

UNIDAD 1: Introducción a la distribución comercial.

ESTUDIO DEL CASO-PÁG. 3

1. ¿Qué entiendes por distribución comercial? ¿Qué beneficios crees que te reporta en tu vida diaria?

La distribución comercial es el conjunto de actividades que permite el traslado de productos desde su lugar de fabricación hasta el establecimiento comercial, y actúa como puente entre el sector productivo y el del consumo.

La distribución comercial reporta muchos beneficios para los consumidores, gracias a sus utilidades. Estas son:

De lugar: gracias al transporte de los productos y a la existencia de numerosos puntos de venta cercanos a los consumidores.

De tiempo: debido a la existencia de almacenes y estanterías donde las empresas pueden almacenar y exponer sus productos, el consumidor puede adquirirlos cuando desee, sin necesidad de tener que comprar en grandes cantidades.

De forma y de creación de surtidos: la distribución comercial permite adaptar el producto final a las necesidades de los consumidores, y crear los surtidos en función de estas.

De posesión: ya que el consumidor puede adquirir la propiedad o la posesión del producto y puede consumirlo o usarlo.

2. ¿Sabes qué es un intermediario? ¿Cuál es la diferencia entre un minorista y un mayorista?

Los intermediarios son las personas o entidades que llevan los productos desde el lugar de fabricación hasta el establecimiento comercial.

Los mayoristas son quienes compran los productos o servicios a los fabricantes o a otros mayoristas para luego venderlos a otros mayoristas o a minoristas, pero no a los consumidores finales; en cambio, los minoristas o detallistas compran los productos a los fabricantes o mayoristas para posteriormente venderlos a los consumidores finales.

3. ¿Qué tipos de establecimientos conoces? Si tuvieras que aconsejar a Marta y a julio, ¿cuál le recomendarías?

En la actualidad conviven numerosos y variados formatos comerciales. Seguidamente se ofrece una posible clasificación de estos:

Con establecimiento	Con contacto: ultramarinos, supermercados, etc.
	Sin contacto: máquinas expendedoras.
Sin establecimiento	Con contacto: venta ambulante.
	Sin contacto: venta <i>online</i> , por correo o por teléfono.

A Marta y julio se les podría aconsejar constituir un comercio con establecimiento y con contacto directo con su clientela. Entre las distintas opciones existentes, escogerán la más apropiada a las características de su comercio.

4. En cuanto a la forma jurídica de la empresa, ¿qué opciones conoces para emprender un negocio?

Existen numerosas opciones para constituir un nuevo negocio. Todas las opciones se pueden clasificar en dos grandes grupos: empresario individual y sociedades.

Dentro de las sociedades, a su vez, hay diversas formas jurídicas y cada una de ellas tiene sus ventajas e inconvenientes, y sus características específicas. Muchos alumnos y alumnas apuntarán que conocen las sociedades limitadas, sociedades anónimas y cooperativas. Se les puede comentar la existencia de muchas más opciones a la hora de emprender.

5. ¿Conoces otros sitios, ya sean presenciales u *online*, donde asesoren a emprendedores?

En la actualidad existen numerosos organismos e instituciones encargadas del asesoramiento a personas que estén pensando en crear su propio negocio. Especial mención tienen los numerosos recursos *online* y telemáticos que ponen a disposición de los ciudadanos el gobierno central y los gobiernos autonómicos. Se pueden destacar los siguientes:

Centro de Información y Red de Creación de Empresas (<http://portal.circe.es/>)

Portal de creación de empresas del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
(<http://www.creatuempresa.org/>)

Los puntos de asesoramiento e inicio de tramitación (PAIT) repartidos a lo largo de la geografía nacional que tienen una doble misión:

Prestar servicios presenciales de información y asesoramiento a los emprendedores en la definición y tramitación telemática de sus iniciativas empresariales, así como durante los primeros años de actividad de la sociedad de responsabilidad limitada.

Iniciar el trámite administrativo de constitución de la sociedad a través del documento único electrónico (DUE).

6. ¿Realizas gestiones *online* con la administración pública? ¿Conoces otros trámites empresariales que se puedan hacer *online*?

Esta pregunta tiene como objetivo que los alumnos y alumnas reflexionen sobre si conocen o no las posibilidades que les brinda internet para realizar transacciones *online* y para llevar a cabo trámites administrativos sin necesidad de desplazamientos.

ACTIVIDADES-PÁG. 9

1. ¿Crees que son importantes los intermediarios en el sistema comercial actual? Enumera las razones por las que crees que existen.

