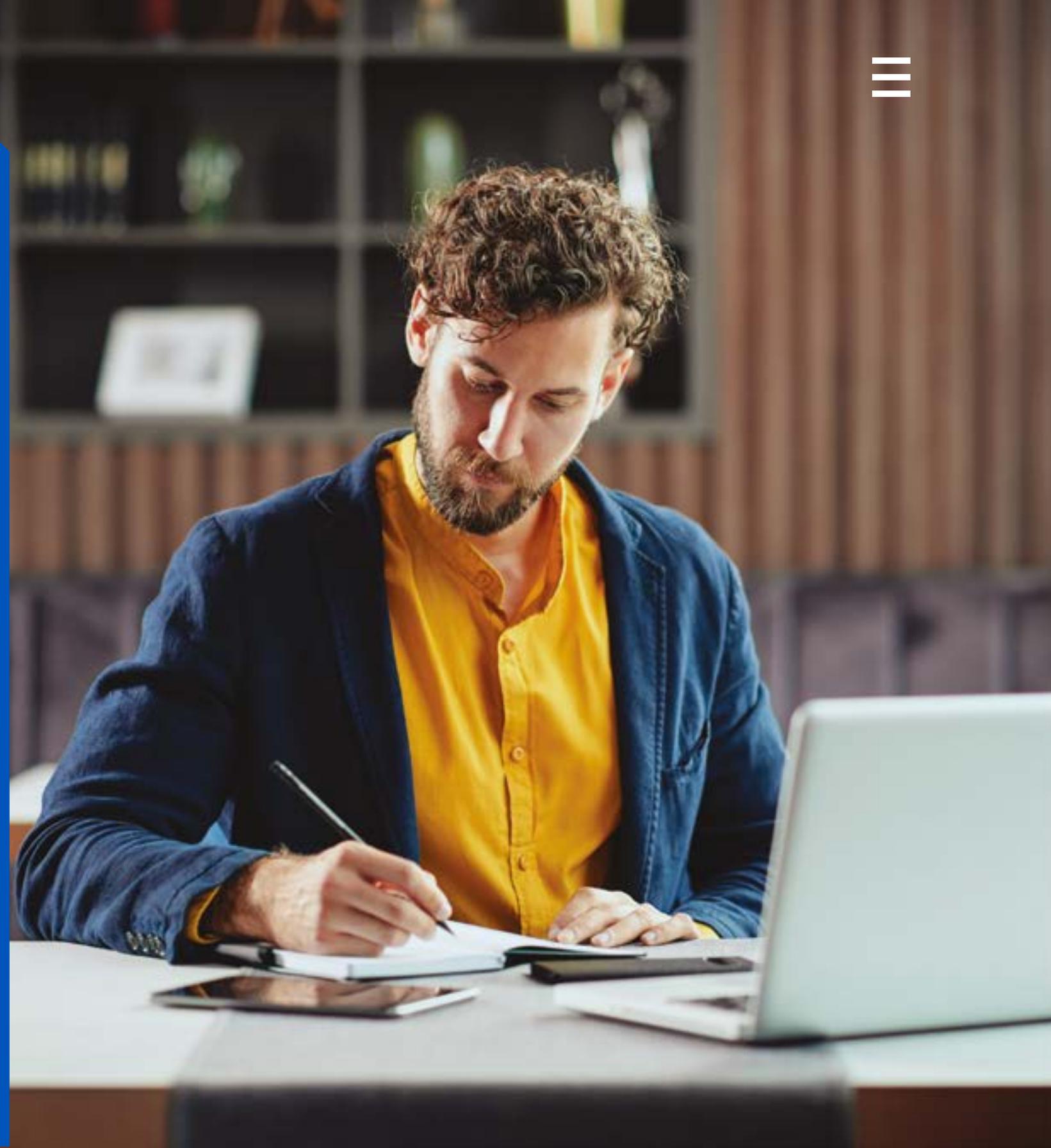
Esta breve guía examina algunos de los aspectos más importantes que hay que considerar a la hora de crear un negocio, incluyendo cómo realizar estudios de mercado, la proyección de flujo de efectivo y la elección de la estructura de la empresa.



Sección 1.

Desarrolla tu estrategia comercial

Descubre la importancia de un plan de negocio y cómo ayuda a tu empresa



1. Desarrolla tu estrategia comercial

¿Estás listo para llevar tu idea de negocio al siguiente nivel? ¡Fantástico! El primer paso es realizar un estudio de mercado, para asegurarte de que tu idea es válida y cuenta con demanda en el mercado.

