

Gestoría Administrativa



Guías de Actividades Empresariales



**GENERALITAT
VALENCIANA**

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

 **UNIÓ EUROPEA**
Fons Europeu de
Desenvolupament Regional
Una manera de fer Europa

 **CEEI**
COMUNIDAD
VALENCIANA

Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Objetivos del estudio	4
1.2. Metodología	4
2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO	5
3. PRINCIPALES CONCLUSIONES.....	9
4. CONTEXTO SECTORIAL.....	11
4.1 Las gestoras administrativas en España	12
5. ANÁLISIS DEL MERCADO	15
5.1. Referencias estadísticas genéricas	15
5.1.1. Análisis de la oferta	15
5.1.2. Análisis de la demanda.....	24
5.1.3. Definición de un método de cálculo genérico del tamaño del mercado	25
5.2. Marketing	28
5.2.1. Producto	29
5.2.2. Precio.....	32
5.2.3. Fuerza de ventas	32
5.2.4. Promoción	33
5.3. Situación actual y previsiones para el futuro	35
5.4. Análisis económico-financiero	39
5.4.1. Inversiones	39
5.4.2. Gastos.....	40
5.4.3. Previsión de ingresos	42
5.4.4. Estructura de la cuenta de resultados.....	44
5.4.5. Financiación	45
5.5. Recursos humanos	46
5.5.1. Perfil profesional.....	46
5.5.2. Estructura organizativa.....	48
5.5.3. Servicios exteriores.....	49
5.5.4. Convenios colectivos aplicables	49
6. VARIOS.....	50
6.1. Regímenes fiscales preferentes	50
6.2. Normas sectoriales de aplicación	51
6.3. Ayudas	53
6.4. Organismos	55
6.4.1. Organismos oficiales	55
6.4.2. Asociaciones profesionales	55

6.4.3. Centros de estudios	59
6.5. Bibliografía.....	64
6.6. Glosario.....	65
7. ANEXOS.	67
7.1. Anexo de información estadística de interés	67
7.2. Anexo de proveedores.....	69
7.3. Factores que influyen en el tamaño de mercado	70
7.4 Anexo de ferias.	72
7.5. Páginas útiles en Internet	73
7.6. Reflexiones para hacer el estudio de mercado	75
8. NOTA DE LOS AUTORES	76

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivos del estudio

Hasta ahora, y en la mayor parte de los casos, los datos que el emprendedor necesita para hacer un primer análisis de viabilidad de su proyecto empresarial, o bien son estimados de forma intuitiva o bien tienen naturaleza sectorial o macroeconómica. Resulta evidente que, en uno y otro caso, la información de que dispone el emprendedor es de poca ayuda para la elaboración del Plan de Empresa, al no estar adaptada a la realidad del entorno en que se va a desarrollar la actividad.

Por consiguiente, el objetivo de la presente Guía es proporcionar información relevante para facilitar al emprendedor su análisis sobre la viabilidad de su idea y la propia elaboración del Plan de Empresa.

1.2. Metodología

Durante el proceso de elaboración de esta Guía se han utilizado dos tipos de fuentes de información. Por un lado, se ha realizado un estudio de gabinete basado en fuentes secundarias (estadísticas e informes publicados, etc.), mediante el que pretendemos definir las condiciones objetivas en que se encuentra esta actividad empresarial en la Comunitat Valenciana.

Por otra parte, se ha desarrollado un trabajo de campo consistente en la realización de una serie de entrevistas a propietarios/gerentes de gestorías con el fin de profundizar en el conocimiento de la actividad y en sus características específicas.

2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO

Existe la creencia generalizada de que los términos asesoría y gestoría tienen el mismo significado y pueden utilizarse indistintamente, sin embargo, para adoptar la denominación de gestoría es necesario poseer la condición Gestor Administrativo; y ambas actividades se inscriben en IAES diferentes: para las asesorías 842 (servicios financieros y contables) y para las gestorías 849.7 (servicios de gestión administrativa). Aunque, según los servicios que se ofrezcan se pueden aglutinar ambos IAES, e incluso añadir otro perfil de actividad, sobre todo las gestorías integrales: 841 (servicios jurídicos), 832 (auxiliares de seguros), etc.

Por otra parte, las diferencias en el campo de actuación eran más significativas hace años; hoy en día las gestorías diferencian los servicios típicos (transferencias de vehículos, tramitación de certificaciones, obtención de licencias, etc.) de los servicios administrativos a las empresas, ya que, debido a las exigencias del mercado, la tendencia actual en la prestación de servicios se encamina a la integración de los mismos, por lo que el campo de actuación de las gestorías y de las asesorías coincide en algunos aspectos. Por esta razón, y teniendo en cuenta que las gestorías y las asesorías cubren en un 90% los mismos servicios, hemos analizado ambos campos de actuación.

Vamos a definir ambas figuras para establecer las diferencias que existen entre ellas: Una **asesoría** es aquella empresa cuya actividad consiste en la prestación a terceros de servicios de asesoramiento, especializados y sustentados en la capacidad y experiencia del profesional o profesionales que la integran.

Como es lógico, bajo esta definición genérica puede englobarse un amplio abanico de empresas que prestan sus servicios en ámbitos de actividad muy diferentes:

- Jurídico.
- Laboral.
- Fiscal.
- Contable.
- Financiero.
- Nuevas Tecnologías.
- Riesgos Laborales.
- Medioambiente, Etc.

No obstante, tradicionalmente el concepto de asesoría ha estado vinculado a la prestación de servicios de carácter **laboral** (contrataciones, nóminas y seguridad social), **fiscal** (impuestos: IVA, IRPF y Sociedades) y **contable**.

Debes tener en cuenta que la asesoría es una actividad de libre ejercicio, es decir, las asesorías no están obligadas a realizar ningún trámite especial, excepto en la asesoría laboral y jurídica, para su creación ni se exige el cumplimiento de ningún requisito para el ejercicio de la actividad, mientras que la denominación de gestoría sólo puede ser utilizada por los Gestores Administrativos.

Recurrimos al Estatuto de la Profesión de Gestor Administrativo para definir sus funciones, *"son profesionales que, sin perjuicio de la facultad de actuar por medio de representante que a los interesados confiere el artículo 24 de la Ley de Procedimiento Administrativo, se dedican de modo habitual y con tal carácter de profesionalidad y percepción de honorarios a promover, solicitar y realizar toda clase de trámites que no requieran la aplicación de la técnica jurídica reservada a la abogacía, relativos a aquellos asuntos que en interés de personas naturales o jurídicas, y a solicitud de ellas, se sigan ante cualquier órgano de la Administración Pública, informando a sus clientes del estado y vicisitudes del procedimiento por el que se desarrollan"*.

Podemos decir que, en principio, el concepto de gestoría estaba vinculado a lo que se entiende por servicios de gestión administrativa:

- Tramitación de escrituras públicas.
- Impuestos, transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados, impuesto sobre sucesiones y donaciones.
- Importación y exportación de vehículos, matriculaciones.
- Tarjetas de transporte, renovaciones de carnés de conducir.
- Licencias de caza y pesca, permisos de armas.
- Tramitación de todo tipo de certificaciones: nacimiento, defunción, matrimonio, últimas voluntades, penales, académicas, etc.
- Licencias de importación y exportación, de obras, etc.
- Informes registrales, tráfico, multas.
- Gestión de permisos de residencia y de trabajo para extranjero; etc.

Con el paso del tiempo, las gestorías han ido ampliando su cartera de productos, para realizar asesoría laboral, fiscal y contable, correduría de seguros, etc.

Las ventajas que hemos detectado a la hora de poseer la condición de Gestor Administrativo son:

- La exclusividad en las gestiones vinculadas con la Dirección General de Tráfico.
- El asesoramiento laboral sin poseer la condición de titulado en Relaciones Laborales, ya que existe un decreto de concurrencia con esta titulación.

En el apartado 5.4.1 Perfil Profesional puedes consultar los requisitos necesarios para poder adquirir la condición de Gestor Administrativo, pero te

adelantamos que para ello es necesario estar en posesión de alguno de los siguientes títulos:

- Licenciado en Derecho.
- Licenciado en Ciencias Económicas.
- Licenciado en Ciencias Empresariales.
- Licenciado en Ciencias Políticas.
- Graduado en Derecho.
- Graduado en Economía.
- Graduado en Administración y Dirección de Empresas.
- Graduado en Ciencias Políticas.
- Máster universitario de la rama de conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas.

A lo largo de esta Guía desglosaremos minuciosamente la cartera de servicios que se prestan tanto en asesorías como en gestorías, aunque ya te adelantamos que éstos van a depender, en gran medida, de la formación del personal que trabaje en la empresa.

CNAE-2009	SIC
82 Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas.	73. Servicios comerciales.
82.1 Actividades administrativas y auxiliares de oficina.	73.92 Asesoría y relaciones públicas de empresas
82.11 Servicios administrativos combinados.	73.99. Servicios comerciales SC.

A continuación, te ofrecemos las características básicas de la gestoría más habitual:

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTORÍA TIPO	
CNAE/SIC	82.1 -73.99.
IAE	849.7 (servicios de gestión administrativa). 842 (servicios financieros y contables)
CONDICIÓN JURÍDICA	Empresario Individual / S.L.
FACTURACIÓN	79.779,60 euros
UBICACIÓN	Zona urbana.
PERSONAL Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	1 emprendedor-gestor administrativo, 1 contable y 1 auxiliar administrativo.
INSTALACIONES	80 m ² .
CLIENTES	Particulares, empresarios individuales y Pymes

CARTERA DE PRODUCTOS	Asesoramiento. Gestión contable y fiscal. Tramitación de escrituras. Matriculaciones y transferencias de vehículos, autorizaciones y permisos de transporte, gestiones varias (certificados, duplicados, solicitudes, etc.).
HERRAMIENTAS PROMOCIONALES	Publicidad a través del propio Colegio Oficial de Gestores Administrativos. Tarjetas corporativas, anuncios en directorios comerciales y el boca-oído.
VALOR DEL INMOVILIZADO / INVERSIÓN	25.300 euros
IMPORTE GASTOS	74.480,68 euros
RESULTADO BRUTO	6,64%

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- La creciente importancia de las actividades de servicios a empresas, donde se encuadran las gestorías, en el conjunto de la economía es el que ha experimentado una fuerte evolución en los últimos años. Es creciente la tendencia de las empresas a externalizar aquellas funciones que no forman parte de su actividad básica sigue siendo el motor que mueve este sector.
- En el caso de las Gestorías, el cambio producido por un cambio de legislación ha beneficiado a abogados y notarios, y perjudicado a los gestores. Otro aspecto a tener en consideración es el alto grado de intrusismo de otros sectores en la profesión. En cualquier caso, se ha contrastado que hay una fuerte demanda de servicios externos por parte de las empresas.
- Las actividades administrativas y servicios auxiliares (CNAE 82) generó, en el año 2015, un volumen de negocio de 14.701 millones de euros, y en términos de población ocupada, dio empleo a 318.000 personas en 71.010 empresas para el total de España.
- El tejido empresarial de servicios a empresas presenta una acusada atomización, ya que en él operan fundamentalmente pequeñas empresas.
- El 31 de diciembre de 2015, según la Memoria del Consejo General de Colegios de Gestores Administrativos, existían 4.597 gestores colegiados ejercientes en España. En la provincia de Alicante se ubicaban 176 y en Valencia y Castellón 350. Según los directorios comerciales analizados, en la provincia de Castellón habría 128 profesionales y sociedades, en Valencia 519 y en Alicante 448.
- La provincia de Valencia aglutina el 47,4% de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de gestión administrativa, cifra que es lógica si tenemos en cuenta el mayor peso poblacional de ésta respecto a las otras dos provincias valencianas.
- El empleo en este tipo de empresas en la Comunidad Valenciana se concentra en empresas con tramos de ocupación bajos. El 68.83% de las empresas del sector de las actividades administrativas y auxiliares de oficina no tienen asalariados y otro 27,46% tiene entre 1 y 5 empleados, lo que te permite obtener una idea aproximada de la dimensión de las empresas que operan en el sector.
- Cuanto mayor sea la diversidad de la cartera de servicios que prestas, mayor será el tamaño de mercado, ya que optarás a mayor diversidad de clientes.
- Una forma de diferenciación es buscar servicios o actividades que no ofrezca la competencia, especializándote en nuevos sectores en los que no exista tanta oferta.
- La forma más común de promoción es la publicidad institucional del propio Colegio de Gestores Administrativos. La ubicación de la oficina,

los directorios comerciales y el *boca-oído* son la forma más habitual de darte a conocer.

- Los precios por los servicios prestados se cobran por honorarios. El Colegio Oficial puede ofrecerte información sobre precios orientativos. Debes tener en cuenta que tu precio debe ser aquél que permita absorber los costes de la explotación, obtener un beneficio y que sea razonable para la economía del cliente.
- El trato personalizado que se presta al cliente y la imagen de confidencialidad y formalidad son los requisitos básicos para conseguir fidelizarlo.
- Las partidas de inversión más importantes la constituyen la adquisición del mobiliario, los equipos informáticos y el acondicionamiento del local.
- Las partidas de gastos más importantes son, normalmente, el gasto de personal y el arrendamiento del local.
- Conviene que dispongas de una cartera diversificada con el fin de que sufras lo menos posible las oscilaciones derivadas de la estacionalidad.
- Los perfiles más frecuentes que se suelen encontrar en las gestorías son los de economistas y abogados. En esta actividad, la realización de cursos de reciclaje y la especialización es básica para afianzarse en el sector, por lo que la formación se llega a considerar una ventaja competitiva.
- La regulación laboral atiende a los distintos convenios colectivos de oficinas y despachos profesionales que están vigentes en las distintas provincias valencianas.

4. CONTEXTO SECTORIAL.

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

> LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR SERVICIOS EN ESPAÑA.

> LA DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES DE ESTE SECTOR.

> EL NÚMERO DE ASESORÍAS JURÍDICAS Y CONTABLES SITUADAS EN EL TERRITORIO NACIONAL.

> LAS PREVISIONES DE FUTURO.

El análisis del contexto sectorial arroja las siguientes conclusiones:

- La creciente importancia de las actividades de servicios a empresas, donde se encuadran las gestorías, en el conjunto de la economía, ha situado al sector servicios como uno de los principales sectores de actividad.
- La tendencia de las empresas a externalizar aquellas funciones que no forman parte de su actividad básica sigue siendo el motor que mueve el sector de servicios a empresas.
- Las actividades administrativas y servicios auxiliares generaron, en el año 2015, un volumen de negocio de 14.701 millones de euros, y en términos de población ocupada, dio empleo a 318.000 personas en 71.010 empresas para el total de España.
- El tejido empresarial de servicios a empresas presenta una acusada atomización, ya que en él operan fundamentalmente pequeñas empresas.

4.1 Las gestoras administrativas en España.

¿Cuál es la situación del sector servicios a empresas en España?

¿Cuáles son las actividades que se incluyen dentro del sector de servicios a empresas?

¿Cuál es la evolución de las empresas que desarrollan actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas en España?

Las actividades de servicios a empresas, donde se encuadran las gestorías administrativas, juegan un papel cada vez más determinante en el fomento del crecimiento económico y de la competitividad situando como principal este servicio.

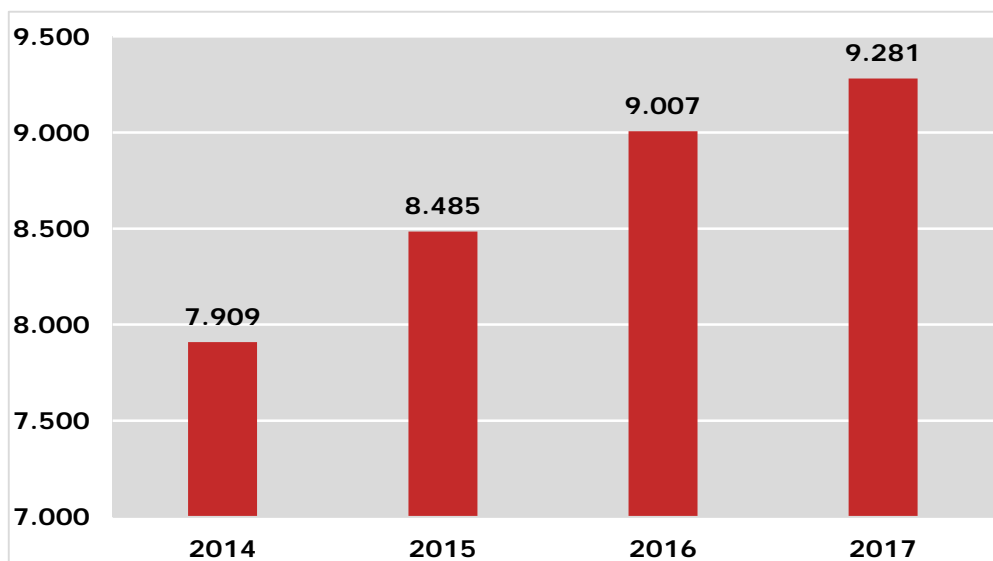
El auge de los servicios a empresas responde a un conjunto de razones de índole muy variada, pudiendo señalarse cinco tipos:

- Factores vinculados al crecimiento de los mercados: Internacionalización de actividades, integración de áreas comerciales, etc.
- Factores relacionados con la nueva organización industrial: Externalización de servicios, nuevos requerimientos de calidad, etc.
- Factores vinculados al cambio tecnológico: Necesidad de incorporar nuevas tecnologías de la información y comunicación, innovaciones organizativas, etc.
- Factores asociados a cambios en el empleo y las cualificaciones: Mayor demanda de especialización en la provisión de ciertos servicios, etc.
- Factores derivados de la intervención del Estado: Nuevas regulaciones en materia de servicios, legislación que obliga a utilizar ciertos servicios, etc.