Los intermediarios son muy importantes en la actualidad. Su función principal es acercar los productos desde el lugar de fabricación al establecimiento comercial. La razón de su existencia radica en las utilidades que proporcionan:

De lugar: gracias al transporte de los productos y a la existencia de numerosos puntos de venta cercanos a los consumidores.

De tiempo: debido a la existencia de almacenes y estanterías donde las empresas pueden almacenar y exponer sus productos, el consumidor puede adquirirlos cuando desee, sin necesidad de tener que comprar en grandes cantidades.

De forma y de creación de surtidos: la distribución comercial permite adaptar el producto final a las necesidades de los consumidores, y crear así los surtidos en función de dichas necesidades.

De posesión: ya que el consumidor puede adquirir la propiedad o la posesión del producto y puede consumirlo o usarlo.

2. Establece cuál sería el mejor canal para distribuir los siguientes productos:

La respuesta es orientativa. Cada alumno deberá justificar la elección del canal para cada producto.

PRODUCTO	CANAL	PRODUCTO	CANAL
Zapatillas de deporte de marca	Largo	Cartones de leche	Largo/Muy largo
Lavadora	Corto	Zapatos Manolo Blahnik	Corto
Detergente para la ropa	Largo/Muy largo	Bisutería de la marca «Uno de 50»	Corto
Ferrari	Corto	<i>Smartphones</i>	Corto
Perfume Chanel Nº5	Largo	Trajes EmidioTucci	Corto

3. Para cada producto del ejercicio anterior, establece cuál sería la estrategia de distribución idónea.

La respuesta es orientativa. Cada alumno deberá justificar la elección de la estrategia de distribución que considere más adecuada para cada producto.

PRODUCTO	ESTRATEGIA	PRODUCTO	ESTRATEGIA
Zapatillas de deporte de marca	Intensiva	Cartones de leche	Intensiva
Lavadora	Intensiva	Zapatos Manolo Blahnik	Exclusiva
Detergente para la ropa	Intensiva	Bisutería de la marca «Uno de 50»	Selectiva
Ferrari	Exclusiva	<i>Smartphones</i>	Selectiva
Perfume Chanel Nº5	Selectiva	Trajes EmidioTucci	Selectiva

ACTIVIDADES-PÁG. 10

4. Analiza las diferencias entre el comercio tradicional y el de libre servicio. ¿Cuál de los dos sistemas predomina en tu entorno?

En el comercio tradicional el vendedor presenta y ofrece los productos, intenta influir en la compra y se encarga del cobro; tiene como elemento característico del mobiliario el mostrador, donde el dependiente recibe al cliente. La superficie de venta suele ser más limitada y con pocas referencias.

En cambio, en el comercio de libre servicio el cliente selecciona libremente los productos que necesita de las estanterías, puede tocarlos y analizarlos, así como acumularlos con otros en cestas o carritos de compra. El vendedor tiene un papel secundario de apoyo, de informador, reponedor o dependiente y el mobiliario se amplía, mediante estanterías, expositores y demás elementos para mostrar los distintos productos a los clientes.

En nuestro entorno, cada vez predominan más los comercios de libre servicio.

5. Expón algún ejemplo de establecimientos comerciales donde convivan el comercio tradicional y el de libre servicio.

Supermercados donde incluyan charcutería, frutería o pescadería, así como algunas farmacias, donde los medicamentos con receta se colocan detrás del mostrador sin posibilidad de acceso por parte de los clientes y los productos de parafarmacia se colocan en los muebles expositores al alcance de los consumidores.

ACTIVIDADES-PÁG. 12

6. De la siguiente relación de empresas, indica a qué forma de distribución comercial pertenece:

EMPRESA	FORMA	EMPRESA	FORMA
Cortefiel	Establecimiento especializado	7-Eleven	Tienda de conveniencia
Amazon	Venta sin establecimiento comercial y sin contacto	Christian Lay	Venta sin establecimiento comercial con contacto
Lidl	Supermercado « <i>Hard discount</i> »	Media Markt	<i>Category killer</i>
Teletienda	Venta sin establecimiento comercial y sin contacto	Centro de oportunidades de El Corte Inglés	Establecimiento de venta de saldos
Carrefour Express	Supermercado		

7. A pesar de la larga lista enumerada sobre las distintas formas de distribución comercial, existen algunas que no están incluidas. Intenta completar dicha lista con otros sistemas que conozcas.