Descubre la importancia de un plan de negocio y cómo ayuda a tu empresa

Define en qué consiste tu negocio

Una pequeña presentación de lanzamiento convincente, de unos 30 o 60 segundos, en la que se ofrezca una visión general de tu negocio, es una herramienta muy eficaz cuando comienzas a desarrollar tu estrategia comercial. Debe ser un resumen breve y conciso de tu respuesta a esta pregunta:

«¿En qué consiste tu negocio?» Puede utilizarse para establecer contactos, pero también ayudarte a explicar el objetivo y la misión de tu negocio.

¿Qué es un plan de negocio y cómo puede ayudarte?

Un plan de negocio es un documento que describe por escrito los objetivos de tu negocio y expone cómo planeas conseguirlos. Explica los objetivos y estrategias comerciales, e incluye tu pronóstico de ventas, tu plan de marketing y tu pronóstico financiero. Un buen plan de negocio puede ayudarte a concretar lo que tienes en mente y definir tus ideas, y ofrece la oportunidad de integrar todos los elementos de tu negocio.



Tu plan de negocio debe resumir:

- Las necesidades de los clientes a las que te propones dar respuesta.
- El modo en que tu negocio dará respuesta a esas necesidades y generará beneficios.

Un plan de negocio debe ser un documento de trabajo que vaya evolucionando al ritmo de tu negocio.

Tu estrategia de negocios debe incluir tres temas importantes que analizaremos más detalladamente en esta guía:

- estudios de mercado (p. 6)
- la estructura de tu empresa (p. 9)
- cómo calcular las finanzas de tu empresa (p. 13)

Plantilla del plan de negocio

Si aún no tienes un plan de negocio, puedes descargar del sitio web de Start Up Loans nuestra plantilla gratuita de fácil uso.





Actividad

Crear una presentación de lanzamiento de 30-60 segundos. Resumir en qué consiste tu negocio y a qué se dedica. Comprueba que:

- Incluye el problema, la carencia o necesidad que tu negocio va a resolver.
- Explica exactamente la forma en la que lo va resolver.
- Redáctalo de forma que resulte interesante: esta presentación de lanzamiento puede utilizarse como argumento de venta más adelante.

A large grid of small dots for writing notes.



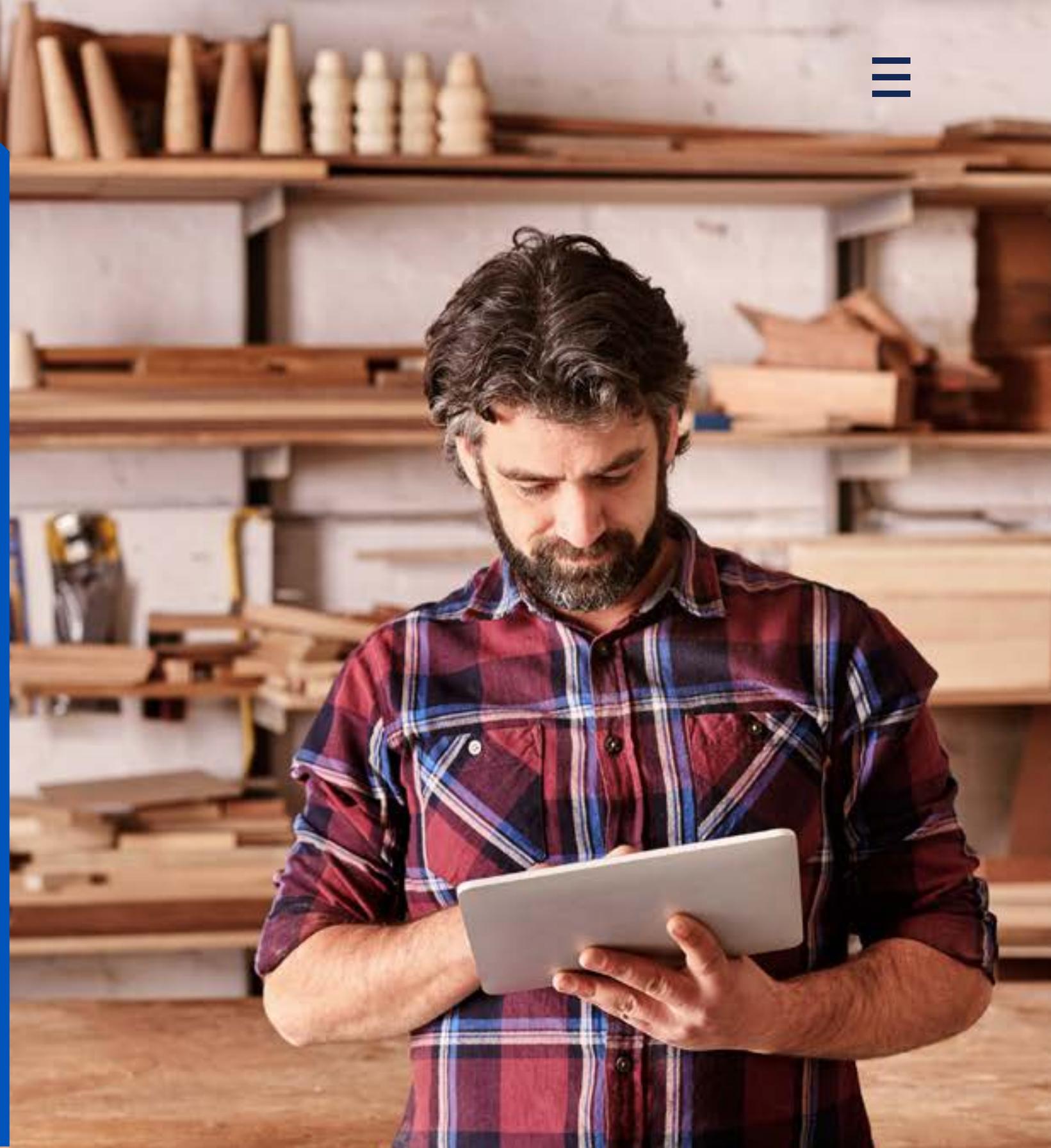
Sección 2.