Para analizar la situación del sector se ha utilizado la Encuesta Anual de Servicios del Instituto Nacional de Estadística (INE), donde deberemos tomar como epígrafe más representativo el sector de "Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas (Epígrafe 82.1 del CNAE-2009)".

Según dicha encuesta, el sector servicios en el año 2017 estaba formada por 7.238 empresas. Esta actividad supone el 0,4% del personal ocupado en el sector servicios, dando empleo a 22.283 personas. El volumen de negocio de la actividad alcanzó los 1.171 millones de euros, el 0,26% del total del sector servicios. En el Cuadro 1 se analiza la evolución del número de empresas del sector en España en el periodo 2014-2017.

Cuadro 1: Gráfica de evolución del número de empresas. España, 2014-2017.



Fuente: Encuesta Anual de Servicios. Instituto Nacional de Estadística (INE).

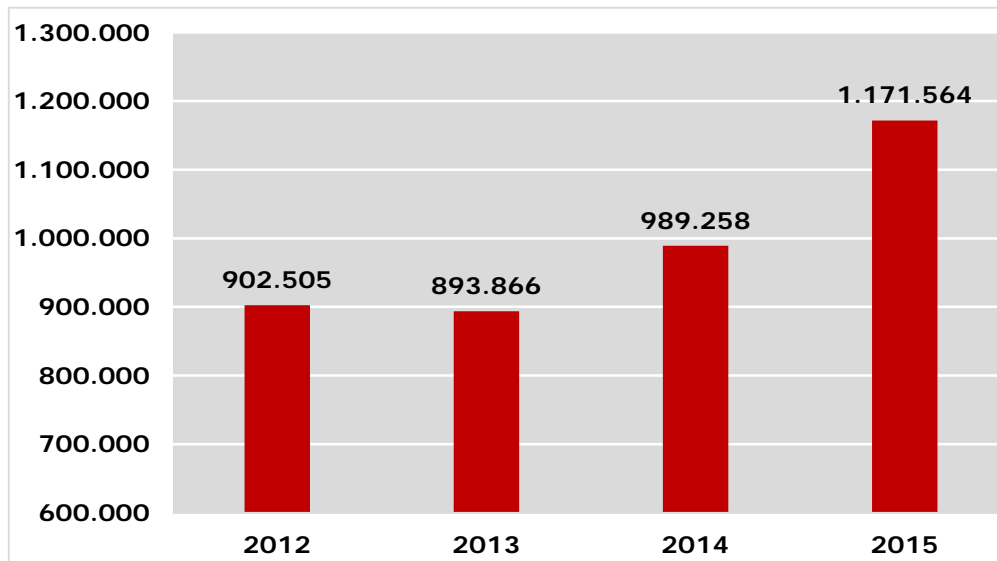
Como se puede apreciar desde el año 2014, el número de empresas ha aumentado, situándose en 103.915 empresas en el año 2017. Este aumento supone un porcentaje del 14,28% desde el 2014. A nivel volumen de negocio, este se ha situado en torno a los 14.701 millones de euros, con un crecimiento del 53,83% entre el periodo 2012 y 2015, tal y como se puede apreciar en el Cuadro 2.

El número de ocupados se situó en 2015 en 22.283 personas, con un crecimiento desde el 2012 del 15,13%.

De cara al futuro, las perspectivas de crecimiento del sector servicios a empresas en España son muy favorables, más allá de situaciones económicas coyunturales, en vista del potencial que presentan fenómenos tales como la globalización, la permanente reestructuración de las empresas, la internacionalización de los negocios, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, las crecientes exigencias en materia de calidad y medio ambiente, etc.

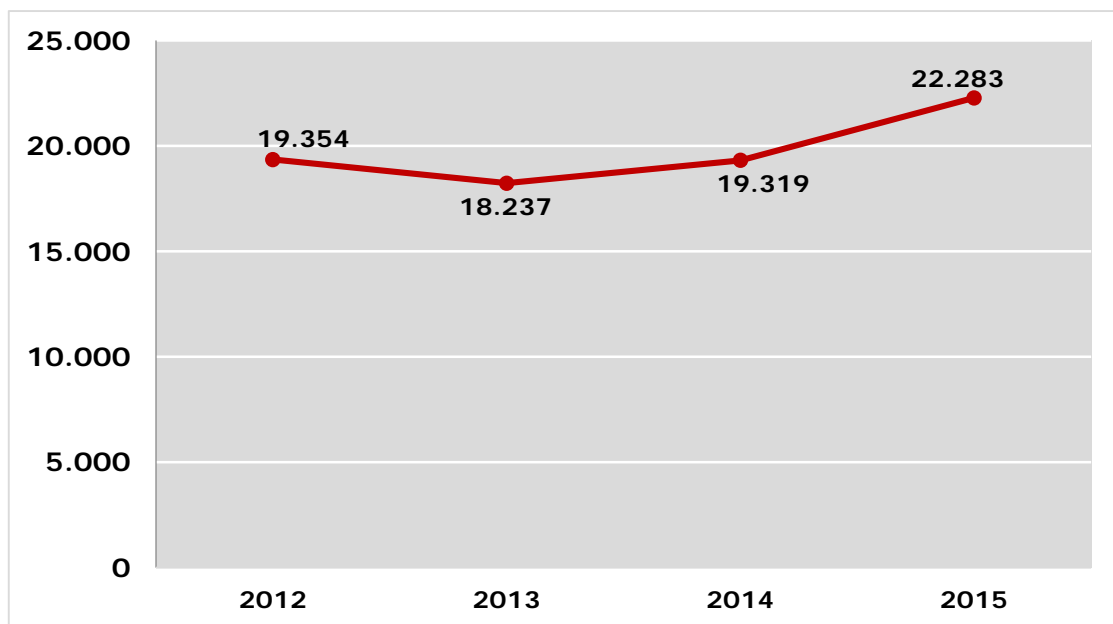
Ante esta perspectiva, los expertos consideran que las empresas que operan en el sector deberán contribuir a gestionar la creciente complejidad del entorno socio-económico con herramientas basadas en el conocimiento y con profesionales de elevada cualificación y experiencia. La gestión y transferencia del conocimiento marcarán las bases del desarrollo del sector.

Cuadro 2: Gráfica de evolución del volumen de negocio. España, 2012-2015.



Fuente: Encuesta Anual de Servicios. Instituto Nacional de Estadística (INE).

Cuadro 3: Gráfica de evolución del número de ocupados. España, 2012-2015.



Fuente: Encuesta Anual de Servicios. Instituto Nacional de Estadística (INE).

5. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1. Referencias estadísticas genéricas

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > EL NÚMERO DE GESTORÍAS QUE EXISTEN EN LA COMUNITAT VALENCIANA Y SU DISTRIBUCIÓN.
- > LA EVOLUCIÓN EN LA CREACIÓN DE LAS EMPRESAS.
- > EL NÚMERO DE PERSONAS EMPLEADAS EN LAS GESTORÍAS.
- > LOS RASGOS COMUNES QUE PRESENTAN LAS GESTORÍAS Y LAS ASESORÍAS.
- > CUÁLES PUEDEN SER TUS PROVEEDORES.
- > QUIÉNES VAN A SER TUS CLIENTES MÁS HABITUALES.

La lectura del siguiente epígrafe te permitirá obtener las siguientes conclusiones:

- En el año 2015, según la Memoria del Consejo General de Colegios de Gestores Administrativos, existían 4.597 gestores colegiados ejercientes. En la provincia de Alicante se ubicaban 176 y en Valencia y Castellón 350. Según los directores comerciales, en la provincia de Castellón habría 99 profesionales y sociedades, en Valencia 285 y en Alicante 225 para el año 2017.
- La provincia de Valencia aglutina el 47,4% de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de gestión administrativa, cifra que es lógica si tenemos en cuenta el mayor peso poblacional de ésta respecto a las otras dos provincias valencianas.

5.1.1. Análisis de la oferta

5.1.1.1. Número de empresas y su distribución territorial

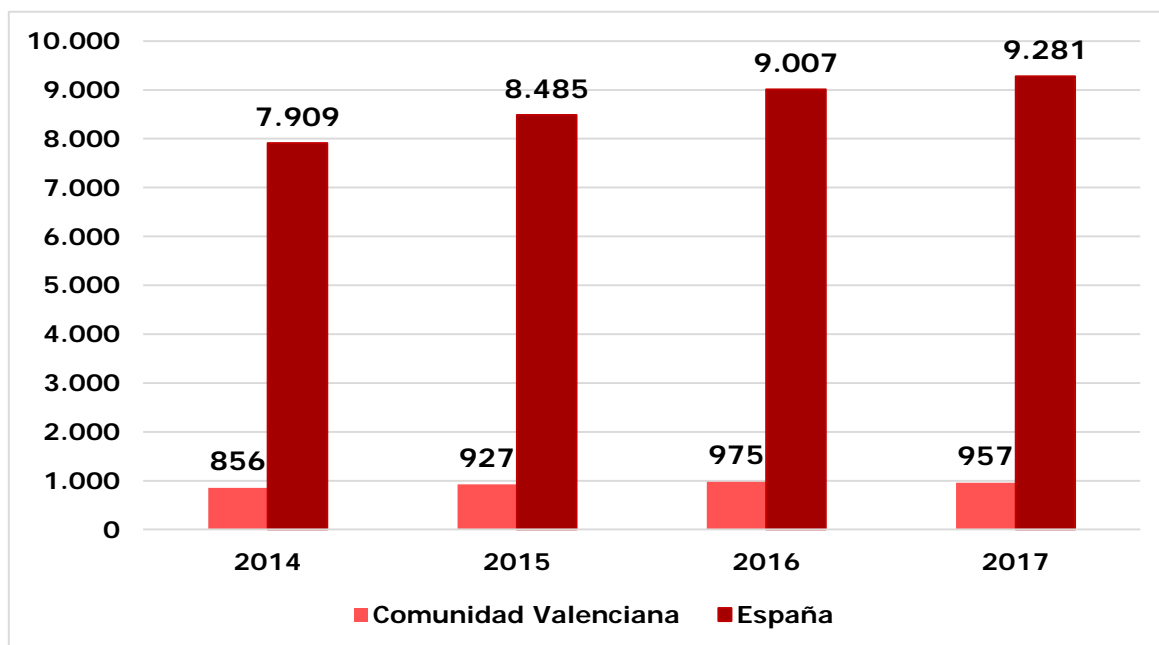
¿Cuántas empresas de gestoría administrativa existen en la Comunitat Valenciana?

¿Cómo se distribuyen?

En base a los datos del Directorio de Empresas del Instituto Nacional de Estadística, el número de empresas españolas dedicadas a actividades administrativas y auxiliares de oficina es de 9.281 en el año 2017. En la

Comunitat Valenciana, el número ascendía a 957 empresas, el 10,31% del total nacional.

Cuadro 4: Gráfica de evolución del número de empresas. Sector actividades administrativas y auxiliares de oficina. España y Comunitat Valenciana, 2014-2017 (unidades).



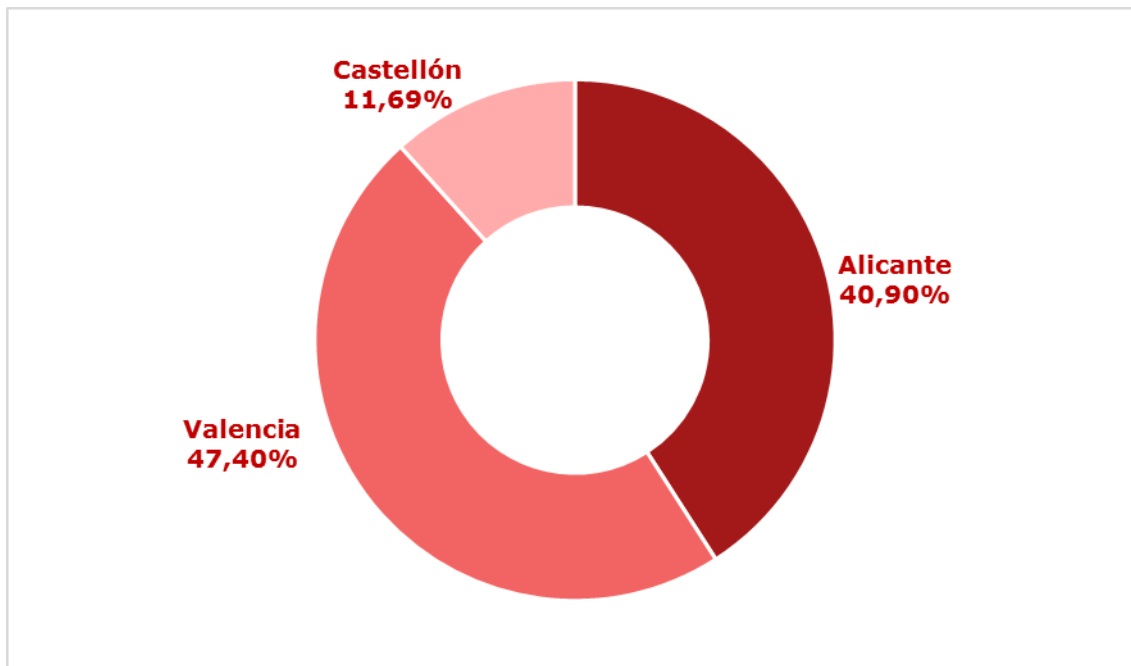
Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística.

A diferencia de los años anteriores a este gráfico, podemos observar un claro incremento de las empresas durante el periodo 2014-2017 del 17,35% a nivel nacional, y algo más leve en la Comunidad Valenciana, siendo este del 11,8%, pero más inestable a lo largo del periodo. Este crecimiento ha ido acompañado del crecimiento económico iniciado en 2013, positivo y estable, tras la crisis económica mundial que generó la destrucción de tantas empresas. Cabe indicar que las previsiones económicas para los próximos años siguen siendo favorables.

El pequeño tamaño de muchos despachos ha permitido que muchos puedan sobrevivir (al tener menos costes controlados), pero algunos expertos que el propio modelo de negocio debe cambiar evolucionando en el próximo futuro hacia organizaciones más grandes, o bien hacia el asesoramiento de tipo especializado y personal que, se ve menos afectado por la reforma pues depende más del conocimiento que del trámite puro.

Otros cambios, como la proliferación de las nuevas tecnologías y, en particular, el tema de las comunicaciones y de la seguridad de la información, estableciendo potentes cauces de diálogo virtual tanto con sus clientes como con los restantes operadores y el Colegio de adscripción, son temas de futuro y necesaria adaptación en el sector.

Cuadro 5: Gráfica de la distribución provincial de las empresas que prestan servicios de gestoría administrativa, Comunitat Valenciana, 2017 (%)



Fuente: Elaboración propia con datos de Camerdata.

Desde el punto de vista de la distribución territorial la provincia de Valencia es la que presenta mayor número de empresas, con un 47,40% del total. Estas cifras son lógicas si tenemos en cuenta el mayor peso poblacional de esta provincia, así como el nivel de actividad económica y empresarial. La siguiente provincia es Alicante con el casi el 40,90% y, por último, Castellón con el 11,70% restante.

En el caso de Alicante es destacable la actividad registrada por este sector, donde el ratio volumen de negocio/empresa es muy elevado, propiciado en gran medida por la compra de viviendas por parte de clientes extranjeros, así como el porcentaje de turistas que alquilan vehículos durante su estancia en la zona.

En el año 2015, según la Memoria del Consejo General de Colegios de Gestores Administrativos, existían 4.597 gestores colegiados ejercientes. En la provincia de Alicante se ubicaban 176 y en Valencia y Castellón 350. Según los directores comerciales, en la provincia de Castellón habría 99 profesionales y sociedades, en Valencia 285 y en Alicante 225 para el año 2017.