Existen más formas de distribución comercial de las estudiadas. Por ejemplo, los mercados de abastos donde establecimientos destinados sobre todo a productos frescos y perecederos se agrupan en un mismo edificio.

8. Imagina que trabajas de dependiente en un establecimiento comercial especializado en ropa, tanto masculina como femenina; y tu jefe te comenta que las ventas están bajando preocupantemente, que cada día nota que entra menos gente en su establecimiento para ver los productos y menos aún para comprar. Propón una serie de medidas para mejorar las experiencias de compra que puedan atraer a clientes y mejorar las ventas.

En la actualidad, se pretende ofrecer experiencias de compra distintas a los clientes para diferenciarse de los competidores. Si en un establecimiento comercial dedicado a la ropa juvenil están bajando las ventas, se pueden llevar a cabo diversas medidas para impulsar las ventas. Algunas de esas medidas pueden ser las siguientes:

Organizar un pase de modelos para presentar la nueva temporada.

Intentar ofrecer, además de experiencias de compra agradables, opciones culturales, artísticas o de ocio, como exposiciones de arte, realizar cursos de *personal shopper* o sobre escaparatismo, para atraer clientela y dar a conocer el nombre del establecimiento comercial en el entorno, etc.

ACTIVIDADES-PÁG. 13

9. Explica con tus propias palabras las diferencias entre los trámites de constitución y los trámites de puesta en marcha de una empresa.

Los **trámites de constitución** son los necesarios para otorgar personalidad jurídica a la empresa, y los **trámites de puesta en marcha**, en cambio, son los necesarios para poder empezar a llevar a cabo la actividad de la empresa.

10. Investiga en internet cuál es la Cámara de Comercio más cercana de tu localidad e identifica los objetivos que persigue y los servicios que ofrece.

El objetivo que se persigue con esta actividad es que el alumnado conozca los recursos que ofrece su entorno para asesorarse en caso de que se decidan por crear su propia empresa.

ACTIVIDADES-PÁG. 16

11. De los trámites que se enumeran a continuación, indica cuál sería el organismo público al que tendrías que acudir, y explica brevemente en qué consiste cada uno de ellos:

TRÁMITE	ORGANISMO	TRÁMITE	ORGANISMO
Solicitud de cambio de titularidad o actividad	Ayuntamiento	Legalización del libro de visitas	Delegación Provincial de Trabajo
Afiliación y alta de trabajadores en régimen general	Tesorería General de la Seguridad Social	Solicitud de certificación negativa del nombre o razón social	Registro Mercantil
Comunicación de apertura del centro de trabajo	Delegación Provincial de Trabajo	Licencia de apertura	Ayuntamiento

Solicitud de cambio de titularidad o actividad: es necesario comunicar al ayuntamiento cuando se pretenda adquirir por traspaso una actividad en funcionamiento o se decida cambiar la actividad de la empresa después de seis meses de su inicio.

Afiliación y alta de trabajadores en régimen general y asimilados: de este modo, la Tesorería General de la Seguridad Social dota a los trabajadores de sus derechos y obligaciones correspondientes. Debe darse de alta a los trabajadores antes de comenzar la relación laboral. Si es la primera vez que se da de alta a un trabajador hay que solicitar un número de afiliación.

Comunicación de apertura del centro de trabajo: existe la obligación de llevar a cabo este acto administrativo cuando las empresas abran un nuevo establecimiento o reanuden la actividad después de haber realizado modificaciones.

Legalización del libro de visitas: se puede adquirir en librerías especializadas y debe ser entregado a la Inspección de Trabajo para ser diligenciado. En él se registrarán las visitas realizadas por la Inspección de Trabajo y la Seguridad Social en las instalaciones de la empresa.

Solicitud de certificación negativa del nombre o razón social: se ha de solicitar un certificado en el Registro Mercantil Central donde se indiquen hasta cinco posibles nombres (por orden de preferencia) que se le quiera dar a la sociedad.

Licencia de apertura: es el permiso de apertura al público concedido una vez confirmado que se ha respetado la licencia de obras y comprobado que el establecimiento cumple con las condiciones idóneas de seguridad y salubridad.

ACTIVIDADES-PÁG. 17

12. Vuelve a leer el caso inicial e indica las fases y trámites que tienen que seguir Marta y julio para constituir y poner en marcha su negocio, teniendo en cuenta que: el capital con el que van a crear su tienda es de 150 000 €; que van a contratar a dos dependientes; que van a tener que hacer remodelaciones en el local; y que van a asumir la forma jurídica de empresario individual.