Estudios de mercado: comprender a los clientes

Comprender el mercado y a tus clientes

¿Quiénes son tus competidores?

Análisis SWOT de tu negocio



2. Estudios de mercado: comprender a los clientes

¿Y una vez que ya tengas una idea para un negocio? Este es el momento de informarte sobre el mercado y tus posibles clientes: básicamente, si se podrían encontrar clientes y si tu idea de negocio es viable.

Los estudios de mercado pueden ayudarte también a comprender lo que tus clientes quieren y cuánto están dispuestos a pagar para conseguir tus productos o servicios.

Comprender el mercado y a tus clientes

Métodos de estudio de mercado para tu negocio.

Enviar un cuestionario

Puedes elaborar y enviar un cuestionario a tus contactos. Para ello, puedes incluso utilizar herramientas gratuitas, como SurveyMonkey. Las redes sociales son una forma fantástica de incrementar las respuestas. Potencia el alcance de tu cuestionario mediante las redes sociales. ¿Sabías que puedes promocionar contenido en los canales de redes sociales de forma relativamente económica?

Asiste a eventos para establecer redes de contacto

Procura estar al tanto de cualquier evento (gratuito o de pago) que se celebre en tu área. Codéate con propietarios de negocios de interés para ti y posibles clientes. Descubre lo que les funciona y lo que no. La mayor parte de los propietarios de empresas están encantados de hablar de sus negocios y, si pueden, apoyar a otros empresarios. ¡No tengas miedo de hacer preguntas!

Habla con la familia y los amigos

Necesitas críticas constructivas y opiniones sobre las cosas que tu negocio podría hacer mejor.

Organiza un grupo de discusión

Los grupos de discusión son una forma de presentar tu negocio, producto o servicio ante los clientes adecuados para recibir sus opiniones. Busca grupos o eventos pertinentes en tu área. ¿Intentas lanzar un producto para bebés? Ponte en contacto con grupos de juego para madres y niños y pregunta si te dejarían asistir para presentarles tu negocio.



¿Quiénes son tus competidores?

Estudia otros negocios que hacen algo parecido a lo que tú te propones hacer. Identifica lo que hacen bien y en qué fallan, y piensa en qué aspectos tu negocio supondría una mejora.

Examina dos tipos de competencia:

- **Competencia directa:** los negocios que hacen exactamente lo mismo que tú. ¿Vas a abrir una cafetería? Tendrás que enfrentarte a nombres conocidos, como Starbucks, además de a las cafeterías de barrio.
- **Competencia indirecta:** el hecho de que otros negocios sean distintos al tuyo, no significa que no puedas aprender algo de ellos.

Lo que debes considerar cuando estudias a la competencia.