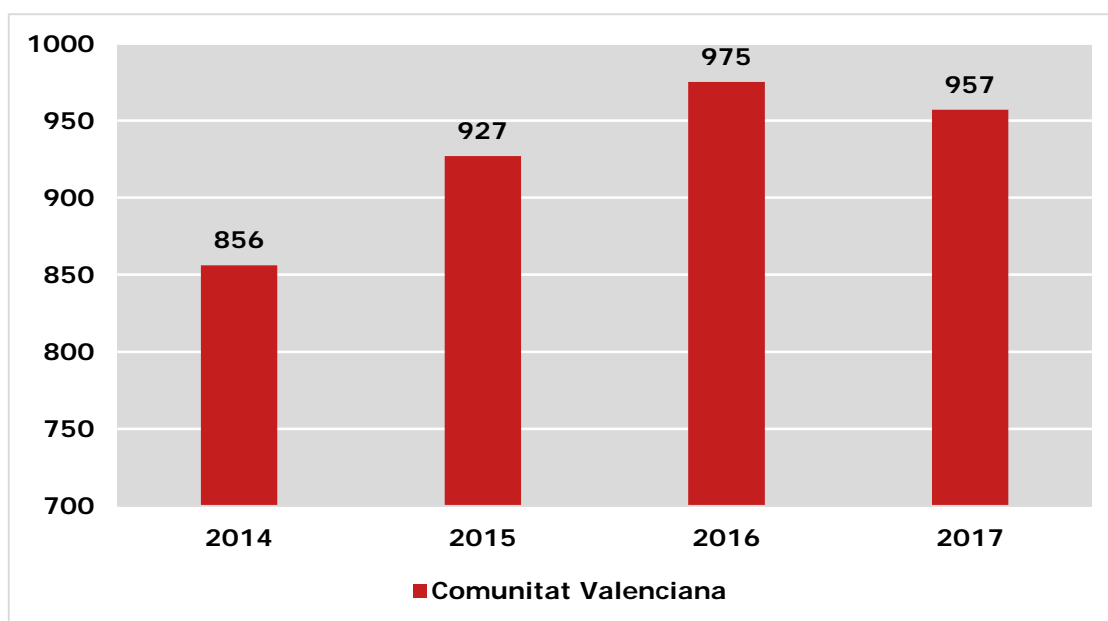
Aunque el número de gestorías es siempre variable teniendo en cuenta que diferentes profesionales pueden asociarse con un gestor (a veces basadas en relaciones familiares) y establecer un nuevo negocio, del mismo modo existe la condición de Gestor Administrativo autónomo que presta servicios en una serie de empresas de gestión y asesoramiento. Concretamente la proliferación de gestorías en Alicante se basa en la demanda de tramitación de permisos de residencia para extranjeros, alquiler de vehículos para turistas y compra-venta de segundas residencias.

5.1.1.2. Evolución en la creación de empresas

¿Resulta atractiva la actividad de las gestorías para decidirse a crear empresas de estas características?

Vamos a mostrarte la evolución del número de empresas valencianas que refleja el Directorio Central de Empresas (DIRCE) para el epígrafe del de CNAE-2009 82.1: Actividades administrativas y auxiliares de oficina, al igual que hemos hecho con las de España para poder establecer así una comparación.

Cuadro 6: Gráfica de evolución del número de empresas. Sector actividades administrativas y auxiliares de oficina. Comunitat Valenciana, 2014-2017 (unidades).



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística.

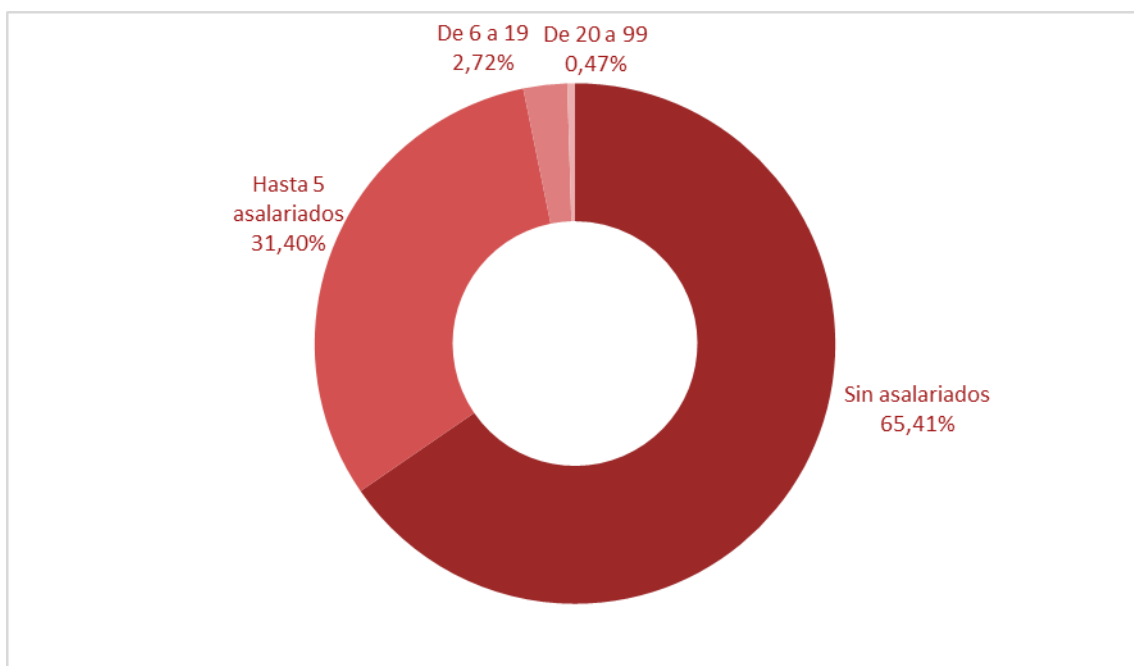
El análisis de los datos arroja un incremento de empresas, tal y como se ha producido a nivel nacional, si bien este ha sido más moderado, situándose en el 10,64% en los últimos 4 años. Las empresas del sector servicios a empresas, donde está encuadrada esta actividad, dependen en gran medida de la coyuntura económica, ya que las empresas realizan un proceso de reajuste de gastos reduciendo los servicios exteriores que tienen contratados, en las situaciones de recesión económica.

5.1.1.3. Tamaño de las empresas

¿Cuál es el tamaño de las gestorías valencianas?

El último dato de la Comunitat Valenciana indica que la mayoría de despachos de gestoría son micropymes. En un 68,83% es una actividad desarrollada por profesionales autónomos. En un 27,46% son empresas que cuentan con entre dos y cinco empleados, siendo lo más normal contar con dos o tres. Solo un 3,71% tiene más de 5 empleados. Estos datos confirman el carácter atomizado que la oferta presenta habitualmente en el sector servicios.

Cuadro 7: Gráfica de la de distribución de las empresas, por estrato de asalariados. Sector actividades administrativas y auxiliares de oficina. Comunitat Valenciana, 2017 (%).



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística

5.1.1.4. Instalaciones

En función de las entrevistas realizadas se ha observado que las instalaciones en las que se desarrolla la actividad representan una zona de despachos, que deberá ampliarse según alcancemos mayor volumen de facturación y debamos contratar más personal. La superficie de las mismas suele oscilar entre 100 m² y 300 m². Para la empresa-tipo se le ha asignado un local de 80 m² cuya distribución interna es la siguiente:

- Sala de recepción: 10 m²
- Dos despachos: de 20 m² cada uno
- Archivo, almacén: 20 m²
- Baño: 10 m²

5.1.1.5. Aspectos comunes de las gestorías administrativas y las asesorías

¿Qué características comunes presentan las gestorías y las asesorías?

Es importante que conozcas tu competencia directa, es decir, las asesorías integrales. Como hemos señalado anteriormente, en la sociedad actual, ambas actividades tienden a solaparse en numerosas áreas de trabajo. Debes conocer los puntos en los que coincidís para resaltar los puntos fuertes como Gestor Administrativo en el caso de que optes por poner en marcha una Gestoría, aunque la tendencia es ofrecer un servicio integral, gestoría-asesoría.

El sector revela un predominio de pequeñas empresas (en muchos casos debido a las propias características intrínsecas de la actividad), que coexisten a su vez con un reducido número de empresas de tamaño considerable vinculadas con frecuencia a grupos empresariales internacionales.

La excesiva atomización y un reducido tamaño empresarial, especialmente desde el punto de vista del empleo, son factores que llevan asociados una serie de limitaciones a la hora de afrontar acciones como la internacionalización, la búsqueda de nuevos mercados, la formación, la innovación, etc. Este *hándicap* suele ser solventado por las empresas mediante la puesta en marcha de procesos de cooperación interempresarial y el asociacionismo.

Como ya te comentamos en el apartado 2 Descripción de la actividad y perfil de la empresa-tipo, la actividad de asesoría es de libre ejercicio, es decir, las asesorías, excepto la laboral y la jurídica, no están obligadas a realizar ningún trámite especial para su creación ni se exige el cumplimiento de ningún requisito para el ejercicio de la actividad. En esta situación, el marco de actuación en el que deben operar estas empresas se limita al Código Deontológico de los Profesionales de la economía, que está destinado a servir como norma de conducta. A continuación, te enumeramos los principios y algunas normas fundamentales.

Principios Deontológicos:

- Independencia: La independencia intelectual y moral del economista, que deberá permanentemente preservar, es condición esencial para el ejercicio de su profesión y constituye la garantía de que los intereses de los destinatarios de sus servicios serán tratados con objetividad.
- Legalidad: El economista debe siempre actuar conforme al ordenamiento jurídico y a las normas corporativas.
- Integridad: El economista debe ser honesto, leal, veraz y diligente en el desempeño de su función.
- Confidencialidad: El economista no divulgará la información confidencial que conozca en el transcurso de su trabajo profesional, que está sometida al derecho y deber del secreto profesional.
- Formación y perfeccionamiento: El perfeccionamiento profesional y la continua puesta al día de sus conocimientos científico-económicos es una obligación del economista con el fin de garantizar la prestación de unos servicios de calidad a los usuarios de sus servicios.
- Lealtad: El economista mantendrá siempre una actitud respetuosa, leal y solidaria con sus compañeros y en las relaciones profesionales observará la mayor deferencia, evitando posiciones de conflictos.

Normas Deontológicas:

- Sobre el secreto profesional
 - Derecho y deber del secreto: El economista, depositario de las confidencias del cliente, debe guardar el secreto profesional, que constituye un deber y un derecho fundamental de la profesión. Derecho y deber que permanecen incluso después de haber cesado la prestación de sus servicios.
 - Contenido: El derecho y la obligación del secreto profesional comprende las confidencias del cliente, de todos los hechos y de los documentos que hubiese conocido con relación a su actuación profesional.
 - Alcance: La obligación del secreto profesional se extiende a los empleados del despacho profesional y colaboradores, amparando las comunicaciones y conversaciones, cualquiera que sea su forma de transmisión o registro.
- Sobre las relaciones con los clientes
 - Encargo de asuntos: El economista no podrá encargarse de un asunto más que por mandato del cliente, encargo de otro economista, designación por el turno de actuación profesional, o por persona o entidad administrativa competente. El economista es libre de aceptar o rechazar los asuntos en que se solicite su intervención, sin necesidad de expresar los motivos de su decisión, salvo en los casos anteriores de nombramiento de

oficio en que deberá justificar su declinación conforme a la normativa vigente.

- Deber de información sobre el resultado previsible y costo: Cuando las características del asunto lo permitan, el economista deberá poner en conocimiento del cliente su opinión razonada sobre el resultado normalmente previsible de los encargos que se le encomienden y el coste aproximado de su actuación. A estos efectos deberá entregar presupuesto cuando fuere obligatorio por alguna norma, y en todo caso, cuando fuere requerido por el cliente.
- Deber de información sobre falta de independencia: El economista está obligado a informar cumplidamente a su cliente de todas aquellas situaciones que puedan afectar a su independencia, como relaciones económicas, financieras, familiares, o de amistad, con terceras partes interesadas, antes de aceptar el encargo o cuando se conocieran las mismas.
- Deber de atención y capacitación: El economista no debe aceptar un asunto para cuya resolución no esté capacitado en función de sus conocimientos y dedicación profesional o que no pueda atender debidamente, por tener comprometida la resolución de otros asuntos urgentes.
- Deber de diligencia: El economista tiene la obligación de llevar a término en su integridad los asuntos encomendados, salvo que medie justa causa.
- Devolución de documentos: El economista no podrá retener documentos que le hayan sido facilitados por el cliente, bajo pretexto de tener pendiente el cobro de honorarios.

Para más información puedes consultar la página web del Consejo General de Economistas de España: www.economistas.org

En lo que se refiere a las gestorías, además de lo expuesto anteriormente, podemos resaltar los siguientes aspectos comunes concernientes al Estatuto de la Profesión de Gestor Administrativo:

- Será requisito indispensable para el ejercicio de la profesión de Gestor Administrativo la incorporación al Colegio en cuyo ámbito radique el domicilio profesional, único o principal. Esta colegiación facultará para ejercer la profesión en todo el territorio nacional, en los términos que establece la Ley de Colegios Profesionales y el Estatuto de la Profesión.
- Cuando un colegiado cambie su domicilio profesional único o principal a la demarcación territorial de otro Colegio, deberá comunicarlo a éste para que, a su vez, lo traslade al Consejo General y éste al presidente de su anterior Colegio, en cuyo ámbito causará baja.
- Cuando un colegiado establezca un despacho auxiliar dentro de la demarcación colegial en la que ejerza la profesión deberá comunicarlo a la Junta de Gobierno del Colegio respectivo.
- Cuando un colegiado ejerza ocasionalmente la profesión en territorio diferente al de su colegiación estará obligado a comunicar al Colegio

correspondiente, a través del de su adscripción, las actuaciones específicas que vaya a realizar, a fin de quedar sujeto a las competencias de ordenación, control deontológico y potestad disciplinaria de dicho colegio distinto al de su adscripción.

- Los Gestores Administrativos deberán adoptar, en la denominación para distinguir su despacho, el nombre y apellidos del propio gestor, al que deberá anteponer o posponer las indicaciones de gestoría administrativa o gestor administrativo.
- Los Gestores Administrativos deberán inexcusablemente ejercer su profesión de forma personal, y sin interposición de persona alguna, pudiendo asociarse o agruparse con otros Gestores Administrativos colegiados, y auxiliarse de empleados autorizados, todo ello en la forma prevista en el Estatuto de la Profesión y el Reglamento regulador del ejercicio personal de la profesión de Gestor Administrativo.
- Tienen la obligación de contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra como mínimo la cantidad de 601.012,10 euros.

En el apartado 5.4.1 Perfil Profesional puedes ver los requisitos necesarios para poder adquirir la condición de Gestor Administrativo.

Para obtener más información puedes consultar la página web del Colegio Oficial de Gestores Administrativos: www.gestores.net, en la que encontrarás el texto íntegro del Estatuto Orgánico de la Profesión del Gestor Administrativo y su reglamento.

5.1.1.6. Análisis de los proveedores

¿Cuáles son las características principales de tus proveedores?

¿Qué aspectos debes valorar para elegir uno u otro proveedor?

¿Cuáles son los plazos de pago a proveedores en el mercado?

Los principales proveedores de una gestoría son de cuatro tipos:

- Proveedores de mobiliario;
- Proveedores de informática;
- Proveedores de material de oficina;
- Proveedores de material bibliográfico y de consulta (legislación laboral, fiscal, etc.).

A la hora de elegir el proveedor de los equipamientos informáticos es importante que tengas en cuenta las facilidades de pago y, sobre todo, los servicios post-venta que te puedan proporcionar unos u otros. Los negocios encuestados valoran, en primer lugar, la existencia de un buen servicio técnico e, incluso, que contemple la posibilidad de sustituirlo rápidamente por otro, si

se avería en alguna ocasión. Por ello, lo más frecuente es contratar a los proveedores un servicio de mantenimiento anual.

Otra cuestión que resaltan los empresarios del sector es la posibilidad de negociar con los proveedores la forma de pago para alargar los plazos lo máximo posible. Este poder de negociación viene dado por la oferta, más que suficiente, de proveedores de este tipo de equipamientos y servicios en el mercado. En el caso de no disponer de financiación suficiente, lo habitual es adquirir los equipos a través de un *leasing*.

En lo que respecta a los proveedores de mobiliario, los aspectos más valorados son la rapidez en la entrega y los plazos de pago. Respecto de los proveedores de material de oficina, los empresarios entrevistados destacan la proximidad del mismo al negocio o la entrega a domicilio gratuita.

Los proveedores de material bibliográfico y de consulta suelen ser editoriales y normalmente el suministro del mismo es por correo, aunque también se puede acudir a librerías especializadas.

5.1.2. Análisis de la demanda

¿Cuál suele ser mi cliente habitual?

La actividad de las gestorías está basada en buena medida en la fidelización del cliente, lo que implica que, a menudo, las empresas del sector deben cuidar de manera cautelosa la relación personal, el trato directo y, en definitiva, la proximidad con el cliente. El hecho de que en el tejido empresarial del sector predominen las pequeñas y medianas empresas y, en muchas ocasiones, los asesores Autónomos o *Freelance* (en ambos casos con profesionales arraigados a través de una larga trayectoria a la evolución económica de nuestra Comunitat Autònoma y conocedores de las carencias y debilidades de las empresas valencianas), facilita sin duda alguna no ya sólo la proximidad con el cliente, sino el desarrollo de relaciones de mutua confianza que benefician el dinamismo de las actividades de asesoramiento.