En primer lugar tendrán que decidir quién de los dos será el empresario individual y quién será un trabajador; a no ser que quisieran constituir una sociedad limitada, en cuyo caso podrían ser ambos los empresarios.

Suponiendo que solo uno de ellos se hiciera autónomo, los pasos serían los siguientes:

- Alta en el impuesto de actividades económicas (IAE).
- Inscripción del empresario y asignación del número de la Seguridad Social.
- Alta censal y opción del régimen fiscal.
- Afiliación en el régimen especial de trabajadores autónomos de la Seguridad Social.
- Afiliación y alta de trabajadores en el régimen general y asimilados.
- Licencia de obras.
- Licencia de apertura.
- Legalización del libro de visitas.
- Presentación de contratos.
- Comunicación de apertura del centro de trabajo.
- Registro de comerciantes y actividades comerciales de la comunidad autónoma.
- Solicitud de hojas de reclamaciones.

13. Accede a la página web de la Seguridad Social (<www.seg-social.es>) y busca información sobre los trámites necesarios para darse de alta en el régimen de autónomos. ¿Qué modelo se ha de utilizar?, ¿en qué plazos?, ¿hay alguna posibilidad de realizar los trámites de forma telemática?

El trabajador autónomo está obligado, en un plazo de 30 días desde que se dé de alta en Hacienda, a darse de alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA) de la Seguridad Social. El alta, baja y las variaciones se realizarán mediante el modelo TA. 0521 en la Dirección Provincial de la T.G.S.S. o en su Administración.

Si nunca se ha trabajado con anterioridad, previamente se tiene que solicitar un **número de afiliación a la Seguridad Social**.

Los documentos que hay que presentar son los siguientes: además del mencionado impreso TA. 0521, correctamente cumplimentado, hay que presentar la copia y el original del impreso de alta en el IAE, fotocopia del DNI del solicitante, la tarjeta de afiliación a la Seguridad Social si se ha trabajado con anterioridad (si no se ha hecho, hay que simultanear este trámite) y el documento de adhesión a una mutua de accidentes de trabajo para poder recibir una prestación económica en caso de incapacidad temporal (opcionalmente, se puede elegir una mutua privada).

La mayoría de los trámites administrativos para darse de alta como autónomo se pueden realizar de forma telemática mediante el documento único electrónico (DUE) en el portal CIRCE. Algunos de los trámites que aún no se pueden hacer de forma telemática son los siguientes:

La comunicación de la apertura del centro de trabajo.
La obtención y legalización de los libros.

14. En internet hay numerosas páginas con un directorio de franquicias, donde se exponen las condiciones económicas para cada caso. Accede a cualquiera de las páginas que se proponen, busca tres franquicias relacionadas con el comercio y compara sus cánones de entrada, sus *royalties* y sus cánones de publicidad:

Esta actividad tiene como objetivo dar a conocer al alumnado las franquicias como mecanismo de emprendimiento, acercarles a la realidad que supone esta forma empresarial y que descubran por sí mismos las posibilidades que ofrecen.

ACTIVIDADES FINALES (REPASA)-PÁG. 18

1. Define «distribución comercial» con tus palabras. ¿Por qué es tan importante en la actualidad?

La distribución comercial es el conjunto de actividades que permite el traslado de productos desde su lugar de fabricación hasta el establecimiento comercial, y actúa como puente entre el sector productivo y el del consumo.

Gracias a la distribución comercial las empresas productoras pueden poner a disposición de los consumidores finales sus artículos, en el lugar y momento que lo necesiten.

2. ¿Cuáles son las diferencias entre los mayoristas y los minoristas? Pon algún ejemplo de cada uno.

Los mayoristas son quienes compran los productos o servicios a los fabricantes o a otros mayoristas para luego venderlos a otros mayoristas o a minoristas, pero no a los consumidores finales y, en cambio, los minoristas o detallistas compran los productos a los fabricantes o mayoristas para posteriormente venderlos a los consumidores finales.

Ejemplo de mayorista: Makro.

Ejemplo de minorista: Supermercados DIA.

3. Indica cuál es la estrategia de distribución más adecuada (intensiva, selectiva o exclusiva) para los siguientes productos:

PRODUCTO	ESTRATEGIA	PRODUCTO	ESTRATEGIA
Maletas de viaje Samsonite	Selectiva	Chocolate Godiva	Selectiva
Cava Freixenet	Intensiva	Coche Lamborghini	Exclusiva
Champán Moët & Chandon	Selectiva	Ropa interior Calvin Klein	Selectiva
Reloj Rolex	Selectiva	Leche Puleva	Intensiva
Chocolate Milka	Intensiva		

4. En la actualidad, el comercio de libre servicio está desbancando al tradicional, aunque existen algunas actividades comerciales que perviven en el comercio tradicional. Expón algunos ejemplos de establecimientos de comercio tradicional e indica por qué no es tan fácil su transición al comercio de libre servicio.