- **El precio:** ¿ofrecen tus competidores el mismo producto o servicio a un precio más bajo? Si el tuyo es más caro, ¿puedes justificarlo?
- **Calidad:** el producto o servicio que ofrece tu competidor ¿es de alta calidad? ¿Puedes igualar o mejorar ese nivel de calidad?
- **Ubicación:** la competencia no se produce solo a nivel local. Con el uso de Internet, la competencia puede llegarte desde todas partes del mundo por lo que es recomendable que no limites tu investigación solo a tu región.



Análisis SWOT de tu negocio

Un análisis SWOT puede ayudarte a identificar los puntos fuertes y débiles de tu idea comercial, así como las oportunidades y amenazas externas que podrían afectarlo. La palabra SWOT viene de las siglas en inglés de: Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats.

- **Strengths y weaknesses:** puntos fuertes y débiles. Hacen referencia a las capacidades que tiene tu negocio. Ejemplo práctico: el punto fuerte de tu cafetería es la calidad del café que vende. Pero una debilidad es el alto coste de la producción, que repercute en un precio caro para tus clientes.
- **Opportunities y threats:** oportunidades y amenazas. Están relacionadas con los factores externos que podrían afectar a tu negocio. Ejemplo práctico: se te puede presentar una oportunidad cuando se abre una nueva estación de autobús cerca de tu cafetería, con el consiguiente aumento de transeúntes. Una amenaza puede ser el incremento del coste del grano de café.



Actividad

Realiza el análisis SWOT para tu negocio:

- ¿Qué hace que tu negocio sea mejor que el de tus competidores?
- ¿Qué puntos fuertes puedes emplear para aprovechar las oportunidades externas?
- ¿Cómo puedes reducir el número de debilidades en tu negocio?

A large grid of small dots for taking notes.

Sección 3.

La estructura de tu empresa

Sociedad unipersonal o sociedad de responsabilidad limitada

Impuestos y tasas comerciales

Seguros comerciales





3. La estructura de tu empresa

A la hora de crear tu negocio, deberás decidir el tipo de estructura con la que vas a operar.

Sociedad unipersonal o sociedad de responsabilidad limitada

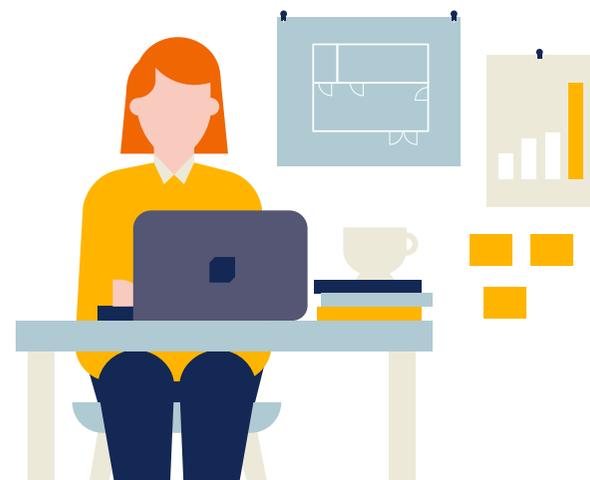
Principalmente, tienes dos opciones para fundar tu negocio:

- Constituirte como sociedad unipersonal
- Constituirte como sociedad de responsabilidad limitada

O bien, constituir tu negocio como una sociedad colectiva

Cuando dos o más personas forman una empresa, constituirse como una sociedad colectiva es una forma sencilla de compartir la responsabilidad.

Puedes hacerlo constituyendo la empresa bien como una sociedad de responsabilidad limitada o bien de forma que cada «fundador» de la empresa funcione en ella como una sociedad unipersonal.



Sociedad unipersonal	Sociedad de responsabilidad limitada
Gestionas tu negocio como individuo y eres responsable de él.	El negocio es una entidad legal independiente, de la que tú eres director.
No tienes que inscribir tu negocio en Companies House, el registro mercantil del Reino Unido.	Debes inscribir tu negocio en Companies House, el registro mercantil del Reino Unido.
No se establece una distinción entre las finanzas de tu negocio y tus finanzas personales.	Las finanzas de tu negocio son independientes de tus finanzas personales.
Puedes emplear personal.	Puedes emplear personal. Como director, eres un empleado de la empresa.
Debes presentar una autoliquidación de impuestos ante el HMRC, la agencia tributaria del Reino Unido, por cada año fiscal.	Debes presentar una autoliquidación de impuestos ante el HMRC, la agencia tributaria del Reino Unido, por cada año fiscal.
Debes pagar impuestos sobre los beneficios que genera tu negocio.	Debes pagar impuesto sobre sociedades.
Debes pagar National Insurance, el sistema de seguridad social del Reino Unido.	La empresa debe pagar National Insurance e impuestos sobre la renta.
Eres personalmente responsable de las pérdidas que pueda sufrir el negocio.	Las pérdidas que el negocio pueda sufrir recaen sobre el propio negocio.
No tienes que presentar informes anuales en Companies House.	Debes presentar informes anuales en Companies House.