La importancia estratégica de los servicios prestados por las empresas del sector hace que los clientes basen la elección de su empresa en el prestigio y en la experiencia aportada por ésta.

En general, los demandantes de servicios de una gestoría, ya sean empresas o particulares, muestran cierto rechazo a cambiar de empresa, pero la práctica normal de renovar los contratos anualmente proporciona al cliente un mayor poder de negociación a la hora de revisar los precios de los mismos.

Para la gestoría de reciente creación, la mayoría de los clientes son particulares o pequeñas empresas. Con el paso del tiempo, y a medida que la empresa adquiere cierto prestigio, se produce el acceso a empresas de mayor tamaño.

Los particulares suelen acudir para casos determinados, sobre todo en lo concerniente a gestiones con tráfico, certificados y solicitudes, mientras que las empresas suelen contratar unos servicios fijos anuales pagaderos mensualmente, en los que se incluyen la mayoría de asuntos que les pueden surgir, con independencia de que puedan aparecer otros casos puntuales que no estén incluidos entre los contratados y cuyo precio es cobrado aparte.

5.1.3. Definición de un método de cálculo genérico del tamaño del mercado

5.1.3.1. Método de cálculo del tamaño de mercado de una gestoría

¿Cuál es el tamaño del mercado de las gestorías en la Comunitat Valenciana?

¿Cómo puedo estimar el tamaño de mi mercado?

Como ya sabes, para calcular el tamaño del mercado lo primero que debes decidir es el tipo de negocio que vas a crear, es decir los servicios que vas a ofrecer, el colectivo al que vas a dirigirte y la zona en la que te vas a establecer, ya que son características que van a determinar el grado de desarrollo de tu actividad. Tienes que tener muy claro si lo que quieres es complementar la oferta existente (compartir clientes) o especializarte en algo que no hay (clientela exclusiva).

Para que puedas estimar el tamaño del mercado de las gestorías en tu área de influencia y la parte del mismo que puedes absorber, te proponemos que intentes averiguar la situación de saturación en la que se encuentran los posibles competidores para el conjunto de servicios que quieres ofrecer.

Para decidir el área donde establecerte, deberás estudiar la situación de las empresas que constituyen tu competencia y que operan en tu misma zona. Recuerda que en este tipo de negocios la ubicación de las oficinas es importante, ya que el cliente prefiere un sitio de fácil acceso dentro del núcleo urbano.

Para analizar la ubicación te proponemos un sencillo modelo con el que podrás decidir entre varias zonas:

1. Identifica cuáles son las variables que determinan la idoneidad de una ubicación.

Ejemplo: Valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Zona A	Zona B	Zona C
Zona de empresas/negocios				
Facilidad de estacionamiento				
Visible/zona de paso				
Proximidad de la competencia				
TOTAL				

2. Pondera entre 0 y 100 la importancia de los factores.

Ejemplo: Valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Zona A	Zona B	Zona C
Zona de empresas/negocios	30			
Facilidad de estacionamiento	20			
Visible/zona de paso	40			
Proximidad de la competencia	10			
TOTAL	100			

3. Puntúa entre 1 y 10 cada una de las variables para cada zona.

Valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Zona A	Zona B	Zona C
Zona de empresas/negocios	30	7	5	8
Facilidad de estacionamiento	20	9	6	9
Visible/zona de paso	40	8	9	9
Proximidad de la competencia	10	6	4	8
TOTAL	100			

4. Multiplicar el valor dado a cada variable por el factor de ponderación y sumar los valores de cada zona. Ej: Zona B: $30 \times 5 + 20 \times 6 + 40 \times 9 + 10 \times 4 = 670$.

Valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Zona A	Zona B	Zona C
Zona de empresas/negocios	30	7	5	8
Facilidad de estacionamiento	20	9	6	9
Visible/zona de paso	40	8	9	9
Proximidad de la competencia	10	6	4	8
TOTAL	100	770	670	860

5. El emplazamiento más adecuado en este caso sería Zona C.

Para determinar el tamaño de mercado existen, fundamentalmente, dos métodos de análisis. El primero de ellos consiste en identificar qué tipo de

clientes es el destinatario de los servicios que quieres ofrecer en tu área de influencia y averiguar, a través de encuestas personales o telefónicas a empresas, si sus necesidades se encuentran totalmente cubiertas, así como su grado de satisfacción con respecto a la gestoría que actualmente les presta el servicio. Además, deberías visitar alguna empresa competidora de tu zona para conocer cómo trabajan y en qué márgenes se mueven.

Como resultado de las llamadas y visitas obtendrás el tamaño aproximado del mercado en tu zona, qué tipo de servicios se están demandando, dónde se está concentrando esta demanda y qué gestorías y asesorías son tus competidoras. También podrás obtener las variables de diferenciación respecto de tu competencia y calcular, aproximadamente, el porcentaje de ese mercado que vas a poder captar. Al contrastar dicha información con los servicios que necesitas prestar para cubrir gastos (punto muerto), podrás evaluar con una mayor confianza la probabilidad de realizar dichas ventas.

Otra forma de analizar la demanda potencial es a través de lo que se conoce con el nombre de panel de expertos. Para ello entrevista a titulares y empleados de gestorías que no sean competencia directa (es decir, que no operen en tu zona de influencia), ya que de ellos puedes obtener información muy útil acerca de la composición de su cartera de servicios, el perfil tipo para los diferentes grupos de clientes, las dificultades inherentes a la actividad, etc. La validez de la información que puedan proporcionarte radica en su naturaleza cualitativa, no cuantitativa.

También puede ser interesante entrevistarse con técnicos de las Cámaras de Comercio, Confederación de Empresarios, Ayuntamientos, Asociaciones Sectoriales, etc. ya que pueden facilitarte información diversa sobre la actividad a la que te vas a dedicar (bases de datos, situación general del sector, etc.).

5.2. Marketing

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LOS SERVICIOS QUE PRESENTAN HABITUALMENTE LAS GESTORÍAS ADMINISTRATIVAS**
- > **LA FORMA HABITUAL DE FIJACION PRECIOS.**
- > **LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUERZA DE VENTAS.**
- > **LAS ACCIONES PROMOCIONALES MÁS UTILIZADAS POR ESTE TIPO DE NEGOCIOS.**

Podrás extraer las siguientes conclusiones de este apartado:

- **Cuanto mayor sea la diversidad de la cartera de servicios que prestas, mayor será el tamaño de mercado, ya que optarás a mayor diversidad de clientes.**
- **Una forma de diferenciación es buscar servicios o actividades que no ofrezca la competencia, especializándote en nuevos sectores en los que no exista tanta oferta.**
- **La ubicación de la oficina, los directorios comerciales y el boca-oído son la forma más habitual de darte a conocer.**
- **La fijación de precios depende, en principio, del servicio que prestes y del precio medio del mercado, aunque tu precio debe ser aquél que permita absorber los costes de la explotación, obtener un beneficio y que sea razonable para la economía del cliente.**
- **El trato personalizado que se presta al cliente y la imagen de seriedad, confidencialidad y formalidad son los requisitos básicos para conseguir fidelizarlo.**

5.2.1. Producto

¿Qué servicios puedes ofrecer a tu clientela?

Los servicios que presta una gestoría son muy variados, por lo que van a depender de los conocimientos, formación y la especialización que tengan los trabajadores de tu empresa. Recuerda que, a mayor diversidad de la cartera de servicios, mayor número de clientes vas a poder captar.

Vamos a desglosar tanto los servicios comunes que prestan las gestorías, como los especializados y exclusivos.

1. Los servicios prestados **exclusivamente** por las gestorías, por poseer el titular la condición de Gestor Administrativo son los relacionados con la Gestión del automóvil:

- Matriculaciones.
- Transferencias.
- Renovación de carnés, canje de carnés, carné internacional.
- Bajas por desguace.
- Cambios de domicilio.
- Tarjeta de transportes.
- Importaciones y exportaciones.
- Informes de Jefatura de tráfico.
- Gestión de multas; etc.

2. Los servicios prestados por ambas, pero con mayor peso en las gestorías son:

2.1 Asesoramiento laboral:

- Consultas verbales relacionadas con la empresa.
- Altas y bajas de trabajadores en la Seguridad Social.
- Confección de contratos y recibos para pago de salarios.
- Confección de finiquito por baja laboral.
- Estudio y confección de boletines de cotización al Régimen General de la Seguridad Social (TC1, TC2, TC2/I Bonificaciones de las cuotas de la Seguridad Social).
- Estudio y preparación de la documentación necesaria para solicitar la prestación por desempleo.

- Retenciones e ingresos a cuenta trimestrales por rendimientos del trabajo y resumen anual (Mod.110, 190).

2.2 Caza y pesca:

- Licencias de caza y pesca.
- Renovación de permisos de armas.
- Seguro de caza.

2.3 Náutica:

- Importaciones.
- Expedición de rol.
- Licencia de navegación.
- Cambio de motor.

3. Los servicios prestados por ambas, pero con mayor peso en las asesorías son los relacionados con asesoramiento integral de empresas:

FISCAL:

- Servicios fiscales para trabajadores autónomos y personas físicas.
- Confección de los pagos fraccionados del IRPF (Mod. 130,131).
- Confección del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) (Mod. 300, 390, 310, 370, etc.)
- Declaración Anual del Impuesto sobre Sociedades (Mod.201).
- Pagos Fraccionados a cuenta del Impuesto sobre Sociedades (Mod.202).
- Retenciones e Ingresos a Cuenta Trimestrales por rendimientos procedentes de arrendamientos urbanos y Resumen Anual de retenciones e Ingresos a Cuenta (Mod.115, 180).
- Declaraciones-Liquidaciones trimestrales del IGIC y Resumen Anual del IGIC (Mod.420, 425).
- Declaración Anual de Operaciones Mayores de 3.005,06 euros con terceras personas (Mod.347, 415).
- Consultas y aclaración de aspectos fiscales y contables.
- Representación ante inspecciones de la Delegación de Hacienda y Consejería de Economía.
- Confección del Modelo 347 de proveedores y clientes de más de 3.005,06 euros, Modelo 390, Modelo 391, Modelo 037, Modelo 845, Intrastat (Mod. Y4, Y5, etc.).

- Libros oficiales y fiscales de IRPF y de IVA.

CONTABLE:

- Teneduría de libros contables, preparación de cuentas, balances, informes financieros, etc., el asesoramiento contable para terceros y los servicios de asesoramiento fiscal y gestión para declaración de impuestos o gestión tributaria general. Los servicios (no jurídicos) de representación ante el fisco.
- Los servicios de auditoría contable para terceros y de los censores jurados de cuentas (se excluye la actividad de los Tribunales de Cuentas o la que realizan las administraciones públicas para sus fines).
- Mercantil: Las actividades de asesoramiento en estrategia empresarial (planificación estratégica, viabilidad, planificación de inversiones, etc.), en implantación de sistemas de gestión y en comercialización de productos, valoración de bienes de empresa y grupos.

JURÍDICO.

- Constitución de Sociedades (Certificación Negativa de Razón Social, tramitación ante Notario y Registro Mercantil de Escrituras de Constitución).
- Tramitación, publicación de anuncios en BOE, BORME, prensa nacional y regional.
- Análisis de riesgos.
- Información judicial.
- Confección del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
- Confección del Impuesto sobre Patrimonio.
- Requerimientos de la Agencia Tributaria.
- Inspecciones de Hacienda.

Por otra parte, cada vez es más común que las gestorías y las asesorías integren la tramitación de pólizas de seguros dentro de su cartera de productos, convirtiéndose así en agentes de alguna compañía aseguradora. Entre los más habituales encontramos:

- Vehículos
- Caza y pesca
- Hogar
- Jubilación
- Vida
- Enfermedad, etc.

5.2.2. Precio

¿Cómo fijo el precio de mis servicios?

Los precios por los servicios prestados se cobran por honorarios, que, según la Sentencia del Tribunal de Defensa de la Competencia, están liberalizados. No obstante, existe una relación de los servicios relacionados con precios orientativos del Colegio Oficial de Gestores Administrativos.

Según entrevistas realizadas, podemos decirte que la fijación de precios depende, en principio, del servicio que prestes, ya que no es lo mismo la realización de una declaración de la renta (servicio estacional) o una consulta esporádica, que prestar servicio de contabilidad o asesoramiento laboral y fiscal todo el año.

Dentro de los servicios prestados a las empresas también es difícil de cuantificar un precio homogéneo, ya que es distinto que el cliente vaya al despacho a entregar la documentación pertinente a que tú te desplaces a la empresa del cliente para prestarle allí el servicio y, dentro de esto, también hay que valorar el volumen de trabajo que supone cada empresa.

El cobro de los servicios realizados esporádicamente suele hacerse una vez que están realizados, aunque en ocasiones se solicita una provisión de fondos previa en concepto de depósito a cuenta del precio final para ir cubriendo los gastos. Para el resto de los servicios se suele pactar una iguala mensual o trimestral.

Además, debes tener en cuenta que hay un precio medio marcado por el mercado o tu competencia, por lo que es recomendable que conozcas los honorarios de las gestorías y asesorías de características similares a la tuya en la misma zona. Partiendo de esto tendrás que decidir si vas a estar por encima o por debajo del mismo, aunque no tienes que mantenerlo si ofreces algún tipo de diferenciación. En cualquier caso, el precio debe ser aquél que permita absorber los costes de la explotación, obtener un beneficio y ser razonable para la economía del cliente.

En el apartado 5.3.3. Previsión de Ingresos, puedes ver los precios medios estimados por la prestación de los servicios más comunes entre las gestorías y las asesorías.

5.2.3. Fuerza de ventas

¿Cómo se realiza la venta del servicio?

Parte de la venta del servicio la realizas en el contacto que tienes con el cliente en la labor comercial y la otra parte en la propia oficina, por lo que es importante el aspecto de la misma ya que es una forma de presentación al cliente. El trato personal y la confianza que inspires en el cliente van a ser determinantes a la hora de que este elija a uno u otro profesional, ya que el servicio que prestas es inmaterial, es decir, no apreciable objetivamente en una primera instancia.

A través de las entrevistas realizadas hemos observado que la mayoría de los empresarios resaltan que el trato personalizado, la seriedad y la formalidad

son factores de fidelización imprescindibles. También destacan que, lo más habitual es diversificar el trabajo a nivel oficina y especializar a nivel empresa, es decir, aunque en la oficina, a nivel interno, una empresa esté gestionada por varias personas, el trato con el cliente lo realiza siempre la misma, para enfatizar la imagen de trato personalizado.

No obstante y según manifiestan las empresas encuestadas, algunas veces es el cliente potencial quien realiza el primer contacto y esto es debido, sobre todo, a que la empresa ya ha conseguido una imagen en el mercado por su diferenciación y empieza a funcionar el *boca-oído*.

Sin embargo, y como en cualquier otro negocio de reciente creación, la labor comercial es fundamental para darse a conocer. Sobre todo, durante los primeros meses, el emprendedor deberá dedicar gran parte de su tiempo a visitar empresas con el fin de conseguir clientes y establecer acuerdos comerciales.

5.2.4. Promoción

¿Cómo puedo darme a conocer?

La totalidad de las gestorías entrevistadas señalaron que la mejor forma de promocionarte es situar la oficina en una zona de paso y darte a conocer a través de directorios comerciales pero, lo más importante es realizar un trabajo eficiente y riguroso, porque todos los propietarios de gestorías coinciden en que el boca-oído es una forma de publicidad muy efectiva, además de económica.

Una parte importante de la publicidad la aporta el propio Colegio Oficial de Gestores Administrativos, mediante su página web y directorios de sus colegiados. Además, lo primero que debes hacer es crear tu imagen corporativa poniendo el nombre en el rótulo o placa de entrada, en las tarjetas, en sobres, facturas, etc.; incluyendo la marca GA y tu número de colegiado. Después de esto ya puedes empezar a hacer publicidad en otros medios.

Como te comentamos anteriormente, en el local se realiza parte de la venta del servicio, por lo que acondicionarlo debidamente, cuidar la decoración y el mobiliario te va a proporcionar una imagen que enfatizará tu fuerza de ventas.

Entre las herramientas de promoción más habituales de las gestorías podemos citar los anuncios en directorios comerciales (Páginas Salmón, Páginas Amarillas, QDQ, etc.). Asimismo, es habitual dar uso a diversas herramientas de marketing digital, como página web, buscadores o Google adwords, por lo que Internet te va a aportar una serie de ventajas que deberás considerar: el coste es bajo, la empresa que se anuncia en Internet transmite una imagen de modernidad y puedes combinarlo perfectamente con otros medios para reforzar el impacto publicitario: prensa, mailing, tarjetas, etc.

Internet también puede utilizarse como elemento de fidelización ofreciendo un servicio de resolución de consultas sin necesidad de desplazamiento, boletines de información, etc.