Algunos ejemplos de comercio tradicional son las carnicerías, pescaderías, fruterías, farmacias, etc.

Al ser productos que tienen que ser preparados por el vendedor (cortar la carne necesaria, pesar la fruta que demanda el cliente, escoger los medicamentos que solo se pueden vender con receta médica, etc.) resulta más difícil su transición al comercio de libre servicio, aunque en numerosos supermercados ya venden carne, pescados, frutas y verduras mediante el sistema de libre servicio.

5. Investiga en internet el origen del nombre *category killers*. ¿Cuál es la diferencia entre un *category killer* y un establecimiento especializado? Pon algún ejemplo que conozcas de ambos.

«*Category killer*» significa «asesinos de categorías de productos». Una categoría de producto se puede definir como un grupo de productos o servicios interrelacionados o sustitutivos en la satisfacción de necesidades. Se caracterizan por la especialización en una categoría de producto, y ofrecen la máxima amplitud y profundidad de surtido en esta categoría. Su objetivo es ofrecer todos los productos posibles en esa categoría. Por esta razón son una amenaza para el resto de competidores de su entorno que ofrezcan los mismos productos. De ahí que se le añada la palabra *killer*.

6. En la actualidad, la mayoría de las empresas comerciales con establecimiento comercial y con contacto con sus clientes, optan también por la venta de sus productos a través de internet (sin establecimiento comercial y sin contacto). Enumera las ventajas e inconvenientes de ambas formas comerciales.

COMERCIO ELECTRÓNICO	
Ventajas	Inconvenientes
<p>Abierto 24 horas, 365 días al año. Costes bajos de publicidad y mayor visibilidad por parte de los clientes. Mayor alcance de los productos, ya que se puede vender a cualquier lugar donde haya conexión a internet. Seguridad en el cobro, ya que solo se produce la compra cuando se realiza el cobro. Mayor flexibilidad y adaptabilidad.</p>	<p>Se multiplica la competitividad. Desconfianza de los clientes, ante la seguridad del pago y la calidad de los productos y servicios. Cuando los productos son de muy bajo importe, los clientes no quieren adquirirlos al sumarles los costes de transporte. Cuando los productos son de elevado coste, puede ser un problema si no se ofrece financiación.</p>
COMERCIO TRADICIONAL	
Ventajas	Inconvenientes
<p>Otorga mayor confianza a los clientes, ya que pueden observar de primera mano los productos y su calidad. Seguridad en el pago, ya que también permite el pago en efectivo. No hay que pagar portes para compras habituales.</p>	<p>Menor alcance, ya que solo se venderá en las inmediaciones del establecimiento físico. Limitaciones en el horario de apertura. Costes de local y mayor necesidad de personal.</p>

De estas dos variedades comerciales, ¿cuál usarías para los siguientes productos? Comenta las razones por las que no compras a través de internet los productos que has señalado que compras en los establecimientos físicos.

- Ropa y complementos
- Viajes
- Libros
- Productos alimentarios
- Aparatos informáticos
- Electrodomésticos

Todos los productos que se enumeran pueden comprarse tanto a través del comercio electrónico como en un establecimiento físico. El objetivo de la actividad es que el alumnado reflexione sobre las posibilidades que brinda el comercio electrónico en la actualidad, así como las ventajas e inconvenientes que conlleva este tipo de distribución comercial.

7. Observa el cuadro que se muestra a continuación y contesta a las siguientes preguntas:

CUOTA DE MERCADO DE LOS CUATRO PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	
Grupo Carrefour	21,7 % de la cuota total del mercado.
Mercadona, S.A.	21% de la cuota total del mercado.
Grupo Eroski	9,7 % de la cuota total del mercado.
Grupo Auchan	5,6 % de la cuota total del mercado.
Cuota de los 4 mayores grupos en total	58 % de la cuota total del mercado.

En función de los datos expuestos en la tabla, ¿se puede decir que el sector de la distribución alimentaria está altamente concentrado en un pequeño conjunto de empresas?

Sí, ya que los cuatro principales grupos distribuidores, aglutinan el 58 % de la cuota total del mercado.