Impuestos y tasas comerciales

Decidir la estructura legal de tu negocio es importante, porque repercutirá en los impuestos que deberás pagar, los trámites que tendrás que realizar y tu responsabilidad respecto al negocio. Es importante que dediques tiempo a investigar las opciones disponibles antes de constituir tu negocio.

Conviene señalar que es posible cambiar la estructura legal de un negocio. Por ejemplo, si lo registras como sociedad unipersonal pero más adelante decides que una estructura de sociedad de responsabilidad limitada te resulta más adecuada, puedes cambiar.

Los impuestos y las tasas que tu negocio habrá de pagar dependen de la estructura que elijas

A continuación describimos los impuestos comerciales más habituales y las estructuras de negocio a las que les corresponde pagarlos. Estudia esta lista y utilízala para ayudarte a decidir qué estructura es la mejor para tu negocio. Recuerda que deberás incluir estos impuestos y tasas en tu proyección de flujo de efectivo.

Impuestos y tasas comerciales habituales que deben considerarse

El impuesto sobre sociedades

Si constituyes tu empresa como una sociedad de responsabilidad limitada, tendrás que pagar el impuesto sobre sociedades. Una vez que hayas inscrito la empresa en Companies House, tendrás que darte de alta en el HMRC para pagar el Impuesto sobre sociedades.

Pay as you earn (PAYE)

¿Vas a emplear personal? En ese caso PAYE es un sistema de retención de impuestos en origen, que te permite contabilizar el impuesto sobre la renta y las contribuciones del National Insurance de tus empleados, el sistema de seguridad social del Reino Unido, antes de pagar los salarios. A los empleados se les asigna un código tributario que determina qué proporción de la paga ha de deducirse del salario.

Impuesto de plusvalía

Los beneficios de tu negocio están sujetos a impuestos. Si compras una mesa por valor de 100 libras y la vendes por 150 libras, tendrás que pagar impuestos sobre el beneficio de 50 libras conseguido con la venta, no sobre las 150 libras que recibiste.

Business rate (Tasas por ocupación de una propiedad con uso comercial)

Si planeas operar un negocio desde un local de carácter no doméstico, como una tienda o una oficina, tendrás que pagar tasas por ocupación y uso comercial del local a tu ayuntamiento. Estas tasas variarán dependiendo de dónde se encuentre tu negocio, por lo que es importante que compruebes su cuantía antes de firmar el contrato de alquiler.

Impuesto sobre la renta

En el Reino Unido, todas las personas con empleo remunerado deben pagar impuestos sobre la renta si sus ingresos superan una cierta cantidad. Los ingresos inferiores al umbral establecido por el HMRC no están sujetos a impuestos, sin embargo existen otros tipos impositivos que se determinan de acuerdo a los ingresos. El gobierno del Reino Unido fija estos tipos impositivos y puede cambiarlos.

Ver los últimos tipos aplicables al impuesto sobre la renta del Reino Unido

National Insurance

Si eres autónomo, hay distintos índices de cotización al National Insurance, el sistema de seguridad social del Reino Unido, y están determinados por los beneficios que obtienes.

Ver los últimos índices de cotización al National Insurance en el Reino Unido

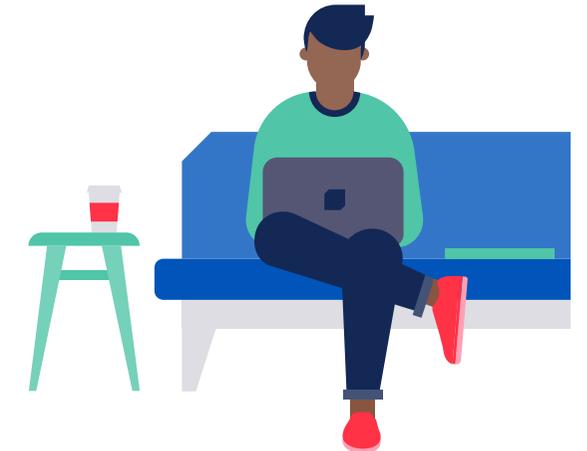
IVA

Si la «facturación imponible a efectos de IVA» de tu negocio supera una cierta cantidad en un período de 12 meses, tendrás que registrarte para pagar el IVA. Esto se hace a través del HMRC.