Los empresarios entrevistados manifestaron que hicieron publicidad en prensa local con motivo de la apertura del negocio y que, en ocasiones, también aparecen en las páginas dedicadas a su profesión y en alguna revista especializada en economía.

5.3. Situación actual y previsiones para el futuro.

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LOS PRINCIPALES OBSTÁCULOS AL DESARROLLO DEL MERCADO.**
- > **LAS OPORTUNIDADES QUE SE PRESENTAN PARA POTENCIAR EL MERCADO.**
- > **LAS CAPACIDADES Y RECURSOS QUE CONSTITUYEN LAS PRINCIPALES VENTAJAS COMPETITIVAS DE LAS GESTORÍAS.**
- > **LOS ASPECTOS INTERNOS DE LAS EMPRESAS QUE LIMITAN, REDUCEN O FRENAN EL DESARROLLO DE SUS CAPACIDADES.**

El **Análisis DAFO** es una herramienta analítica que te permite conocer el entorno del mercado actual y previsiones futuras de la evolución de un negocio. A través del DAFO obtenemos una visión interna y externa de nuestra actividad respecto al mercado en el que vamos a operar. Además, facilita la toma de decisiones futuras de carácter estratégico.

Se basa en cuatro puntos fundamentales: en el **nivel externo** a la empresa, es decir, el entorno socioeconómico en el que opera, se analizan las posibilidades futuras de la empresa (Oportunidades) y hándicaps actuales y futuros (Amenazas). Por otro lado, en el **nivel interno** de la empresa existen ventajas competitivas (Fortalezas) y carencias esenciales (Debilidades).

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
> La legislación española y sus consecuencias	> Amplitud de servicios que puede ofrecer.
> Intrusismo de otros sectores profesionales	> Aplicación de tecnologías de la información por parte de la administración
> Tramitación telemática por otros profesionales	> Incremento de contactos
> Intermediación con elevadas comisiones	> Despacho de servicios integrales o especialización en alguna materia.
> Gran dependencia de otros organismos e instituciones	> Marketing online (abaratamiento de los costes de promoción)
> La existencia de la firma electrónica reconocida notarial (feren)	> Tendencia a externalizar servicios por parte de las empresas
	> Nuevos servicios a ofertar por cambios legales

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> > Imagen de prestigio y eficacia, respaldo del Colegio Oficial de Gestores Administrativos > Atención personalizada y conocimiento del producto. > Amplia variedad de servicios > Localización de la oficina > Precios competitivos, bajo coste de mano de obra 	<ul style="list-style-type: none"> > Confusión de términos: asesoría vs gestoría > Dificultad en realizar la cartera de clientes > Poco personal, posible carga de trabajo > Dificultad de hacerse un nombre entre las empresas ya existentes > Intangibilidad de los productos/ servicios

La primera amenaza para las Gestorías Administrativas es que dependen en gran medida de la legislación española, en algunos casos a favor y otros en contra.

Otro aspecto a tener en consideración es el alto grado de intrusismo en la tramitación administrativa por parte de otros sectores profesionales. Existe competencia entre gestorías, pero el problema real radica en la competencia ejercida por las asesorías y algunos bufetes de abogados incurriendo en un intrusismo sumergido que perjudica el buen ejercicio del gestor administrativo.

Durante los últimos años la simplificación de la declaración de la Renta; la labor de la Agencia Tributaria ayudando a cumplimentar a los contribuyentes personalmente, por teléfono o por Internet, o la dedicación de las entidades bancarias a hacer esta función a sus clientes ha provocado una pérdida de cuota de mercado en estos servicios. Aunque según las entrevistas realizadas, el área fiscal sigue siendo un importante elemento a favor de los gestores administrativos.

En los últimos años, la Administración ha evolucionado gracias a las Nuevas Tecnologías, para que los trámites se realicen por parte del administrado desde su propio domicilio, desde su trabajo o incluso desde cualquier terminal de ciber-café. Asimismo, los particulares pueden presentar ellos mismos escrituras u otros procedimientos administrativos, o delegar por poderes esta gestión siempre y cuando no se le asocie un cobro, en dicho caso, si el servicio es oneroso, sólo puede realizarlo el gestor.

La aplicación de las nuevas tecnologías y la implantación de la gestión telemática por parte de la Administración puede ser beneficioso o no, según el enfoque y estrategia que se adopte.

Según el Encuentro Nacional de Jóvenes Gestores Administrativos, la Firma Electrónica Reconocida Notarial (FEREN) supondrá el fin de la profesión de Gestor Administrativo en el ámbito de la tramitación de Escrituras Públicas, a menos que no busquen alianzas estratégicas entre ellos.

Las comisiones que solicitan tanto notarios como bancos, por las tramitaciones de sus clientes por parte de una gestoría administrativa, han alcanzado ya importantes cifras suponiendo en algunos casos el 50% del precio tarifa. Este

factor perjudica seriamente a las gestorías que están especializadas en esta clase de clientes.

Una **oportunidad** para la figura del gestor la encontraríamos en la amplitud de servicios que puede ofrecer.

En la actualidad, un buen gestor administrativo ya no es aquel profesional que sólo tramita papeles; debe también aportar ideas y soluciones que mejoren el funcionamiento de un proyecto personal o laboral. Por tanto, el valor del gestor se incrementa como la figura de confianza de sus clientes. Además, gracias a la diversidad de sus servicios, su cliente puede delegar sus gestiones en un único profesional, ahorrando así tiempo y dinero.

La informática también nos puede ayudar en este aspecto creando aplicaciones on-line que permitan conocer a nuestros clientes el estado de sus expedientes o la creación un servicio de consultas en áreas laborales o fiscales para que, por ejemplo, las pymes vayan preparando las declaraciones a lo largo del año.

El aumento de contactos con empresas y particulares posibilita la captación de clientes, la cual debe ser constante para cubrir las bajas producidas por las jubilaciones o cese de la actividad de sus clientes.

En la coyuntura actual, el Gestor Administrativo debería decidir su línea de trabajo mediante la especialización en una materia concreta o bien integrándose en un despacho para ofrecer asesoramiento y servicios integrales, aunque para un Gestor Administrativo que inicia su actividad empresarial es difícil absorber la demanda de un despacho integral. Esta es la razón por la que algunos profesionales deciden especializarse en una materia específica. Para tomar esta decisión se debe tener en cuenta la ubicación de nuestro negocio: una gran ciudad donde la especialización no perjudique el volumen de negocio.

Debido a los cambios tecnológicos y a la modernización de las empresas, el marketing online es una herramienta necesaria para promocionarse hoy en día, a partir del uso de páginas web, o buscadores así como de google adwords, para ganar ventaja frente a tus competidores.

Además, debido a la composición empresarial en España (principalmente PYMES), la mayoría de las empresas tienden a externalizar ciertos departamentos, de los cuales se encargan las gestorías.

Poco a poco se van creando más empresas de todo tipo y los emprendedores acuden a este servicio para facilitar así la realización de algunas tareas. Estos despachos ofrecen todos aquellos servicios de carácter profesional que necesita una PYME. La demanda actual de servicios es elevada, principalmente en el área fiscal, laboral y mercantil, lo que propicia más la constitución de este tipo de gestorías administrativas.

Los cambios legales que se producen, pueden convertirse en un producto más de la cartera de servicios para las gestorías administrativas, como la aplicación de la nueva ley de Prevención de Riesgos Laborales. La prevención debe ser coordinada dentro de la gestión de la empresa con el resto de actividades productivas. El gestor debe tomar parte en la gestión controlando los programas de seguridad e higiene en las empresas; establecer los contactos oportunos entre trabajadores y dirección de la empresa a fin de reconocer los peligros, poner en marcha las acciones correctivas y establecer métodos con el

fin de formar a los trabajadores sobre los programas, normativas y procedimientos de trabajo.

Uno de los **puntos débiles** de las gestorías administrativas es la confusión existente entre los clientes potenciales que genera el término "gestoría".

Este término se usa como palabra genérica que puede usarla cualquier profesional o entidad que 'gestiona'. Por contra, la expresión "gestoría administrativa" solamente puede usarla el despacho dirigido por un gestor administrativo. Para solventar esta confusión el Colegio Oficial de Gestores Administrativos ha creado una marca, que aglutina a todos los colegiados, para que puedan ser identificados y reconocidos de forma inmediata. La marca GA (Gestor Administrativo) junto con el número de colegiado, avala la profesionalidad y la calidad de los gestores administrativos.

Existe una dificultad en crear una cartera de clientes ya que casi todas las empresas mantienen su gestor administrativo inicial y no buscan cambiar.

A pesar de ser nombrado más adelante como un punto fuerte, el hecho de estar formadas generalmente por el gestor colegiado puede influir de manera negativa sobre el mismo, ya que puede verse abrumado por la cantidad de trabajo que debe manejar él solo.

Además, encontramos una fuerte barrera de entrada a la hora de hacerse un nombre entre las empresas ya existentes, por lo que se deberá hacer hincapié en la promoción al inicio de la actividad.

Cómo punto débil destacar que, al ser un producto intangible, al principio, no se puede apreciar la calidad de éste hasta que no se ha realizado.

En contraposición a esta debilidad contamos como **punto fuerte** con el prestigio y la garantía que ofrece el respaldo del Colegio Oficial de Gestores Administrativos y un seguro obligatorio de responsabilidad civil.

También se destaca como puntos fuertes la atención personalizada que se tiene de cada cliente y la gran variedad y amplios conocimientos de los servicios que se le ofrecen.

Una característica que puede resultar clave en el éxito de este negocio es la localización de la oficina, ya que puede influir en gran medida en la decisión del cliente a la hora de elegir una u otra.

Por último, debido al tamaño de las empresas (más del 60% no cuentan con ningún asalariado) encontramos mayor facilidad a la hora de ofrecer un precio competitivo influido por el bajo coste de la mano de obra.

5.4. Análisis económico-financiero

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

- > LA ESTIMACIÓN DE LAS INVERSIONES NECESARIAS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD.
- > LAS PARTIDAS DE GASTOS MÁS IMPORTANTES EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD
- > LA ESTRUCTURA DE LA CUENTA DE RESULTADOS.
- > LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN MÁS UTILIZADAS.

Este apartado te resultará especialmente relevante a la hora de evaluar de manera aproximada la inversión necesaria para iniciar tu actividad, así como los gastos que se derivan del mantenimiento del negocio. Básicamente podrás extraer las siguientes conclusiones:

- Las partidas de inversión más importantes corresponden a la adquisición del mobiliario, los equipos informáticos y el acondicionamiento del local.
- Las vías de financiación suelen ser la autofinanciación y la financiación ajena (bancos y/o subvenciones oficiales).
- Las partidas de gastos más importantes son, normalmente, el gasto de personal y el arrendamiento del local.
- Conviene que dispongas de una cartera diversificada con el fin de que sufras lo menos posible las oscilaciones derivadas de la estacionalidad.

5.4.1. Inversiones

¿Qué desembolso tengo que hacer para iniciar la actividad?

En este apartado se recogen las partidas mínimas necesarias para poder iniciar la actividad: acondicionamiento del local en el que se configurará el emplazamiento de tu gestoría, mobiliario diverso y equipos informáticos para poder desempeñar tu actividad.

A continuación, te mostramos las principales partidas de inversión necesarias para abrir una gestoría en un local en régimen de alquiler de 80 m².

Cuadro 9: Inversión mínima estimada necesaria (euros).

CONCEPTO	IMPORTE
Mobiliario	5.000
Equipos informáticos	3.000
Aplicaciones informáticas	1.200
Acondicionamiento del local	15.500
Gastos de puesta en marcha	600
Total	25.300

Fuente: Elaboración propia a través de entrevistas

En la partida de mobiliario incluimos la cantidad necesaria para adquirir tres puestos de trabajo y equipar la oficina (mesas, sillas, cajones, estanterías y armarios).

Dentro de los equipos informáticos incluimos el precio de adquisición de tres equipos informáticos, impresora y otros periféricos. En aplicaciones informáticas incluimos, el software necesario para empezar con la actividad básica de una gestoría.

La partida de acondicionamiento del local sufragaría los gastos necesarios para adecuar el local arrendado a la actividad que en él se va a desarrollar, por tanto, incluiríamos el alta del agua, luz y teléfono, cableado de red, centralita del teléfono, pintura, aire acondicionado y otros. Según las entrevistas realizadas, la mayoría de los establecimientos se ubican en locales en régimen de arrendamiento, por lo que la partida de alquiler la llevamos al epígrafe siguiente como gasto fijo. De todas formas, si optas por la compra del mismo, deberás incluir el importe en las inversiones a realizar.

Dentro de los gastos de puesta en marcha se incluyen los importes correspondientes a la formalización de la Sociedad (notario, inscripción, etc.).

5.4.2. Gastos

¿Cuáles son los gastos anuales medios de la actividad?

Por gastos entendemos los *desembolsos* necesarios para el ejercicio de la actividad. Es posible que durante un tiempo los ingresos sean nulos o escasos y difícilmente compensen los gastos. Conviene que realices un ejercicio de previsión sobre el número de meses que puede producirse la situación anterior y, en consecuencia, contar con fuentes de financiación suficientes para afrontar el desfase económico temporal entre los ingresos y los gastos.

A continuación, representamos una tabla con los gastos fijos mínimos aproximados que tiene una gestoría en la que trabajan un emprendedor y dos empleados a jornada completa.

Cuadro 10: Gastos fijos estimados anuales (euros).

CONCEPTO	IMPORTE
Gastos de personal (Sueldo + SS)	48.319
Arrendamiento del local	6.547
Mantenimiento y reparaciones	1.000
*Suministros	1.080
**Comunicaciones	3.204
Material bibliográfico	1.200
Seguros	2.400
***Servicios exteriores	2.080
Amortizaciones (1)	5.245
Gastos financieros	885
Publicidad	720
Material de oficina	1.800
Total	74.481

**Incluye luz y agua*

***Teléfono, fax e Internet*

****Limpieza y prevención de riesgos laborales*

Fuente: Elaboración propia mediante entrevistas.

El volumen de estas partidas es orientativo y se puede ver incrementado o disminuido en función del tipo de empresa que vayas a montar. Como es lógico, el alquiler del local es distinto dependiendo de la zona de la ciudad donde te ubiques, un precio medio de alquiler estimado en una zona céntrica oscila entre 6-10 euros el metro cuadrado.

Para estimar los gastos de personal hemos considerado catorce pagas al año para una plantilla formada por:

- un emprendedor con un sueldo de 1.000 euros brutos/mes.
- un contable a jornada completa con un sueldo de 950 euros brutos/mes.
- un auxiliar administrativo con un sueldo de 645 euros brutos/mes.

Hemos tomado como referencia los sueldos que aparecen en los convenios de oficinas y despachos de Valencia, Castellón y Alicante ajustado al precio de mercado.

El importe que resta para alcanzar el gasto estimado en el cuadro corresponde a la Seguridad Social.

En el epígrafe de mantenimiento y reparación incluimos además los gastos necesarios para el mantenimiento de los tres ordenadores.

Dentro de la partida de suministros hemos calculado un gasto en luz de 54 euros/mes, agua 36 euros/mes y en la partida de comunicaciones incluimos teléfono, fax e Internet con un importe de 267 euros al mes. Estos gastos los

hemos añadido en la partida de fijos, aunque son en realidad mixtos, ya que tienen una parte fija y otra variable.

Dentro de gastos financieros incluimos los intereses de un préstamo bancario solicitado para financiar el 60 % de la inversión (15.180 euros). Este préstamo se solicita a cuatro años a un tipo de interés del 6,5 %.

La partida de servicios exteriores incluye el importe que supone la contratación de una empresa de limpieza (140 euros/mes), y la prevención de riesgos laborales (400 euros/anuales).

En el apartado de material bibliográfico se incluye el importe necesario para la suscripción y compra de material de consulta y sus actualizaciones.

(1) La partida de amortización se obtiene de aplicar el siguiente criterio:

-Gastos de puesta en marcha: 5 años.(600/5= 120)

-Mobiliario: 10 años.(5000/10=500)

-Equipos informática y acondicionamiento del local: 4 años.(18.500/4= 4.625)

En el apartado de gastos de publicidad aparece el realizado en acciones de marketing directo y el gasto en publicidad en prensa y revistas. Los colegiados tienen que ir al Colegio de Gestores Administrativos para que les aprueben el contenido de los mensajes publicitarios.

El epígrafe de material de oficina hace referencia a los gastos en la adquisición de bolígrafos, folios, grapadoras, tóner y otros.

No hemos incluido el importe de las cuotas de colegiación porque es poco significativo y porque varía de una provincia a otra. A título orientativo podemos decirte que la cuota del Colegio Oficial de Gestores Administrativos de Valencia es de 30 euros al trimestre más un canon de 32 euros.

En el Colegio de Economistas de Valencia se realiza un pago trimestral que consta de una derrama de 50 euros y una cuota general de 42 euros.