– ¿Qué características crees que hacen que estas empresas lideren el sector de la distribución alimentaria?

Al hacerse más grandes, están mejor posicionadas para negociar con los proveedores y, de este modo, conseguir precios más reducidos. A su vez, gracias a las economías de escala que crean se obtienen mayores beneficios, lo cual les permite seguir liderando el mercado.

– ¿Qué dificultades puede encontrarse un emprendedor que decida crear una empresa de distribución de productos alimentarios?

Se encontraría con numerosas barreras de entrada y dificultades: dificultad de financiación; peor posición para negociar con proveedores; alta competitividad; carencias de economías de escala, por lo que no puede vender los productos a los mismos precios que sus competidores; escaso conocimiento por parte del público, etc.

– ¿Cuál crees que será el futuro próximo del sector de la distribución alimentaria en España?

El futuro próximo de la distribución alimentaria en España tiende a la concentración para poder aprovechar los beneficios que reporta y, de este modo, mantener el liderazgo en el mercado.

8. Enumera las diferencias existentes entre los trámites necesarios para la constitución de una empresa, en función de si se trata de una sociedad o de un empresario individual. ¿En qué momento las sociedades adquieren personalidad jurídica plena?

Si se va a constituir una empresa mediante la figura de un empresario individual no es necesario realizar ningún trámite específico ya que, al ser persona física, ya posee personalidad jurídica y es sujeto de derechos y obligaciones. No tiene que inscribirse en el registro mercantil, basta con estar en situación de alta en la Tesorería General de la Seguridad Social, bajo el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA). En cambio, si se va a constituir una sociedad tendría que realizar los siguientes trámites:

1. Solicitud de certificación negativa del nombre o razón social.
2. Justificación de aportación al capital social.
3. Escritura pública de constitución.
4. Liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados.
5. Solicitud del número de identificación fiscal (NIF).
6. Inscripción en el registro mercantil provincial correspondiente.

Una vez que la sociedad se inscribe en el registro mercantil provincial correspondiente, la sociedad adquiere personalidad jurídica plena.

9. ¿Quién tiene la obligación de realizar la afiliación y dar de alta a un trabajador en la Seguridad Social? ¿Cuál es su objetivo?

La obligación de realizar la afiliación y dar de alta a un trabajador en la Seguridad Social la tiene el empresario que contrata. El objetivo que se persigue con ello es dotar a los trabajadores de sus derechos y obligaciones correspondientes.

10. Explica los trámites que es necesario llevar a cabo si se van a contratar trabajadores en una empresa, e indica los organismos a los que tienes que acudir, los plazos y los modelos que hay que cumplimentar.

Los trámites necesarios cuando se va a contratar a trabajadores en una empresa son los siguientes:

Inscripción del empresario

Registro del empresario, persona física o jurídica, en el Sistema de la Seguridad Social y asignación del Código de Cuenta de Cotización, así como la elección de la entidad gestora o colaboradora para la protección de los trabajadores a su servicio, frente a las contingencias de accidente de trabajo y enfermedad profesional.

Organismo que lo tramita: direcciones provinciales y administraciones de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Documentación requerida:

- Modelo oficial de solicitud. (TA.6)
- Identificación fiscal (NIF, DNI o documento acreditativo equivalente).

Asignación del número de Seguridad Social

Asignación de un número de Seguridad Social que la identifica dentro del sistema de Seguridad Social y que le reconoce la condición de afiliado una vez inicie una relación laboral por cuenta propia. Debe realizarse con anterioridad al comienzo de la relación laboral.

Organismo que lo tramita: direcciones provinciales y administraciones de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Documentación requerida:

- Modelo oficial de solicitud de asignación de número de Seguridad Social. Modelo normalizado TA.1.

Alta de trabajadores en el régimen general y asimilados

Reconocimiento por parte de la Tesorería General de la Seguridad Social a la persona que inicia una actividad de su condición de comprendida en el campo de aplicación del Régimen General de la Seguridad Social, con los derechos y obligaciones correspondientes. Debe realizarse con anterioridad al comienzo de la relación laboral.

Organismo que lo tramita: direcciones provinciales y administraciones de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Documentación requerida:

- Modelo oficial de solicitud de alta. Modelo normalizado TA.2.

Legalización del libro de visitas

El libro de visitas se comprará en librerías especializadas y se llevará a la Inspección de Trabajo para ser diligenciado antes del inicio de la actividad.

Organismo que lo tramita: Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social.