Ver las últimas tasas de IVA en el Reino Unido.

Plazo para la autoliquidación tributaria

El ejercicio fiscal va del 6 de abril hasta el 5 de abril del año siguiente.



Si eres autónomo y óperas como sociedad unipersonal o como director de una sociedad de responsabilidad limitada, tendrás que realizar una autoliquidación tributaria antes de cierta fecha. Apunta la fecha en tu agenda y acuérdate de comprobar las fechas límites para registrarte.

Companies House tiene un **servicio recordatorio mediante correo electrónico** que puedes utilizar para garantizar que no te pasas del plazo de presentación de la autoliquidación.



Seguros comerciales

Cuando abres un negocio, es importante que entiendas los riesgos que es probable que puedas correr.

Seguro de responsabilidad civil patronal

Este seguro puede contribuir a ofrecer protección si uno de tus empleados enferma o sufre una lesión debido al trabajo que realiza en tu negocio. La ley te obliga a tener este seguro incluso si solo tienes un empleado.

Seguro de responsabilidad civil

Este seguro te protege si una persona sufre una lesión (o si se extravía o sufre daños algún artículo de su propiedad) como resultado de la actividad de tu negocio, y quieren recibir compensación por la lesión (o pérdida) que han sufrido. Si los clientes desean contratar tus servicios, quizás quieran ver tu póliza del seguro de responsabilidad civil.

Seguro de responsabilidad por productos

Este seguro te protege si alguien sufre una lesión como resultado de lo que produce tu negocio.

Seguro de indemnización profesional

Este seguro es recomendable si tu negocio ofrece asesoramiento u otros servicios, ya que te protege si uno de tus clientes te ha presentado una demanda judicial. En el caso de ciertos negocios, como abogados, contables y arquitectos, es posible que las entidades reguladoras y asociaciones profesionales pertinentes te obliguen a contar con un seguro de indemnización personal.

Seguro de propiedad comercial

Si tu negocio opera desde un local físico, este seguro te protege de los costes derivados de hacer reparaciones en las instalaciones y de reponer las existencias dañadas, si se produjera un accidente.

Seguro de vida para persona clave

Si eres autónomo, eres el único responsable de tu empresa. Este es un tipo de seguro de vida cuyo objetivo es compensar a los negocios de las pérdidas que podrían sufrir como resultado del fallecimiento o de una enfermedad prolongada de un empleado importante.





Sección 4.

Cómo calcular las finanzas de tu empresa

¿Qué es un pronóstico de ventas?

¿Qué es una proyección de flujo de efectivo y cómo puede ayudarte?

Cómo financiar tu idea de negocio





4. Cómo calcular las finanzas de tu empresa

Los problemas relacionados con el flujo de efectivo de tu negocio pueden ser la causa del fracaso de las nuevas empresas. Por eso, es fundamental que seas consciente de cuánto dinero entra y sale de tu negocio, y lo que debes hacer para que tu negocio obtenga beneficios.

¿Qué es un pronóstico de ventas?

Un pronóstico de ventas es un cálculo estimado de cuántas unidades de tu producto o servicio vas a vender cada día, semana o mes. Después de calcular todos los costes que conlleva producir y comercializar tu producto o servicio, debes ser consciente de cuánto necesitarás vender para generar un buen margen de beneficios.

Las rutas de acceso al mercado

Considera los canales que utilizas para vender y de qué forma las ventas serán distintas en cada uno de ellos: ¿vendes en línea, en una tienda o en un mercado?

Variaciones del producto

Si tienes más de un producto ¿cómo variarán las ventas para cada uno de ellos? Piensa en factores como precio, canales de venta, disponibilidad del producto y necesidades o carencias del cliente.

Análisis comparativo

Realiza un análisis que compare los resultados actuales de venta con resultados anteriores. ¿Has realizado una prueba de comercialización? Organizar una venta en el salón de tu casa, en un mercadillo o en una tienda efímera son todos buenos puntos de partida para poder pronosticar ventas futuras. También revelarán cualquier defecto en tu estrategia de negocio que quizás debas modificar, por ejemplo si tu precio es demasiado alto.

¿Qué es una proyección de flujo de efectivo y cómo puede ayudarte?