El Colegio Oficial de Graduados Sociales de Castellón establece una cuota de inscripción de 543,93 euros más un pago trimestral de 100 euros. El colegio da la facilidad de poder pagar la cuota de inscripción en cuatro plazos que se sumarían a la trimestral.

5.4.3. Previsión de ingresos

¿Cómo puedo realizar una previsión de ventas?

La forma más sencilla de realizar un cálculo aproximado de las ventas que vas a tener es a través del número de servicios prestados. Si manejas unas cifras medias en cuanto a precios y número de servicios, podrás obtener un valor aproximado de tu cifra de ventas.

Para calcular la facturación anual deberás tener en cuenta la distinción entre los servicios principales que prestas y los servicios secundarios, el precio medio que cobras por cada uno de esos servicios y el número medio de servicios de esa clase que prestas al año. La realización de estos cálculos te proporciona la estimación de ingresos anuales.

A continuación, te mostramos un ejemplo de previsión de ingresos para la gestoría tipo seleccionada. Hay una parte de servicios que son específicos de las gestorías y otros que son comunes con las asesorías, aunque tienen menos peso específico en la previsión de ingresos.

	PRECIO MEDIO MENSUAL (*)	PRECIO MEDIO ANUAL	TOTAL SERVICIOS/ AÑO	TOTAL
PRINCIPALES				
PRESTADOS EN LA OFICINA				
Empresas tipo A	200	2.400	5	12.000
Empresas tipo B	70,35	844,20	17	14.351
Empresas tipo C	37,60	451,20	11	4.963
	PRECIO MEDIO UNITARIO (**)		TOTAL SERVICIOS/AÑO	
Nóminas y boletines de cotización (**)	76,10		150	11.415

	PRECIO MEDIO UNITARIO (**)	TOTAL SERVICIOS/AÑO	TOTAL
Matriculaciones y transferencias	80	160	12.800
Autorizaciones/permisos de transporte	75	22	1.650
Gestiones varias (certificados, duplicados, formularios, solicitudes, etc.)	30	50	1.500
Prestados en la empresa del cliente	180	20	3.600
			62.279

(*) Precio medio mensual para una empresa con cinco trabajadores

	PRECIO MEDIO UNITARIO (**)	TOTAL SERVICIOS/ AÑO	TOTAL
SECUNDARIOS			
PRESTADOS EN LA OFICINA			
Servicios relacionados con el IRPF	50	350	17.500,00

(**) Precios estimados en función de las entrevistas realizadas y consultas a los colegios Profesionales.

Dentro de los servicios principales hacemos una primera distinción según se presten en la propia oficina o en la del cliente. Hay empresas que, ya sea por

volumen de facturación, de movimientos o porque les hace falta tener todo el papeleo a mano, prefieren que se preste el servicio en sus propias oficinas.

Un segundo desglose lo hacemos según el volumen de trabajo que suponga cada empresa. Así tenemos:

- Empresa tipo C: Empresas a las que sólo se le efectúan las liquidaciones de impuestos (normalmente de forma trimestral).
- Empresa tipo B: Autónomos o empresas con poco volumen de facturación y movimientos a las que se les presta servicio contable, fiscal y laboral.
- Empresa tipo A: Empresas a las que se les presta servicio contable, fiscal y laboral y generan un mayor volumen de facturación y movimientos.

Dentro de los servicios secundarios consideramos todos los relacionados con las declaraciones de la renta, ya que son puntuales y se concentran en una época determinada.

Dentro de los servicios principales prestados en la oficina, puedes observar que una parte importante de los ingresos proviene del asesoramiento laboral, que se presta a empresas que externalizan esta función por el coste que supondría para ellas la gestión de nóminas. En este servicio, el decreto de concurrencia con la titulación de Relaciones Laborales proporciona a los Gestores Administrativos una ventaja frente a los asesores.

Para estimar el precio medio mensual de apartado nóminas y boletines de cotización se ha considerado que se le presta este servicio a empresas con una plantilla media de cinco trabajadores.

Sumando las cantidades obtenidas de los servicios primarios y secundarios tendríamos que la previsión de ingresos anuales de la gestoría tipo es:

$$62.279 + 17.500 = 79.779 \text{ euros}$$

En el siguiente apartado te mostramos como sería la cuenta de resultados para estos ingresos.

5.4.4. Estructura de la cuenta de resultados

¿Cómo determino el beneficio de la actividad?

A continuación, te presentamos una sencilla cuenta de explotación donde se registran los ingresos y gastos de la actividad. A este resultado habrá que deducirle el correspondiente impuesto.

Cuadro 11: Estructura de la cuenta de resultados, ejemplo propuesto (euros).

INGRESOS	79.779
Ventas	79.779
TOTAL GASTOS FIJOS	74.481
Gastos de personal (Sueldo + SS)	48.319
Arrendamiento del local	6.547
Mantenimiento y reparaciones	1.000
Suministros	1.080
Comunicaciones	3.204
Material bibliográfico	1.200
Seguros	2.400
Servicios exteriores	2.080
Amortizaciones	5.245
Gastos financieros	885
Publicidad	720
Material de oficina	1.800
RESULTADO BRUTO DE LA EXPLOTACIÓN	5.298
% SOBRE EL VOLUMEN DE VENTAS	6,64

Fuente: Elaboración propia a través de entrevistas

5.4.5. Financiación

¿Qué alternativas tengo para obtener el dinero que necesito?

Generalmente, la estructura financiera se apoya en aportaciones de capital propias y en la financiación ajena.

En este supuesto, hemos considerado que los fondos propios representan el 40% y los ajenos el 60%. En este caso, el préstamo de la financiación ajena se concede a un tipo de interés del 6,5% y un plazo de amortización de 4 años. En total hemos calculado que la cantidad solicitada a la entidad financiera es de 15.180 euros. Lógicamente, en caso de realizar otro planteamiento, el importe podría variar significativamente.

Según entrevistas realizadas, las empresas que consiguen alguna subvención tienen el siguiente reparto de fondos: capital propio 40%, préstamos 50% y subvenciones el 10%.

Por último, debes recordar que, si tienes acceso a alguna subvención, éstas no se perciben en el momento de la solicitud, sino que lo normal es que se demoren en el tiempo. Por ello, debes prever ese desfase temporal entre el pago de las inversiones y el cobro de la subvención, ya que es probable que tengas que hacer frente a intereses derivados de un posible crédito bancario.

5.5. Recursos humanos

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

- > **EL PERFIL PROFESIONAL REQUERIDO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**
- > **LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y LOS SERVICIOS EXTERIORES MÁS HABITUALES.**
- > **EL CONVENIO COLECTIVO APLICABLE A LA ACTIVIDAD QUE CONSTITUYE LA NORMA BASE PARA LA REGULACIÓN DE LA RELACIÓN EMPRESA TRABAJADOR (SALARIO, JORNADAS, VACACIONES, ETC.).**

Las principales conclusiones que podrás obtener con la lectura del presente apartado se resumen a continuación:

- **Los perfiles de gestores más frecuentes que se suelen encontrar en las gestorías son licenciados en derecho y económicas.**
- **En esta actividad, la realización de cursos de reciclaje y especialización es básica para afianzarse en el sector. La formación se llega a considerar como una ventaja competitiva.**
- **La regulación laboral atiende a los distintos convenios colectivos de oficinas y despachos profesionales que están vigentes en las distintas provincias valencianas.**

5.5.1. Perfil profesional

¿Qué cualidades debe tener el responsable de la actividad?

¿Cuál es el perfil de los empleados?

Desde el punto de vista de los factores productivos, una de las características básicas de estas empresas es precisamente la elevada importancia que el empleo representa en su desarrollo, de tal manera que el sector de las gestorías es claramente intensivo en mano de obra. El carácter intangible del servicio ofrecido y su fuerte vinculación con el conocimiento ocasionan que las empresas del sector ofrezcan servicios con una elevada cualificación y comprometidos con las nuevas tecnologías, lo que implica que el nivel de formación de sus profesionales adquiera un valor estratégico fundamental en el desarrollo de la actividad.

La cualificación profesional está ligada directamente al adecuado aprovechamiento de las nuevas estructuras tecnológicas implantadas en las

empresas, ya que la incorporación de los nuevos equipos, los nuevos procesos y, en definitiva, las nuevas tecnologías deben ir acompañadas a su vez de la capacidad de los profesionales, no ya sólo para utilizarlas adecuadamente sino también para transmitir estos conocimientos.

Este fenómeno es extensible a todos los niveles de la empresa (gestión, administración, comercialización, planificación, etc.) de forma que la mejora de la cualificación profesional y la formación dentro de la empresa se deben concebir desde un punto de vista integral.

Asimismo, la rapidez con la que evolucionan las tecnologías de la información y la comunicación, los nuevos métodos de organización, etc. obligan a un reciclaje continuo y permanente de estos profesionales. Cada vez son más las empresas que consideran una ventaja competitiva el aprendizaje y la formación, por este motivo es mayor el interés de las empresas por los cursos de reciclaje, relacionados con los idiomas, la ofimática y los cursos específicos relacionados con el propio desarrollo de la actividad profesional.

Los frecuentes cambios en la legislación financiera y la importancia que están adquiriendo las nuevas tecnologías en la comunicación (la banca electrónica, el uso de Internet para la realización de gestiones con Hacienda Pública, etc.) son el claro ejemplo de lo anteriormente expuesto.

Desde el punto del perfil profesional adecuado podemos decir que, para la creación de una gestoría, el emprendedor debe tener una preparación adecuada al servicio que presta. Esta preparación puede obtenerse a través de una titulación universitaria o a través de cursos de especialización en la materia. A su vez, según el Estatuto Orgánico de la Profesión de Gestor Administrativo, los Gestores Administrativos podrán designar libremente a sus empleados auxiliares, que deberán reunir los requisitos exigidos por la legislación laboral general y especial que les sea aplicable, que no estén comprendidos en ninguna de las incompatibilidades establecidas para los Gestores Administrativos. De igual forma a los empleados de los Gestores Administrativos, y a petición de estos últimos, se expedirá por los Colegios respectivos una acreditación que certifique su condición.

Como comentamos en el apartado 2. Descripción de la Actividad y Perfil de la Empresa-tipo, los requisitos necesarios para adquirir la condición de Gestor Administrativo son:

- Ser español o extranjero residente en España de un país que conceda reciprocidad de títulos y categorías.
- Ser mayor de edad.
- No haber sido condenado a penas que inhabiliten para el ejercicio de funciones públicas.
- Acreditar por medio de certificación del Consejo General de Colegios que en sus archivos no constan antecedentes desfavorables.
- Estar en posesión de alguno de los siguientes títulos académicos:
 - Licenciado en Derecho.
 - Licenciado en Ciencias Económicas.

- Licenciado en Ciencias Empresariales.
 - Licenciado en Ciencias Políticas.
 - Graduado en Derecho.
 - Graduado en Economía.
 - Graduado en Administración y Dirección de Empresas.
 - Graduado en Ciencias Políticas.
 - Máster universitario de la rama de conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas.
- Superar las pruebas de aptitud que se exijan.
 - Estar dado de alta en los impuestos que correspondan a la profesión de Gestor Administrativo.
 - Constituir la fianza que corresponda de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 del Estatuto Orgánico de la Profesión de Gestor Administrativo.
 - Estar incorporado a un Colegio Oficial de Gestores Administrativos y haber satisfecho los gastos de incorporación a dicho colegio y los de expedición del título profesional.

5.5.2. Estructura organizativa

¿Cómo debe estar organizada la empresa?

La estructura organizativa de una gestoría puede ser muy variada, desde los casos en los que sólo existe una persona, el titular, hasta los casos de grandes empresas que se constituyen en sociedad y tienen numerosos empleados distribuidos por departamentos especializados.

El modelo que se considera empresa-tipo es el compuesto por 1 emprendedor que además del trabajo propio de la gestoría realiza las funciones comerciales y de gerencia, un contable, preferentemente titulado, y un empleado que desempeñe las funciones de administrativo.

Por lo general, la figura jurídica de este tipo de empresas suele ser la de empresario individual. En el caso de gestorías integrales, donde intervienen dos o tres socios especializados en diferentes áreas, la figura jurídica sería la sociedad (limitada, limitada laboral o Comunitat de bienes).

5.5.3. Servicios exteriores

¿Qué funciones se delegan a empresas externas?

Las gestorías no suelen delegar funciones en empresas externas, porque suelen ser ellos mismos los que se encargan de todas las actividades necesarias para el desarrollo de su trabajo.

Según entrevistas realizadas, en pro de un servicio integral, se suelen subcontratar aquellos trámites que requieran un alto grado de especialización y aquellas tramitaciones que se realizan fuera de la Comunitat Valenciana.

Del mismo modo, es habitual que se subcontraten otro tipo de servicios como la limpieza de la oficina, que se deja en mano de empresas especializadas.

5.5.4. Convenios colectivos aplicables

¿Existe algún colectivo específico que regule esta actividad en materia laboral?

La regulación de las gestorías en materia laboral se rige por los distintos convenios de oficinas pactados en las diferentes provincias valencianas. A continuación, te informamos de los convenios vigentes actualmente:

- Resolución de 29 de febrero de 2016, de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, por la que se dispone el registro, depósito y publicación del Convenio colectivo del sector de oficinas y despachos de la provincia de Valencia, para los años 2015 y 2016
- Resolución de fecha 10 de noviembre de 2016, de la Dirección Territorial de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de Valencia, por la que se dispone el registro, depósito y publicación del acta de la comisión negociadora que prorroga para 2017 el convenio colectivo de trabajo del sector de Oficinas y Despachos de la provincia de Valencia.

6. VARIOS.

6.1. Regímenes fiscales preferentes

El régimen fiscal a aplicar va a depender, en un primer momento, de la condición jurídica adoptada por la empresa:

- Las empresas con forma de sociedad declaran sus resultados en un impuesto específico, el Impuesto sobre Sociedades (IS).
- Los empresarios individuales declaran los resultados del negocio en su Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
- Sabemos que, en este segundo caso, el cálculo del resultado empresarial puede realizarse de tres maneras:
- Estimación Directa Simplificada, cuando el importe neto de la cifra de negocios sea igual o inferior a 600.000,00 €.
- Estimación Directa Normal, cuando el importe neto de la cifra de negocios sea mayor que 600.000,00 €.
- Estimación Objetiva, como resultado de la aplicación de unos módulos determinados.

Según consulta realizada a la Agencia Tributaria, esta actividad no puede acogerse al régimen de la estimación objetiva del IRPF y, en lo que respecta al IVA, Hacienda te incluye automáticamente dentro del Régimen General.

6.2. Normas sectoriales de aplicación

Durante la elaboración de esta Guía no hemos detectado legislación que afecte a los distintos aspectos de la actividad de asesoría, ni a través de las fuentes secundarias ni de las entrevistas realizadas. La desregularización que sufre el sector de las asesorías es una de las causas que nombraron todos los empresarios entrevistados a la hora de destacar el grado de competencia e intrusismo que existe en el mercado. Por ello, vamos a reflejar una relación de Códigos Deontológicos, Estatutos y Reglamentos que afectan a los profesionales que suelen ejercer en este sector:

- Estatuto Orgánico de la Profesión de Gestor Administrativo, aprobado por Decreto 424/1963, de 1 de marzo.
- Decreto 226/1965, de 11 de febrero, por el que se modifica el Decreto 424/1963, de 1 de marzo, por el que se aprobó el Estatuto Orgánico de la profesión de Gestor administrativo
- Estatuto General de la Abogacía.
- Estatuto Profesional de Economistas.
- Código Deontológico de los Economistas.
- Reglamento del Registro de Economistas Asesores Fiscales (REAF).
- Estatuto y Reglamento de la profesión de Gestor Administrativo.
- Reglamento del registro de Economistas Auditores.

A continuación, te mostramos la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y algunas normas posteriores que la desarrollan, aunque debes comprobar si existe alguna normativa especial aplicable a tu actividad:

- Ley de Prevención de Riesgos Laborales 31/1995, de 8 de noviembre.
- RD 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención. Ha sido sometida a diversas modificaciones que pueden ser encontradas en el BOE.
- RD 486/1997, de 14 de abril por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
- -RD 485/1997, de 14 de abril sobre disposiciones mínimas en materia de señalización de seguridad y salud en el trabajo.
- RD 2177/1996, de 4 de octubre por el que se aprueba la Norma Básica de Edificación "NBE-CPI/96: Condiciones de protección contra incendios de los edificios".
- Corrección de erratas del Real Decreto 2177/1996, de 4 de octubre, por el que se aprueba la norma básica de la edificación «NBE-CPI/96: Condiciones de protección contra incendios en los edificios».

Asimismo, en función del número de trabajadores, la ley puede obligarte a contratar un servicio de Prevención de Riesgos Laborales.

6.3. Ayudas

Existe la posibilidad de obtener diferentes ayudas para la puesta en marcha de tu negocio. Así, una vez que hayas definido totalmente tu Plan de Empresa, podrás analizar las posibilidades existentes y desechar aquellas que no sean útiles para tus necesidades o que sean incompatibles entre sí.