Documentación requerida:

- Modelo de solicitud oficial.

Presentación de contratos

Todos los contratos deben ser presentados al Servicio Público de Empleo, en el plazo de 10 días desde su formalización.

ACTIVIDADES FINALES (AMPLÍA)-PÁG. 19

11. En grupos de no más de tres personas, localizad un negocio de vuestro entorno relacionado con el comercio, que opere en régimen de franquicia. Investigad en internet o en el propio establecimiento comercial: cuáles han sido las condiciones pactadas en el contrato de franquicia (canon de entrada, royalties, canon de publicidad, etc.). ¿Creéis que es ventajosa esta forma de emprender? Comentad las razones por las que pensáis que se ha optado por esta forma.

El objetivo de esta actividad es presentar al alumnado la figura de la franquicia de una forma cercana a la realidad, para que conozcan de primera mano sus características principales, sus ventajas e inconvenientes.

12. Busca un modelo de licencia de apertura y otro de licencia de obras en el ayuntamiento de tu localidad (suelen estar publicados en internet). Rellénalo como lo deberían hacer Marta y julio, los protagonistas del caso inicial de la unidad.

El objetivo de esta actividad es acercar al alumnado a los trámites reales que tendrían que llevar a cabo en caso de que se decidieran por emprender un nuevo negocio, así como hacerles ver las ventajas que ofrece internet para acceder a estos.

13. Investiga dónde se encuentran en tu entorno más próximo los siguientes organismos públicos:

- Registro mercantil.
- Cámara de Comercio.
- Agencia Tributaria.
- Tesorería General de la Seguridad Social.
- Delegación Provincial de Trabajo.

La primera parte de la actividad es respuesta libre por parte de los alumnos ya que la ubicación de los organismos públicos dependerá de la localización de estos.

La solución de la segunda parte es la siguiente:

Registro Mercantil.

Solicitud de certificación negativa del nombre o razón social.
Inscripción en el registro mercantil provincial correspondiente.

Cámara de Comercio.

Solicitud de información sobre el sector.

Agencia Tributaria.

Solicitud del número de identificación fiscal (NIF).
Alta en el impuesto sobre actividades económicas (IAE).
Declaración censal.
Diligencia y legalización de libros obligatorios.

Tesorería General de la Seguridad Social.

Inscripción del empresario y asignación del número de la Seguridad Social.
Afiliación y alta de trabajadores en el régimen general y asimilados.

Delegación Provincial de Trabajo.

Legalización del libro de visitas.
Presentación de contratos.
Comunicación de apertura del centro de trabajo.

ENTRA EN INTERNET-PÁG. 19

14. Un portal de internet muy útil para aquellos que desean montar un negocio es: <www.ipyme.org>.

Accede a su página web y realiza lo siguiente:

- Encuentra en el apartado de «Red de puntos de tramitación empresarial» el punto de asesoramiento e inicio de tramitación (PAIT) más cercano a tu localidad. ¿Cuál es la misión de estos organismos?
- Igual de importante que conocer los trámites necesarios para constituir y poner en marcha una empresa, es conocer las distintas ayudas y subvenciones a las que se puede acceder; las cuales variarán dependiendo de la comunidad autónoma correspondiente. Accede al apartado de «Ayudas para la creación de empresas» y consulta a qué ayudas y subvenciones podrían optar Marta y julio, los protagonistas del caso práctico inicial, si fueran a crear su empresa en tu comunidad autónoma.
- El éxito o fracaso de una empresa depende en gran medida del emprendedor que decide crear su propio negocio.

¿Crees que posees las actitudes y características de un emprendedor de éxito? Accede al apartado «Herramientas para el emprendedor y el empresario» y luego a «Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras»; realiza el test y comenta los resultados con el resto de la clase.

El objetivo que se pretende alcanzar con esta actividad es dar a conocer al alumnado distintos recursos *online* a través de los cuales pueden buscar información muy útil y valiosa si deciden emprender un nuevo negocio.

15. Otra página web muy útil para los emprendedores pertenece a la Ventanilla Única de la Directiva de Servicios de la Unión Europea. Como ya se ha comentado en la unidad, muchos de los trámites varían en función de la rama de actividad en la que la nueva empresa vaya a operar y del lugar donde se ubique. Accede a su página web (<www.eugo.es>) y pincha en el apartado «Buscador de trámites»; simula que

vas a crear una empresa relacionada con el comercio en tu propia localidad y analiza los trámites que el portal te indica que tienes que realizar. Compáralos con los de otro compañero que haya seleccionado otra rama de actividad del comercio, para ver las diferencias y similitudes.