Una proyección de flujo de efectivo es esencial para ayudarte a gestionar tu negocio y los costes relacionados con él. Utilizando la información a tu alcance, esta proyección te permite predecir cuánto dinero vas a ingresar en tu negocio y cuánto tendrás que desembolsar en un momento determinado.

Reglas de oro de la proyección de flujo de efectivo:

- Sé realista.
- Recuerda las definiciones de «ingresos» (el dinero que se recibe en concepto de trabajo y/o inversiones) y «costes» (el dinero necesario para producir tu producto/servicio).
- Planifica distintos escenarios, incluyendo aquellos en los que las cosas no funcionan bien.
- Incluye los costes fijos (costes constantes como alquiler y sueldos) y los costes variables (los costes que dependen de cuánto produces, como por ejemplo el coste de materiales).
- Planifica para hacer frente a la estacionalidad y recuerda considerar los periodos de más y menos actividad durante el año.
- Los problemas relacionados con el flujo de efectivo de tu negocio pueden ser la causa del fracaso de las nuevas empresas.
- Por eso, es fundamental que seas consciente de cuánto dinero entra y sale de tu negocio, y lo que debes hacer para que tu negocio obtenga beneficios.

El flujo de efectivo neto de tu negocio

= total de ingresos + total de gastos

Plantilla de presupuesto personal

¿Qué es un presupuesto personal y cómo puede ayudarte?

Un presupuesto personal es una lista que detalla tus finanzas personales. Muestra la suma de dinero que necesitarás sacar del negocio para poder vivir.





Cómo financiar tu idea de negocio

Efectivo que se ingresa: facturación

Al realizar una proyección de flujo de efectivo, tendrás que calcular la cantidad de dinero que necesitarás para convertir tu idea de negocio en realidad.

Sé realista

Es poco probable que tus ventas se mantengan constantes todos los meses: tu negocio tendrá periodos de mucha y poca actividad.

Pagos regulares

Si tu negocio tiene que realizar ciertos pagos de forma regular, ya sea mensual, trimestral o anualmente, debes tener cuidado a la hora de seleccionar el mes y la cantidad de forma adecuada. Por ejemplo, los pagos de pólizas de seguro pueden pagarse mensual, trimestral o anualmente.

IVA

Si te registras a efectos de IVA (cuando tu facturación supera una cierta cantidad, determinada por el HMRC), no debes olvidar incluir estos pagos trimestrales. La facturación es la cantidad de dinero que el negocio ingresa en un momento dado, y normalmente corresponde a un año financiero.

Notas

A large grid of small dots, intended for taking notes.



Historias de éxito

“

Siempre hemos tenido un espíritu emprendedor, y sabíamos que nuestra trayectoria nos iba a llevar a trabajar por nuestra cuenta.

Dado que ya éramos profesionales de éxito, hacerlo siempre iba a suponer un riesgo, pero el apoyo que recibimos de Start Up Loans Company nos ayudó a hacerlo realidad

”