En el ámbito del empleo, las ayudas provienen, principalmente, de la Conselleria de Educación, Formación y Empleo y el Servef. En este momento el catálogo de ayudas para el empleo son las siguientes:

- Subvenciones destinadas a la integración sociolaboral de trabajadores y trabajadoras en situación o riesgo de exclusión social en empresas de inserción y en empresas ordinarias de trabajo 2017.
- Programa de fomento del desarrollo local.
- Programa de subvenciones de empleo destinadas a la contratación de personas jóvenes por entidades locales, en el marco del sistema nacional de garantía juvenil, para el ejercicio 2017.
- Programa de subvenciones destinada a la contratación de personas jóvenes cualificadas por entidades locales, en el marco del sistema nacional de garantía juvenil.
- Ayudas a la contratación indefinida inicial de personas jóvenes cualificadas. avalem joves - garantía juvenil.
- Subvenciones destinadas a fomentar los acuerdos territoriales en materia de ocupación y desarrollo local en la comunidad valenciana.
- Unidades de apoyo a la actividad profesional 2017.
- Programa de ayudas destinadas a favorecer el acceso al mercado de trabajo de los siguientes colectivos vulnerables: personas con diversidad funcional o enfermedad mental.
- Programa de ayudas destinadas a favorecer el acceso al mercado de trabajo de los siguientes colectivos vulnerables: personas en situación o riesgo de exclusión social, personas desempleadas de larga duración mayores de 45 años, personas desempleadas de muy larga duración, personas mayores de 50 años.
- Subvenciones destinadas a financiar el mantenimiento de los agentes de empleo y desarrollo local, en el ejercicio 2017.
- Ayudas destinadas a favorecer el acceso al mercado de trabajo de los siguientes colectivos vulnerables: personas en situación o riesgo de exclusión social, personas desempleadas de larga duración mayores de 45 años, personas desempleadas de muy larga duración, personas mayores de 50 años.
- Ayudas a la contratación indefinida inicial de jóvenes. avalem joves - garantía juvenil- 2016.
- Subvención especial para trabajadores de sintel afectados por eres 76/2000 y 25/2001.

Puedes consultar el catálogo vigente en cada momento a través del siguiente enlace: <http://www.servef.gva.es/fomentoocupacion>

Además de estas ayudas, tanto la Generalitat Valenciana, especialmente a través de la Conselleria de Economía, Industria y Comercio y de la Conselleria de Turismo, Cultura y Deporte, como otras administraciones públicas ofrecen distintos tipos de ayudas a los emprendedores. A través de la web (<http://partnersconsulting.es/>) puedes informarte sobre las ayudas que se ofrecen en distintos ámbitos (regional, nacional y europeo). Si buscas financiación, a través del siguiente portal puedes acceder a información sobre las ayudas disponibles: (<http://www.pymefinance.es>).

Además de todas estas ayudas puedes acudir al agente de desarrollo local de tu ayuntamiento donde puedes obtener las ayudas para emprendedores a nivel municipal y las provenientes de planes europeos, así como dirigirte a la Cámara de Comercio, donde también te pueden informar sobre las mismas.

6.4. Organismos

6.4.1. Organismos oficiales

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Delegación Especial de la A.E.A.T. de Valencia

Guillén de Castro, 4

Tel.: 96 310 32 00

Delegación de la A.E.A.T. de Castellón

Pza. de Ribalta, 12

Tel.: 96 434 17 60

Delegación de la A.E.A.T. de Alicante

Pza. de la Montañeta, 8

Tel.: 96 514 97 00

E-mail: portal@mineco.es

Web: www.mineco.es

INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE CUENTAS (ICAC)

C/ Huertas, 26

28014 Madrid

Tel.: 91 389 56 00 (centralita)

Fax: 91 389 56 92

E-mail: roac@icac.mineco.es

Web: www.icac.meh.es

CONSELLERIA DE HACIENDA Y MODELO ECONÓMICO

Carrer de Gregori Gea, 14

46003 Valencia

Tel.: 96 386 60 00

Fax: 96 386 54 47

Web: www.gva.es/c_economia/web/html/home_c.htm

6.4.2. Asociaciones profesionales

COLEGIO DE ECONOMISTAS DE VALENCIA

C/ de Martí, 4

46005 Valencia

Tel.: 96 352 98 69

Fax: 96 352 86 40

E-mail: coev@coev.com

Web: www.coev.com

COLEGIO DE ECONOMISTAS DE ALICANTE

C/ San Isidro, 5-pta. 1ªE

03002 Alicante

Tel.: 96 514 08 87 - 98

Fax: 96 521 55 16

E-mail: colegioalicante@economistas.org

Web: <http://www.economistasalicante.com/>

COLEGIO DE ECONOMISTAS DE CASTELLÓN

Av. Lidón, 40 bajo
12003 Castellón
Tel.: 96 422 70 07
Fax: 96 426 08 89
E-mail: colegiocastellon@economistas.org
Web: http://economistascastellon.com/600000_es/Inicio/

COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE ALICANTE

C/ García Morato, 18
03004 Alicante
Tel.: 96 521 88 22 - 521 89 38
Fax: 96 520 47 21
E-mail: alicante@gestores.net
Web: <http://www.gestoresalicante.org/>

COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE VALENCIA

C/ Poeta Quintana, 1
46003 Valencia
Tel.: 96 352 37 18 - 351 16 68
Fax: 96 394 03 60
E-mail: caval@gestores.net
Web: www.gestores.net

DELEGACION PROVINCIAL COLEGIO GESTORES ADMINISTRATIVOS DE VALENCIA

Rda Mijares. 1
12002 Castellón
Tel.: 96 421 16 74
E-mail: delegacionsc@terra.es

CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS OFICIALES DE GRADUADOS SOCIALES DE ESPAÑA

C/ Rafael Calvo, 7 Bajo
28012 Madrid
Tel.: 90 215 20 18
Fax: 91 448 85 71
E-mail: info@graduadosocial.com
Web: www graduadosocial.org

COLEGIO DE GRADUADOS SOCIALES DE ALICANTE

C/ Serrano, 5- 1º B
03003 Alicante
Tel.: 96 512 49 08
Fax: 96 512 42 51
E-mail: alicante@graduadosocial.com
Patina web: www.consultor.com

EXCMO. COLEGIO DE GRADUADOS SOCIALES DE CASTELLÓN

C/ Poeta Verdaguer, 26 Entresuelo
12002 Castellón
Tel.: 96 421 10 39
Fax: 96 424 11 46
E-mail: admin@graduatsocial.net
Web: www graduatsocial.es

EXCMO. COLEGIO OFICIAL GRADUADOS SOCIALES VALENCIA

C/ Grabador Esteve, 4 - 1ª
46004 Valencia
Tel.: 96 352 95 00
E-mail: colegio@cograsova.es
Web: www.cograsova.es

COLEGIO OFICIAL DEL TRABAJO SOCIAL DE VALENCIA

Franco Tormo, 3 - Bj. Izq.
46007 Valencia
Tel.: 96 395 24 10
E-Mail: valencia@cgtrabajosocial.es

CONSEJO GENERAL DE LA ABOGACÍA ESPAÑOLA (CGAE)

C/ Paseo de Recoletos, 13.
28004 Madrid.
Tel.: 91 523 25 93
Fax: 91 532 78 36
E-mail: informacion@abogacia.es
Web: www.abogacia.es

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE ALCOY

Alberola, 36, Bajo.
03007 Alicante
Tel.: 96 514 51 80
Fax: 965 20 07 88
E-mail: colegio@icali.es

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE ALICANTE

C/ Gravina, 4-2º
03002 Alicante
Tel.: 96 514 51 80
Fax: 96 520 07 88
E-mail: colegio@icali.es
Web: www.icali.es

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE ELCHE

C/ Mestre Alfred Javaloyes, 8
03202 Elche (Alicante)
Tel.: 96 545 59 16
Fax: 96 545 66 37
E-mail: colegio@icae.es
Web: www.icae.es

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE ORIHUELA

C/ Togores, 4
03300 Orihuela (Alicante)
Tel.: 96 674 49 49
E-mail: secretaria@icaorihuela.com / info@icaorihuela.com
Web: <http://icaorihuela.com/>

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE ALZIRA

C/Plaza del sufragio, 9-2ªplanta
46000 Alzira (Valencia)
Tel.: 96 240 11 81
Fax: 96 240 11 81
E-mail: colegio@icaalzira.com
Web: www.icaalzira.com

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE SUECA

Plaça del convent nº1
46410 Sueca (Valencia)
Tel.: 96 170 45 83
E-mail: info@icasueca.com
Web: icasueca.es

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE VALENCIA

Plaza Tetuán, 16
46003 Valencia
Tel.: 96 394 18 80
E-mail: icav@icav.es
Web: www.icav.es

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE CASTELLÓN

C/ Temprano, 15
12002 Castellón
Tel.: 96 422 4798
Fax: 96 423 94 51
E-mail: icacs@icacs.com
Web: www.icacs.com

CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS DE ECONOMISTAS DE ESPAÑA

C/ Nicasio Gallego
28001 Madrid
Tel.: 91 432 26 70
E-mail: consejogeneral@economistas.org
Web: www.economistas.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (AECA)

C/ Rafael Bergamín, 16-B
28043 Madrid
Tel.: 91 547 37 56 – 547 44 65
E-mail: info@aeca.es
Web: www.aeca.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ASESORES FICALES (AEDAF)

C/ Claudio Coello, 106-6ºdcha
28006 Madrid
Tel.: 91 532 51 54
Fax: 91 532 37 94
E-mail: sedecentral@aedaf.es
Web: www.aedaf.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE CONSULTORÍA (AEC)

C/ del Monte Esquinza, 24. 2ºB
28010 Madrid
Tel.: 91 308 01 61
E-mail: consultoras@consultoras.org
Web: www.consultoras.org

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FINANZAS (AEFIN)

C/ Rosario Pino, 8, 10ºA
28013 Madrid
Tel.: 91 369 14 83
Fax: 91 369 14 83
E-mail: aefin@aefin.es
Web: www.aefin.es

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE EXPERTOS CONTABLES Y TRIBUTARIOS DE ESPAÑA (AECE)

C/ del Rosselló, 41
08029 Barcelona
Tel.: 90 243 07 00
E-mail: info@aece.es
Web: www.aece.es

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES (CEOE)

C/ Diego de León, 50
28006 Madrid
Tel.: 91 566 34 00
E-mail: ceoe@ceoe.es
Web: www.ceoe.es

6.4.3. Centros de estudios

A continuación, te ofrecemos una relación de algunos de los centros de la Comunitat Valenciana donde se pueden cursar estudios relacionados con tu actividad:

1. Institutos que imparten Ciclos Formativos.

Dentro de la familia formativa de Administración se imparten los ciclos formativos de Gestión Administrativa y Secretariado y Administración y Finanzas que pueden resultarte de interés. A continuación, puedes ver la Web en la que podrás consultar estos ciclos y donde se imparte esta formación: <http://www.edu.gva.es/eva/val/ivqp/ivqp.htm>

2. Universidades que imparten títulos universitarios.

Grado en Derecho, grado en Ciencias Económicas, grado en Economía, grado en Administración y Dirección de Empresas y grado en Ciencias Políticas. En la Comunitat Valenciana existen varias universidades que están impartiendo actualmente estas opciones. Para obtener más información al respecto, puedes consultar la Guía de Estudios Universitarios de la Conselleria de Educación, Formación y Empleo: www.edu.gva.es/univ/es/guia_estudios.htm

UNIVERSIDAD DE ALICANTE
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Carretera San Vicente del Raspeig, s/n
03690 San Vicente del Raspeig (Alicante)

TEL.: 96 590 36 70

FAX: 96 590 97 89

E-mail: facu.economicas@ua.es

Página web: economicas.ua.es

Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales Germán Bernácer

Campus Universitario

03690 San Vicente del Raspeig (Alicante)

Tel.: 96 590 37 70 – 36 71 – 36 70 Ext. 2421

Fax: 96 590 37 33

E-Mail: euce@ua.es

Web: www.euce.ua.es

Facultad de Derecho

Carretera San. Vicent del Raspeig, s/n

03690 Sant Vicent del Raspeig (Alicante)

Tel.: 96 590 35 73 – 590 34 00 ext. 3289

Fax.: 96 590 35 73 – 590 34 00 ext. 3289

E-mail: facu.dret@ua.es

Web: www.ua.es/centros/facu.dret/index.html

Escuela Universitaria de Relaciones Laborales

Carretera de San Vicente del Raspeig, s/n

03690 San Vicente del Raspeig (Alicante)

Tel.: 96 590 34 00

Fax: 96 590 34 64

E-mail: eu.relaboral@ua.es

Web: www.derecho.ua.es

Escuela de Relaciones Laborales de Elda (adscrita a la Universidad de Alicante)

Centro Cívico. Plaza de la Ficia

Avda. de Chapi, 36.

Tel.: 96 539 95 11

Fax: 96 539 95 11

Web: <https://web.ua.es/eurle/>

UNIVERSIDAD DE JAUME I

Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas

Av. de Vicente Sos Baynat s/n

12071 Castellón de la Plana

Tel.: 96 472 85 21- 72 85 26 - 72 85 19

Fax: 96 472 85 22

E-mail: fcje@uji.es

Web: www.uji.es/centres/fcje

UNIVERSIDAD DE VALENCIA
Facultad de Económicas

Av. Tarongers, s/n.
Edificio Departamental Oriental
46022 Valencia
Tel.: 96 382 85 49
Fax 96 382 87 98 – 82 85 45
E-mail: fac.economia@uv.es
Página web: www.uv.es/economia/

Facultad de Derecho

Av. Tarongers, s/n
Edificio Departamental Occidental
46022 Valencia
Tel.: 96 386 41 00
Fax: 96 382 85 96
E-mail: fac.dret@uv.es
Web: www.uv.es/dret/

Facultad de Ciencias Sociales

Av. Tarongers, 4b
46021 Valencia
Tel: 96 382 85 00
Fax: 96 382 85 01
E-mail: fac.socials@uv.es
Web: www.uv.es/socials

FLORIDA UNIVERSITARIA (ADSCRITA A LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA)

Rey de Jaume I, 2
Apartado de correo 15
46470 Catarroja (Valencia)
Tel.: 96 122 03 80
E-mail: info@florida.es
Web: www.florida-uni.es

Facultad de Estudios de la Empresa (adscrita a la Universidad Politécnica de Valencia)

Guillem de Castro, 175
46008 Valencia
Tel.: 96 392 48 84
Fax. 96 391 98 27
Web: www.ucv.es

Centro Mediterráneo de Estudios Universitarios de Ciencia y Tecnología (MUST) (adscrito a la Universidad Politécnica de Valencia)

Edificio Galileo Galilei
Av. Tarongers, s/n
46022 Valencia
Tel.: 96 372 27 55
Fax: 96 355 26 18

UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Av. de la Universidad, s/n
03202 Elche
Tel.: 96 522 20 52 / 96 522 25 20 / 96 665 87 92
E-mail: facultad.csjelx@umh.es
Web: www.fcsjelche.umh.es

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela

Plaza las Salesas, s/n
03300 Orihuela (Alicante)
Tel. : 96 674 98 25
Fax : 96 674 98 26
E-mail : decano.fcsjori@umh.es
Web : fcsjori.umh.es

ESIC. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (adscrita la Universidad Miguel Hernández de Elche)

Av. Blasco Ibáñez, 55
46021 Valencia.
Tel.: 96 361 48 11
Fax: 96 369 56 21
Web: www.esic.es

UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA-CEU (ADSCRITA A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA)

Edificio Seminario s/n.
46113. Moncada (Valencia)
Tel.: 96 136 90 00
E-mail: informa@uch.ceu.es
Web: <https://www.uchceu.es/>

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Luis Vives, 1
46115 Alfara del Patriarca (Valencia)
Tel.: 96 136 90 00
Fax: 961369007

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (Campus de Elche)

Avda. de la Universidad s/n
03203 Elche (Alicante)
Tel.: 965222052-965222520-966658792
Web: <http://fcsjelche.umh.es/>

Instituto de Estudios Superiores de Valencia, IES – CEU

Palacio de Colomina
Almudín, 1
46003 Valencia
Tel.: 96 315 63 06
Fax: 96 391 86 84
E-mail: ies@uch.ceu.es

3. Escuelas de Negocios que imparten títulos de especialización

CENTRO DE ESTUDIOS FINANCIEROS (CEF)

General Martínez Campos, 5
228010 Madrid
Tel.: 91 444 49 20
Fax: 91 593 88 61

C/ Ponzano, 15
28010 Madrid
Tel.: 91 444 49 20
Fax: 91 593 45 02

C/ Gran de Gracia, 171
08012 Barcelona
Tel.: 93 415 09 88
Fax: 93 217 40 18

C/ Alborada, 23
46010 Valencia
Tel.: 96 361 41 99
Fax: 96 393 33 54
E-mail: informa@cef.es
Web: www.cef.es

CENTRO SUPERIOR DE FINANZAS

Plaza Republica del Ecuador, 3
28016 Madrid
Tel.: 91 458 30 89
E-mail: info@mceconomistas.com
Web: www.mceconomistas.com

6.5. Bibliografía

- Servicios técnicos y de consultoría a empresas, Informes Sectoriales de la Comunitat Autònoma del País Vasco, Federación de Caja de Ahorros Vasco-Navarras.
- Directorio Central de Empresas (DIRCE): www.ine.es.
- Encuesta Anual de Servicios, Instituto Nacional de Estadística (INE), www.ine.es.
- Monográfico El Gestor Administratiu publicado en La Vanguardia el miércoles 14 de mayo de 2003.
- Revista del Colegio de Gestores Administrativos de Madrid.
- Anuario del Consejo de Colegios de Gestores Administrativos. Año 2016
- Infogestores. Revista del Colegio de Gestores Administrativos de Valencia.
- Asociación española de empresas de consultoria: www.consultoras.com.
- Fichero de empresas de Camerdata On line, www.camerdata.es.
- Manual del Consejo de los Colegios Oficiales de Gestores Administrativos de la Comunitat Valenciana.
- Atlas Laboral CissPraxis.