El objetivo que se pretende alcanzar con esta actividad también es dar a conocer al alumnado los distintos recursos *online* que hay a su disposición para buscar información muy útil y valiosa si deciden emprender un nuevo negocio. Este portal, en concreto, es muy útil ya que se puede acceder a la red europea de ventanillas únicas donde disponen de nuevas oportunidades empresariales o expandir un negocio a otro país de la Unión Europea.

PRÁCTICA PROFESIONAL-PÁG. 21

1. Accede a la página web de CIRCE. Entra en el área del emprendedor y, a continuación, en el apartado «crear una empresa», donde aparecen los tres tipos de empresas que se pueden crear telemáticamente. Una vez que has accedido a cada tipo de empresa, pincha en «Trámites administrativos (sistema CIRCE)». Con los datos que encuentres en el portal completa la tabla anterior en tu cuaderno y explica brevemente los pasos a seguir.

	AUTÓNOMO	SL o SRL	SLNE
Pasos previos al procedimiento telemático		<ul style="list-style-type: none"> - Reserva de la denominación social. - Depósito del capital social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Depósito del capital social.
Pasos obligatorios que forman el procedimiento telemático	<ul style="list-style-type: none"> - Complimentación del documento único electrónico (DUE). - Trámites en la Seguridad Social. - Comunicación del inicio de actividad a la Agencia Tributaria. 	<ul style="list-style-type: none"> - Complimentación del documento único electrónico (DUE). - Otorgamiento de la escritura de constitución. - Solicitud del NIF provisional. - Liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados. - Inscripción en el registro mercantil provincial. - Trámites en la Seguridad Social. - Expedición de la escritura inscrita. - Solicitud del NIF definitivo de la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Complimentación del documento único electrónico (DUE). - Otorgamiento de la escritura de constitución. - Solicitud del NIF provisional. - Liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados. - Inscripción en el registro mercantil provincial. - Trámites en la Seguridad Social. - Expedición de la escritura inscrita. - Solicitud del NIF definitivo de la sociedad.

Pasos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de Protección de Datos. - Solicitud de reserva de marca o nombre comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas. - Solicitud de licencias en el ayuntamiento. - Comunicación de los contratos de trabajo al Servicio Público de Empleo Estatal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de Protección de Datos. - Solicitud de reserva de marca o nombre comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas. - Solicitud de licencias en el ayuntamiento. - Comunicación de los contratos de trabajo al Servicio Público de Empleo Estatal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de Protección de Datos. - Solicitud de reserva de marca o nombre comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas. - Solicitud de licencias en el ayuntamiento. - Comunicación de los contratos de trabajo al Servicio Público de Empleo Estatal.
Pasos no incluidos en el proceso telemático	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación de la apertura del centro de trabajo. - Obtención y legalización de los libros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación de la apertura del centro de trabajo. - Obtención y legalización de los libros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación de la apertura del centro de trabajo. - Obtención y legalización de los libros.

EVALÚA TUS CONOCIMIENTOS-PÁG. 22

1. Señala la respuesta correcta:

b) La distribución comercial se compone de todas las actividades necesarias para llevar los productos desde el lugar de fabricación hasta el lugar donde se van a comercializar.

2. La estrategia de distribución intensiva:

a) Tiene como objetivo facilitar la disponibilidad de sus productos a los consumidores.

3. Señala la respuesta correcta:

c) En los canales de distribución catalogados como muy largos pueden aparecer figuras tales como el representante o corredor.

4. El comercio:

b) Comenzó con el trueque de bienes por otros de igual valor.

5. En el comercio de libre servicio:

b) Se utilizan muchos tipos de muebles expositores para mostrar los productos.

6. Los establecimientos de descuento:

d) Se caracterizan por competir de forma agresiva con precios bajos.

7. Las tiendas de conveniencia:

c) Tienen un amplio horario de apertura para poder atender mejor las necesidades de sus clientes.

8. La venta directa:

d) Es la que se realiza en el establecimiento del consumidor mediante la visita de un representante de la empresa vendedora.

9. La distribución comercial:

d) Se caracteriza porque en la actualidad las empresas comerciales procuran ofrecer experiencias de compra distintas y únicas a sus clientes, para diferenciarse de sus competidores.

10. Señala qué trámites se realizan en la AEAT:

c) Declaración censal.

11. Señala qué trámites se realizan en los ayuntamientos:

a) Las licencias medioambientales.