Ryan Palmer y David Pickard, Cofundadores de London Sock Company





Otras herramientas gratuitas

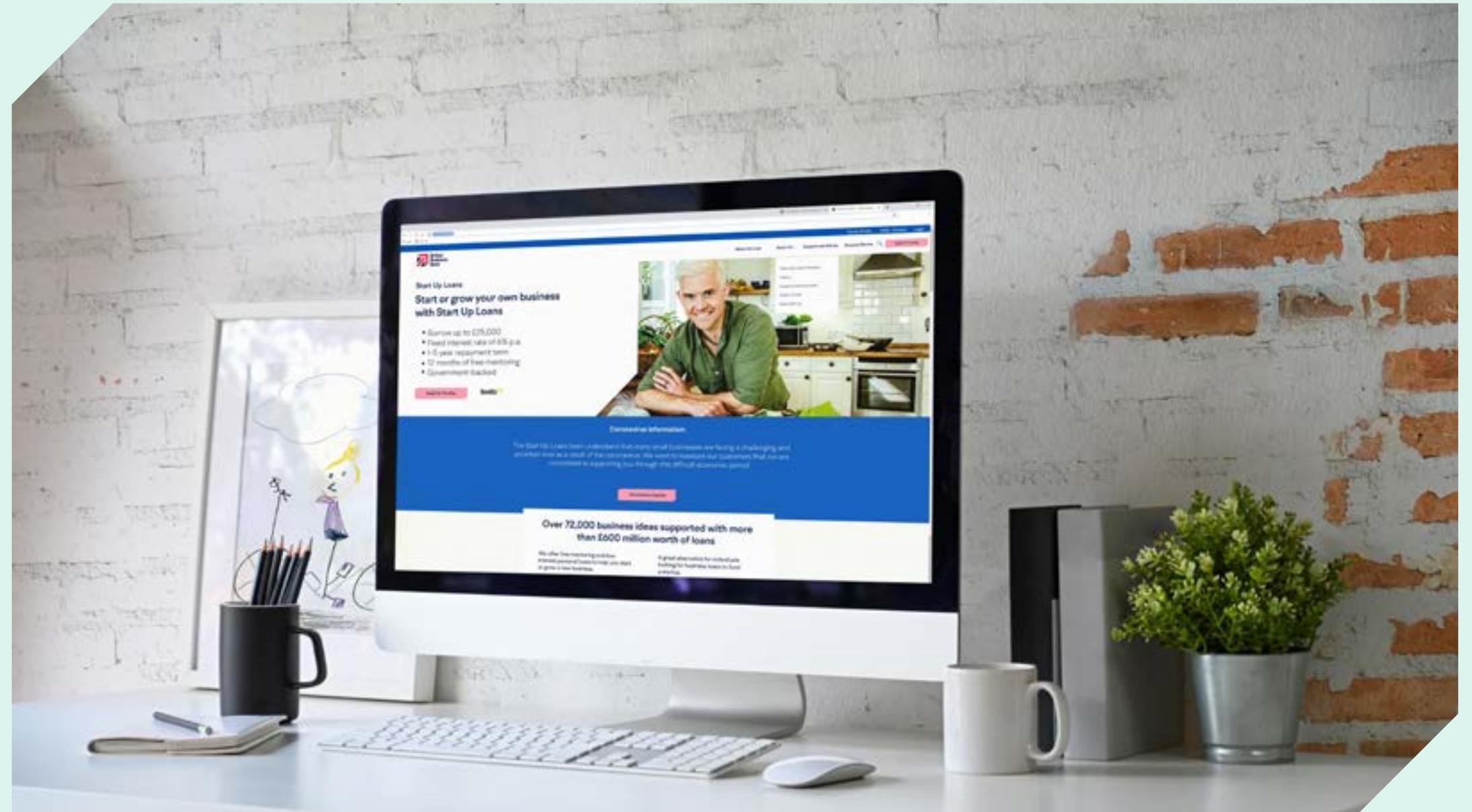
Hemos creado una serie de herramientas gratuitas para ayudar en aquellos aspectos más importantes para empresas nuevas como la tuya, incluyendo:

[Herramientas para redes sociales](#) >

[Herramientas para relaciones públicas](#) >

[Herramientas para marketing](#) >

[Herramientas para la optimización de buscadores](#) >





British Business Bank plc

Steel City House
West Street
Sheffield S1 2GQ

startuploans.co.uk

Servicio de atención al cliente: 0344 264 2600

Las líneas están abiertas durante los días laborables, de las 09:00 a las 18:00 horas.

 **startuploansuk**

 **StartUpLoansUK**

Fecha de publicación: Noviembre de 2020

Descargo: El objetivo de esta guía es ayudar a las nuevas empresas a comprender mejor todo lo que supone fundar un negocio. Aunque hacemos todo lo que está razonablemente nuestro alcance para mantener actualizada la información de la guía, no podemos garantizar (de manera implícita o de otro modo) que esta sea vigente, precisa o completa. Su objetivo es solo ofrecer información general, por lo que no tiene en consideración tu situación personal, ni constituye un asesoramiento legal, financiero, fiscal o profesional de otro tipo. Debes siempre considerar si la información resulta aplicable a tus circunstancias particulares y, cuando resulte apropiado, buscar asesoramiento o apoyo profesional o especializado.

The Start-Up Loans Company es una filial de propiedad plena de British Business Bank plc. Es una sociedad limitada por garantía, registrada en Inglaterra y Gales con el número de registro mercantil 08117656 y sede social en 71-75 Shelton Street, Covent Garden, Londres, Inglaterra, WC2H 9JQ. British Business Bank plc es un banco de desarrollo propiedad en su totalidad del Gobierno del Reino Unido. British Business Bank plc y sus filiales no son instituciones bancarias ni operan como tales. No están autorizadas ni reguladas por la Prudential Regulation Authority (PRA) o la Financial Conduct Authority (FCA), autoridades de regulación financiera del Reino Unido. El organigrama legal del grupo puede consultarse en www.british-business-bank.co.uk