6.6. Glosario

Amortización: Tratamiento contable que recoge la pérdida de valor de los activos fijos, es decir, de bienes de la empresa tales como: vehículos, maquinaria, mobiliario, etc.

Beneficio sobre inversión: Porcentaje que resulta de dividir el beneficio entre el importe que representa las inversiones necesarias para el arranque.

Beneficio sobre ventas: Porcentaje que resulta de dividir el beneficio entre los ingresos obtenidos por las ventas.

Condición jurídica: Estructura legal que puede adoptar una empresa.

Contexto sectorial o Sector industrial: Conjunto de empresas que comparten una misma tecnología

Fondos propios: Recursos que posee la empresa y que han sido aportados por los socios o generados por la propia empresa.

Fuerza de ventas: Conjunto de personas que se ocupan de las tareas relacionadas directamente con la venta de los productos fabricados o distribuidos por la empresa.

IAE (Impuesto de Actividades Económicas): Tributo que grava el ejercicio de las actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en un local determinado. Es obligatorio para toda sociedad, empresario o profesional y se formula separadamente para cada actividad. El plazo es de diez días hábiles antes del inicio de la actividad y la validez de un año natural. Se renueva automáticamente.

Leasing o arrendamiento financiero: Forma de financiación de vehículos, bienes de equipo, maquinaria, etc. que consiste en el arrendamiento de esos bienes a cambio de una renta periódica.

Margen bruto: Diferencia entre los ingresos por ventas y los costes directos necesarios para su obtención.

Mercado: Conjunto de personas, empresas o instituciones capaces de adquirir el producto que se va a ofrecer a través de la nueva empresa.

Mercado potencial: Número de usuarios actuales de un producto o servicio que ofrece una empresa o número de usuarios susceptibles de comprar un nuevo producto o servicio que ofrece la empresa.

Externalización (outsourcing): Subcontratación de servicios a empresas externas.

Plan de empresa: Documento en el que se analiza el contenido del proyecto empresarial y en el que se describen todos los elementos de la empresa.

Plan FIP: Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional, comprende el conjunto de acciones de formación profesional ocupacional dirigidas a los trabajadores desempleados para proporcionarles cualificaciones requeridas por

el sistema productivo e insertarlos laboralmente, cuando carezcan de formación profesional específica o su cualificación resulte insuficiente o inapropiada.

Punto muerto (punto de equilibrio): Nivel de ingresos en el que se igualan los ingresos a los gastos de la empresa, por lo que el nivel de beneficio es cero. Su fórmula de cálculo es la siguiente: $\text{Punto muerto} = \frac{\text{Costes fijos}}{1 - (\text{Costes variables} / \text{ventas})}$

Sociedad Limitada: Tipo de sociedad que se caracteriza por la responsabilidad limitada de los socios. Esta responsabilidad viene dada en función de la aportación de los mismos al capital de la sociedad.

Tributos: Impuestos de carácter fijo.

Ventaja competitiva: Característica de un producto o marca que otorga cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos.

Viabilidad económica: Cualidad de un proyecto del que tenemos un excedente (beneficio) suficiente que permite hacer frente al coste de su deuda, a la remuneración de sus accionistas y a la financiación de una parte de su crecimiento una vez que alcanza su capacidad de producción plena y después de deducir todos sus costes.

7. ANEXOS.

7.1. Anexo de información estadística de interés

El siguiente cuadro te muestra el número de empresas existentes en España y en la Comunitat Valenciana incluidas bajo el código del CNAE 82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas.

Cuadro 8: Número de empresas y evolución interanual, España y Comunitat Valenciana, 2014-2017 (unidades, %). Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas.

	2014	2015	2016	2017
España	7.909	8.485	9.007	9.281
Evolución Interanual (%)	-	9,21%	5,19%	-0,51%
Comunitat Valenciana	856	927	975	957
Evolución interanual (%)	-	18.26%	1,90%	-3,23%

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística (INE)

En la siguiente tabla puedes observar que la proporción de empresas en función del número de asalariados es similar en España y en la Comunitat Valenciana.

2004-
2005

Cuadro 9: Distribución de las empresas por estrato de asalariados. España y Comunitat Valenciana, 2017 (%). Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas.

Estrato de asalariados	España	Comunitat Valenciana
Total	100,00%	100,00%
Sin asalariados	67,08%	65,41%
De 1 a 2 asalariados	24,48%	27,38%
De 3 a 5 asalariados	4,5%	3,76%
De 6 a 9 asalariados	1,76%	1,78%
De 10 a 19 asalariados	1,34%	0,94%
De 20 a 49 asalariados	0,41%	0,42%
De 50 a 99 asalariados	0,15%	0,21%
De 100 a 199 asalariados	0,12%	0,1%
De 200 a 499 asalariados	0,12%	0,00%
De 500 a 999 asalariados	0,03%	0,00%
De 1000 a 4999 asalariados	0,01%	0,00%
De 5000 o más asalariados	0,00%	0,00%

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística (INE), código CNAE 821.

7.2. Anexo de proveedores.

Como ya hemos comentado anteriormente, en esta actividad existen varios tipos de proveedores. A continuación, te proporcionamos una serie de referencias a título orientativo que identificamos en las entrevistas y en las fuentes secundarias consultadas que pueden ser un punto de partida en la búsqueda de proveedores para tu negocio. En directorios comerciales tales como QDQ y Páginas Amarillas, tanto en soporte electrónico como en papel, puedes encontrar proveedores situados en tu zona.

- **Páginas Amarillas:** Los proveedores de tu actividad se encuentran bajo los epígrafes: Informática equipos-programas (fabricantes-mayoristas, servicios y empresas, instalación y mantenimiento), Mobiliario de oficina (establecimientos, fabricantes y almacenistas), Diseño gráfico, Fotocomposición y Artes gráficas, Rótulos, catering y decoración y montaje de stands. Además, puedes acceder al formato electrónico en la página web www.paginasamarillas.es con la ventaja de seleccionar cualquier provincia o localidad.
- **QDQ:** En los epígrafes Mobiliario de oficina, Informática (hardware y software, servicios y tiendas), Alquiler y venta de equipos audiovisuales, Diseño y montaje de stands y exposiciones, Fotocomposición, Diseño Gráfico, Rotulación y Catering puedes encontrar proveedores para la actividad. También puedes consultar la versión electrónica <http://es.qdq.com/>
- **Páginas Salmón:** Directorio de Empresas que ofrecen servicios en la provincia de Valencia, con acceso a otros buscadores de empresas y diversa información de interés: www.paginassalmon.com.
- **Europages:** Es un directorio comercial de negocios en el que puedes encontrar empresas de proveedores de todas las actividades de casi todos los países. La versión electrónica es www.europages.com.
- **Camerdata:** Directorio comercial de negocios en el que puedes encontrar empresas de proveedores españoles. La versión electrónica es www.camerdata.es.

2006

7.3. Factores que influyen en el tamaño de mercado

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL TAMAÑO DE MERCADO (Y EN LA CUOTA DE MERCADO)		
FACTORES	IMPORTANCIA (1 = poco importante; 2 = bastante importante; 3 = muy importante)	FUENTES DE INFORMACIÓN
1. FACTORES NO CONTROLABLES POR LA EMPRESA		
Económicos		
Nivel de renta	2	Anuario económico de España (Fundación La Caixa). Varios años
Coyuntura económica de la Comunitat Valenciana	3	Instituto Valenciano de Estadística.
Socio-culturales		
Auge de la necesidad de asesoramiento por parte de los emprendedores y empresarios	2	Entrevistas a clientes.
Grado de externalización de la gestión comercial	2	Entrevistas a clientes.
Político-legales		
Marco normativo aplicado por la Seguridad Social y Hacienda	3	Ministerio de Hacienda, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Conselleria de Educación, Formación y Empleo.
Tecnológicos		
Gestión telemática por parte de la Administración	3	Ministerio de Hacienda, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Conselleria de Educación, Formación y Empleo.
Grado de implantación de las TI en las empresas	2	AETIC, CEVALSI. Observación
Competidores		

Número de empresas competidoras	3	Colegio Oficial de Gestores Administrativos. Directorios Comerciales. Camerdata
Tamaño de las empresas competidoras	2	Camerdata. Ardan.
Facturación de empresas competidoras	2	Registro Mercantil, Observación, Encuesta
Cartera de productos	3	Colegio Oficial de Gestores Administrativos. Entrevistas a clientes, cliente misterioso.
Tarifas de precios	2	Colegio Oficial de Gestores Administrativos. Entrevistas a clientes, cliente misterioso.

Cientes

Creación de nuevas empresas	3	Directorio Central de Empresas (DIRCE) y Encuesta Anual de Servicios del Instituto Nacional de Estadística. Bases de datos de Cámaras de Comercio
Número de comercios	3	Guías comerciales. Camerdata. Asociaciones.
Número de establecimientos de hostelería	3	Guías comerciales. Camerdata. Asociaciones.
Número de empresas	3	Guías comerciales. Camerdata.
Importe anual y tipos de informes contratados	2	Entrevistas a clientes
Valores de compra (calidad en el trabajo, precios...)	2	Entrevistas a clientes de los distintos colectivos anteriormente mencionados.

2. FACTORES CONTROLABLES POR LA EMPRESA

Cartera de productos	3	Entrevista a clientes
Precio	2	Entrevista a clientes
Imagen de la empresa	3	Entrevista a clientes

7.4 Anexo de ferias.

A continuación, te proporcionamos una relación de algunas de las ferias más significativas del sector, así como su localización. Puedes buscar la mayoría y ferias y congresos que se celebran a través del portal: www.portalferias.com.

NOMBRE	LOCALIDAD	PERIODICIDAD	EVENTO
Congreso AECA	Itinerante	Bianual	Congreso de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
Foro de Finanzas	Itinerante	Anual	Foro de la Asociación Española de Finanzas.
SIF & CO	Valencia	Anual	Salón Internacional de la Franquicia, las oportunidades de negocio y el comercio asociado.

7.5. Páginas útiles en Internet

TEMÁTICAS

- Colegio de Gestores Administrativos: www.gestores.net
- Consejo General de Colegios de Economistas de España: www.economistas.es
- Colegio Oficial de Economistas de Alicante: <http://www.economistasalicante.com/>
- Colegio Oficial de Economistas de Valencia: www.coev.com
- Registro de Economistas Auditores: <https://rea-rega.economistas.es/>
- Registro de Economistas Asesores Fiscales: <https://reaf-regaf.economistas.es/>
- Centro Superior de Finanzas: www.mceconomistas.com
- Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas de España: www.cgcafe.org
- Colegio Territorial de Administradores de Fincas de Valencia: <https://aaffvalencia.es/>
- Colegio Oficial de Administradores de Fincas de Alicante: <http://www.coafa.es/>
- Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria de Alicante: www.apialicante.com
- Colegio Oficial de Agentes de la propiedad Inmobiliaria de Valencia: www.coapiv.com
- Noticias económicas: <https://economistas.es/>

INSTITUCIONES PÚBLICAS

- Ministerio de Economía: www.mineco.es
- Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC): <http://www.icac.meh.es/>
- Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas: <http://www.minhafp.gob.es/es-ES/Paginas/Home.aspx>
- Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana: www.impiva.es
- Portal de la Generalitat Valenciana: www.gva.es
- Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas: www.ivie.es
- Servicio Valenciano de Empleo y Formación: www.servef.es

CONFEDERACIONES DE EMPRESARIOS Y SINDICATOS

- Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante: www.coepa.es
- Confederación de Empresarios de Castellón: <http://www.infocec.es/>
- Confederación Empresarial Valenciana: www.cev.es
- Confederación Valenciana de la Pequeña y Mediana Empresa: www.pymev.es
- Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante: www.jovempa.org
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Castellón: <http://www.ajecastellon.com/>
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Valencia: www.ajevalencia.org
- La Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia: <http://www.evap.es/>
- Unión General de Trabajadores: www.ugt-pv.org
- Comisiones Obreras: www.pv.ccoo.es

EMPRENDEDORES

- Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunitat Valenciana: <http://ceeivalencia.emprenemjunts.es/>

- Seniors Españoles para la Cooperación Técnica: www.secot.org
- Programa de apoyo empresarial a las mujeres:
<http://empresarias.camara.es/>
- Portal de información para mujeres emprendedoras:
www.emprendedoras.com
- Portal para emprendedores: www.emprendedores.es
- Portal para emprendedores: www.emprendiendo.com
- Portal para emprendedores: www.entrepreneur.com/
- Portal para emprendedores: www.pymes-online.com
- Ventanilla Única Empresarial Virtual: www.ventanillaempresarial.org/
- Registro Mercantil Central: www.rmc.es
- Dirección General de Política de la Pyme: www.ipyme.org
- Instituto de Crédito Oficial: www.ico.es

INSTITUTOS

- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Instituto Valenciano de Estadística: www.ive.es

7.6. Reflexiones para hacer el estudio de mercado

A continuación, incluimos una serie de puntos que creemos deben ser considerados en el análisis del mercado, ya que pueden condicionar la estrategia comercial a desarrollar. Teniendo en cuenta las características de tu servicio y el público al que tienes pensado dirigirte:

- ¿Cuál es el perfil de persona o empresa que demanda los servicios que tú vas a ofrecer?, ¿qué necesidades tiene?, ¿cuáles son las razones por las cuales opta por una gestoría frente a otra? (Ver apartado 5.1.2 Análisis de la demanda).
- ¿Crees que tu gestoría aporta un elemento diferenciador con relación a otras existentes en el mercado? (Ver apartado 5.2 Marketing).
- ¿Existen en tu zona otras gestorías similares?, ¿dónde están?, ¿qué servicios ofrecen?, ¿qué características tienen?, ¿hay otras situadas en tu zona geográfica que puedan hacerte competencia? (Ver apartado 5.1.1.1 Número de empresas y su distribución territorial).
- ¿Sabes si las gestorías existentes en tu zona están a pleno rendimiento? (Ver apartado 5.1.1 Análisis de la oferta).
- ¿Cuál es el tamaño de tu mercado?, ¿has decidido el ámbito en el que se va a desarrollar tu actividad?, ¿cómo vas a evaluar las ventas por prestación de servicios para el primer año? (Ver apartado 5.1.3 Método de cálculo genérico del tamaño de mercado y 5.3.3 Previsión de ingresos).
- ¿Cómo vas a promocionar y dar a conocer la gestoría?, ¿has valorado cuánto te va a costar en tiempo y dinero? (Ver apartado 5.2.4 Promoción).
- ¿Has pensado los criterios a partir de los que vas a fijar los precios?, ¿vas a utilizar el precio como una variable de diferenciación? (Ver apartado 5.2.2 Precio).
- ¿Conoces las características de funcionamiento de una gestoría y una asesoría? (Ver apartado 5.1.1.4 Aspectos comunes de las gestorías y asesorías).
- Dadas tus necesidades de mobiliario, equipo informático, etc., ¿has localizado proveedores adecuados? (Ver apartado 5.1.1.5 Análisis de los proveedores)
- ¿Has valorado el tiempo medio durante el que no tendrás el negocio a pleno rendimiento? (Ver apartado 5.3.5 Financiación).
- ¿Cuentas con personas que tengan el perfil necesario para poner en marcha tus ideas? (Puedes consultar en las oficinas locales del INEM las demandas de empleo).
- ¿Has realizado una previsión de ingresos?, ¿qué factores has analizado?, ¿tienes meses o épocas de mayor volumen de ventas? (Ver apartado 5.3 Análisis económico-financiera).

8. NOTA DE LOS AUTORES

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector pueda detectar durante la lectura de este documento, no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio y, por tanto, pueden existir otras referencias similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Las Guías de Actividades Empresariales son una publicación de BIC Galicia que los CEEI de la Comunitat Valenciana, bajo convenio de colaboración, hemos adaptado a nuestro entorno empresarial.

Valencia, octubre de 2017